

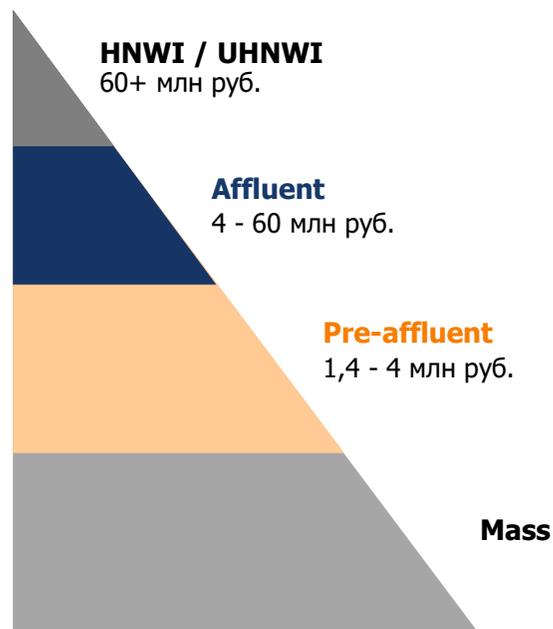
FRANK RG

Premium banking в России 2021

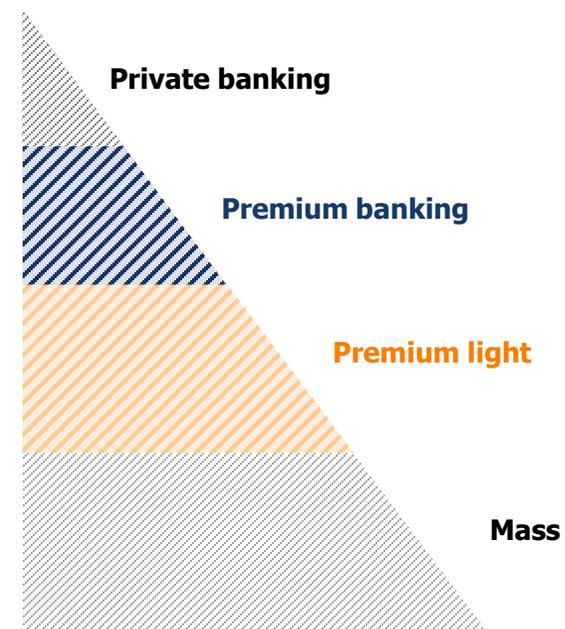
27 октября 2021 г.

