

# Психопрофилирование клиентов банка для индивидуального подхода в коммуникациях

*Качалкин Михаил*

# Профайлинг клиентов, как инструмент

## Социально-демографические

возраст, пол, доход, образование, семейное положение, место жительства и т.п.

## Психопрофилирование

психологические характеристики, поведение, ценности и стиль жизни, их мотивация и предпочтения.

## Профайлинг

включает психологические, поведенческие и демографические характеристики, для выявления паттернов поведения и предсказания действий клиентов.



# Научность методик **профилирования**



1. Находится **на стыке наук**:  
психология, маркетинг,  
социология, IT (Big Data)

2. Более **150 методологий** и  
подходов к профилированию и  
профайлингу

3. Применяются для понимания  
человеческого поведения и  
разработки **стратегий**  
**взаимодействия** с клиентами.

# Научно-признанные системы

**DISC**, 1920-е, Уильям Марстон.

Типы: Доминирующий (D), Влиятельный (I), Стабильный (S), Соответствующий (C).

**MBTI (Myers-Briggs Type Indicator)**, 1940-е, Бриггс Майерс.

Дихотомии: Экстраверсия (E) - Интроверсия (I), Сенсорика (S) - Интуиция (N), Мышление (T) - Чувство (F), Суждение (J) - Восприятие (P).

**Big Five (Большая пятерка)**, 1970-е, Пол Коста.

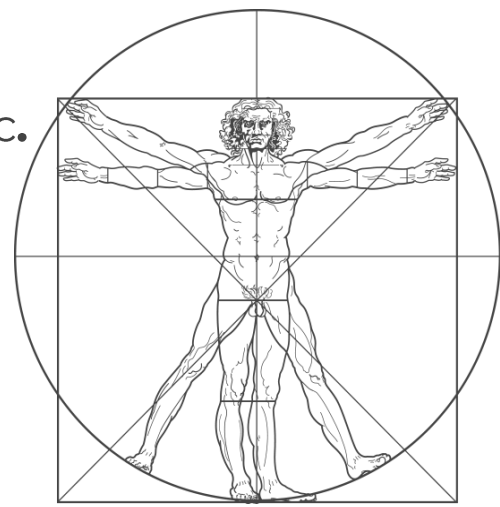
Факторы: Открытость опыту, Добросовестность, Экстраверсия, Доброжелательность, Нейротизм.

**Когнитивно-поведенческие профили**, 1960-е, А. Эллис.

Типы: Аналитический, Интуитивный, Практический, Креативный.

**Темпераменты (Теория Гиппократа)**

Основные типы: Холерик, Сангвиник, Флегматик, Меланхолик.



## DISC - Модель поведенческих стилей

Система, классифицирующая поведение людей по четырем основным типам: Доминирование, Влияние, Стабильность, Соответствие.

Тип	Характеристика	Как применять в банкинге
D (Доминирование)	Решительные, ориентированные на результат.	Предлагайте эксклюзивные продукты, подчеркивайте лидерство на рынке.
I (Влияние)	Общительные, оптимистичные.	Используйте неформальное общение, акцентируйте внимание на престиже.
S (Стабильность)	Спокойные, надежные.	Обеспечьте стабильность и надежность услуг, не торопите с решениями.
C (Соответствие)	Аналитичные, точные.	Предоставляйте детальную информацию, точные расчеты и гарантии.

# MBTI (Индикатор типов Майерс-Бриггс)

Система определения 16 типов личности на основе четырех дихотомий: Экстраверсия/Интроверсия, Сенсорика/Интуиция, Мышление/Чувство, Суждение/Восприятие.

Дихотомия	Характеристика	Как применять в банке
E / I	Экстраверсия / Интроверсия	Групповые презентации / Индивидуальные консультации
S / N	Сенсорика / Интуиция	Конкретные факты / Долгосрочные перспективы
T / F	Мышление / Чувство	Логические аргументы / Эмоциональные выгоды
J / P	Суждение / Восприятие	Структурированные планы / Гибкие условия

# Когнитивно-поведенческие профили

Система, основанная на анализе когнитивных и поведенческих стилей людей, включая мышление, восприятие, решение проблем и взаимодействие с окружающими.

Тип	Характеристика	Как применять в банке
Аналитический	Логичный, детально-ориентированный.	Предоставляйте подробные отчеты и аналитику.
Интуитивный	Творческий, ориентированный на будущее.	Обсуждайте долгосрочные финансовые тренды.
Практический	Конкретный, ориентированный на действие.	Фокусируйтесь на конкретных шагах и быстрых результатах.
Креативный	Инновационный, нестандартно мыслящий.	Предлагайте нестандартные финансовые решения.

# Инструменты автоматизации профайлинга клиентов Банке



1. CRM-системы
2. Аналитика больших данных
3. Платформы машинного обучения и искусственного интеллекта
4. Инструменты для анализа социальных сетей
5. Опросы и анкеты
6. Обучение сотрудников



# Summary

1. Профилирование клиентов позволяет создавать персонализированные предложения и услуги.
2. Использование профилирования помогает управлять рисками и предотвращать мошенничество.
3. Анализ данных о поведении клиентов улучшает клиентский опыт и развивает клиентоцентричность.
4. Инструменты и технологии, такие как CRM-системы, аналитика больших данных и AI/ML, помогают собирать и анализировать данные для точного профилирования.