Сегментация клиентов по капиталу и каналы банковского обслуживания

Сегмент по капиталу

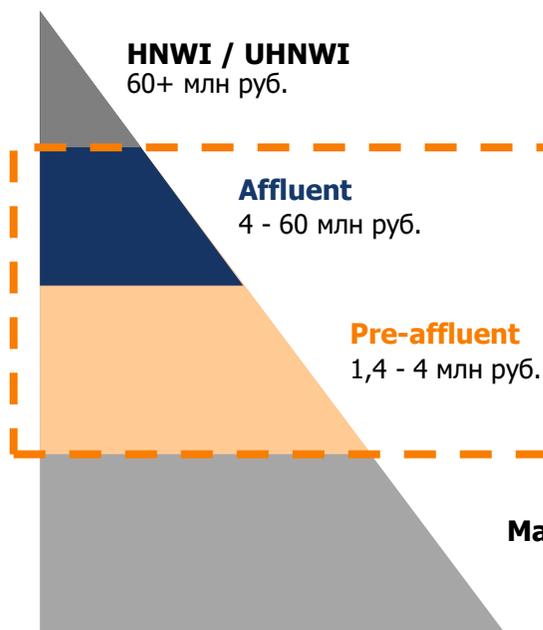


Канал обслуживания

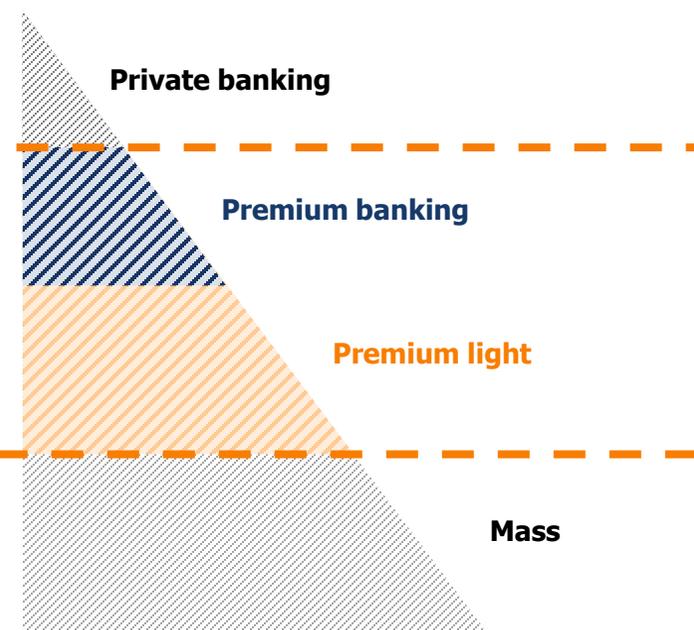


Ключевые предметы исследования – сегменты affluent, pre-affluent, каналы premium, premium light

Сегмент по капиталу

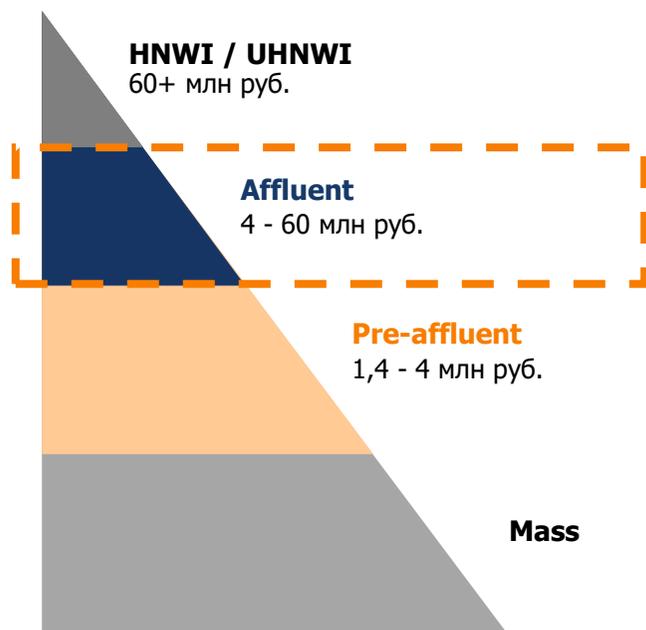


Канал обслуживания

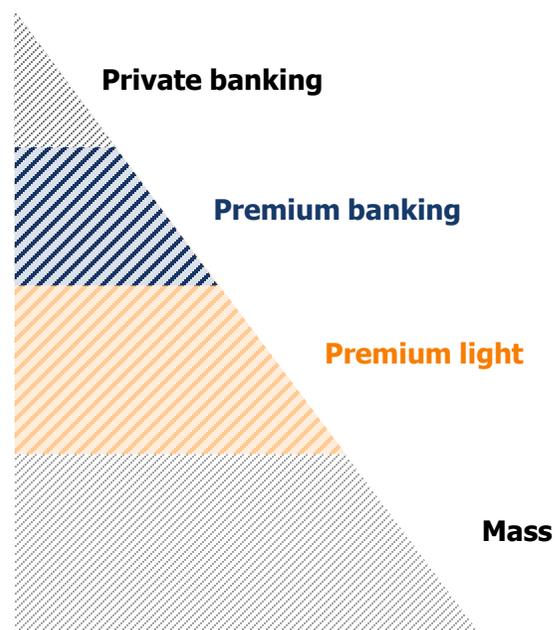


Сегменты affluent – целевой для канала premium banking

Сегмент по капиталу



Канал обслуживания



Число клиентов в сегменте affluent выросло на 11% до 845,4 тысяч человек



Число **affluent** клиентов (сегмент с капиталом от 4 до 60 млн руб.) в банковской системе РФ, тыс. человек



Из них обслуживаются в канале premium banking

79% +1 п.п.

78% +5 п.п.

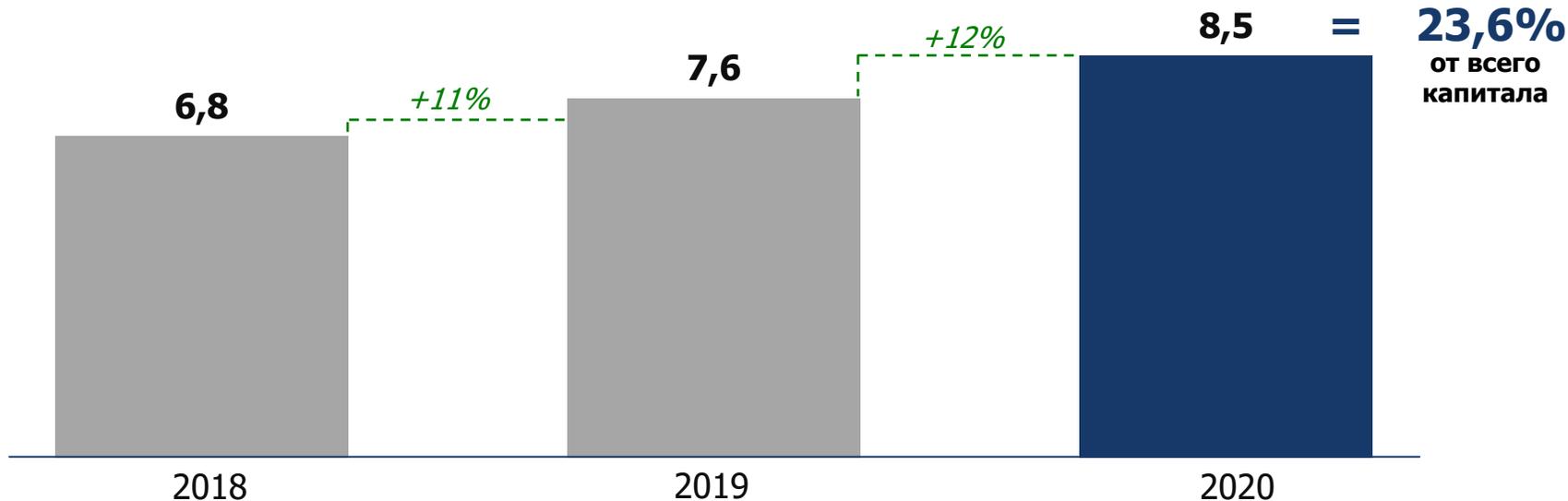
73%

Близко к точке насыщения

Объем капитала affluent клиентов вырос на 12%



Объем капитала affluent клиентов в банковской системе РФ, трлн руб.



Из них находятся в канале premium banking

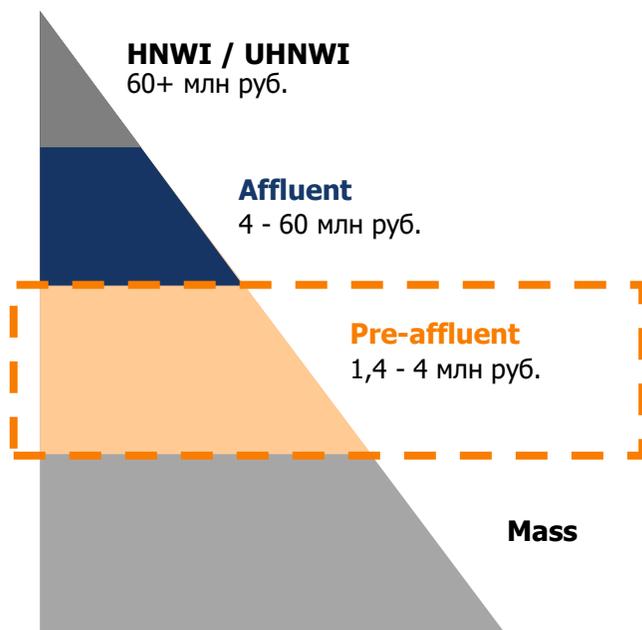
68%

68%

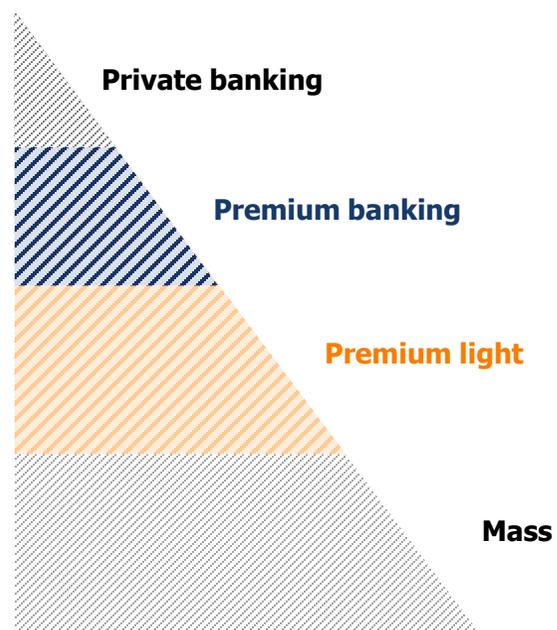
73%

Сегмент pre-affluent – клиенты с высоким потенциалом, которые обслуживаются в премиальных каналах

Сегмент по капиталу



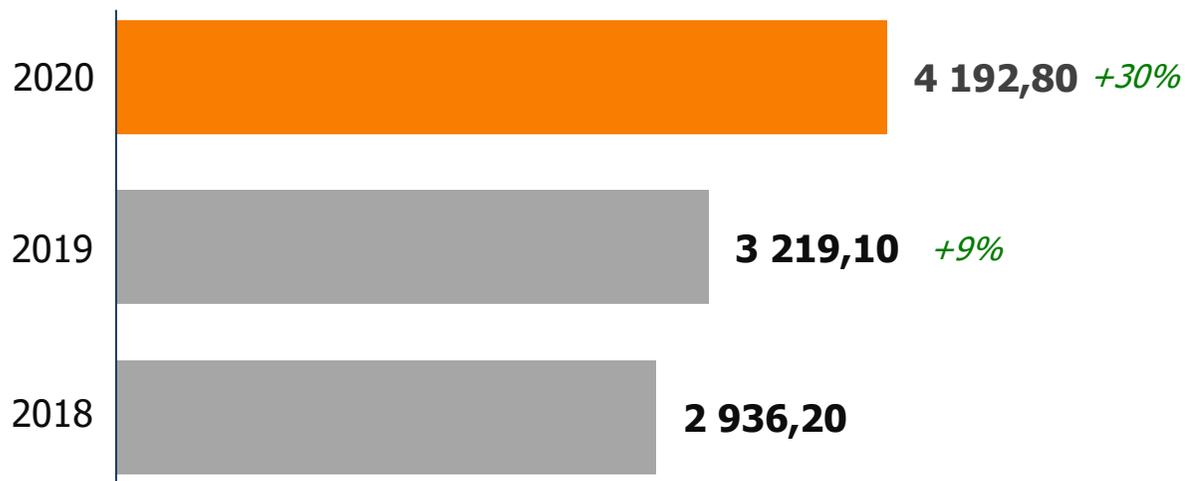
Канал обслуживания



Число pre-affluent клиентов, целевых для программ обслуживания premium banking и premium light, выросло на 30%



Число **pre-affluent** клиентов (сегмент с капиталом от 1,4 до 4 млн руб.) в банковской системе РФ, тыс. человек



Из них обслуживаются в каналах premium banking & premium light

20%

17%

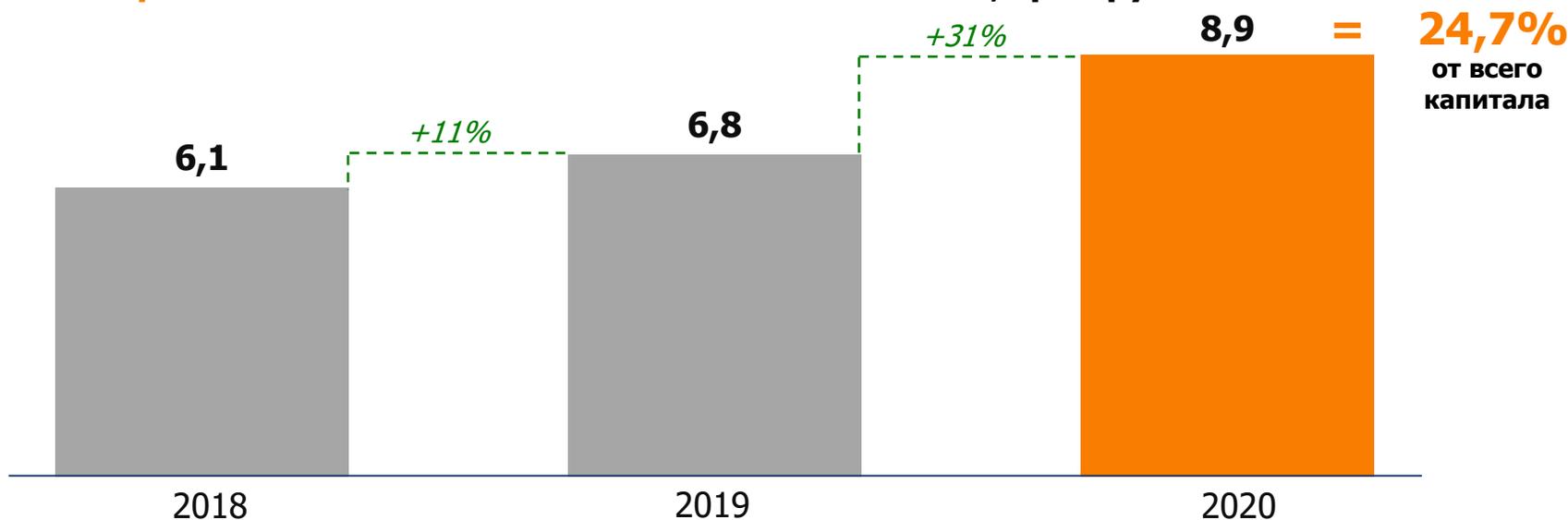
14%

Высокий потенциал роста

Объем капитала pre-affluent клиентов вырос на 31%



Объем капитала **pre-affluent** клиентов в банковской системе РФ, трлн руб.



Из них находятся в каналах premium banking & premium light

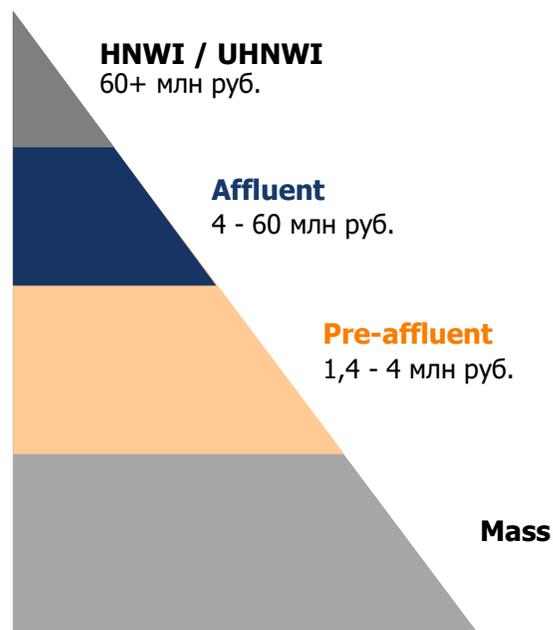
5%

7%

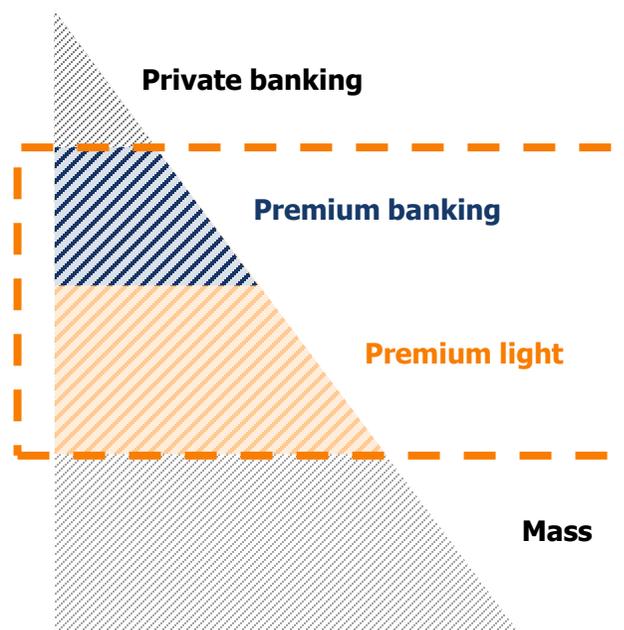
9%

Каналы premium banking и premium light – основной фокус нашего исследования премиальных программ банковского обслуживания

Сегмент по капиталу



Канал обслуживания

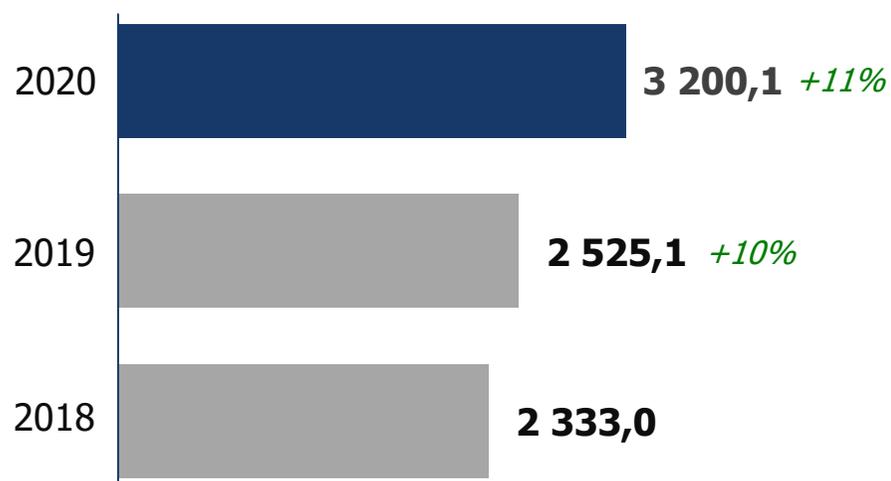


Всего в России 3,2 миллиона клиентов premium banking с совокупным капиталом 7,7 триллионов рублей

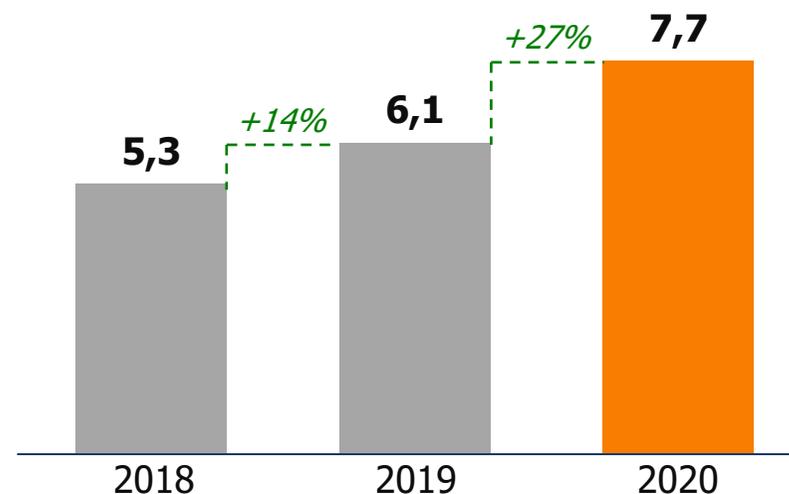
Клиенты и капитал в премиальных каналах



Клиенты, тыс. чел.

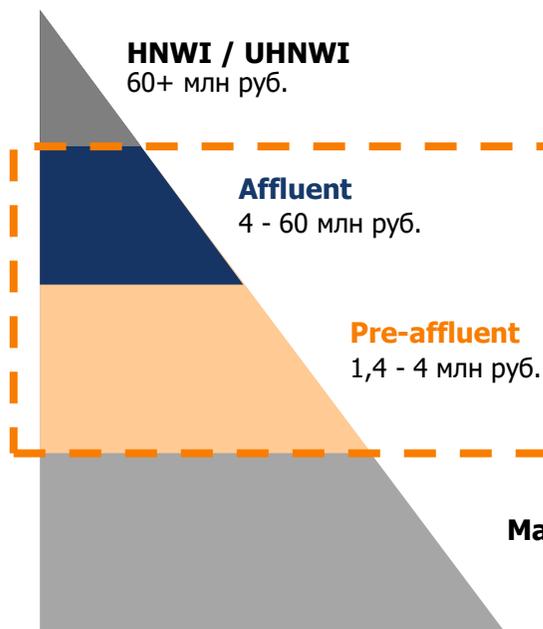


Капитал, трлн руб.

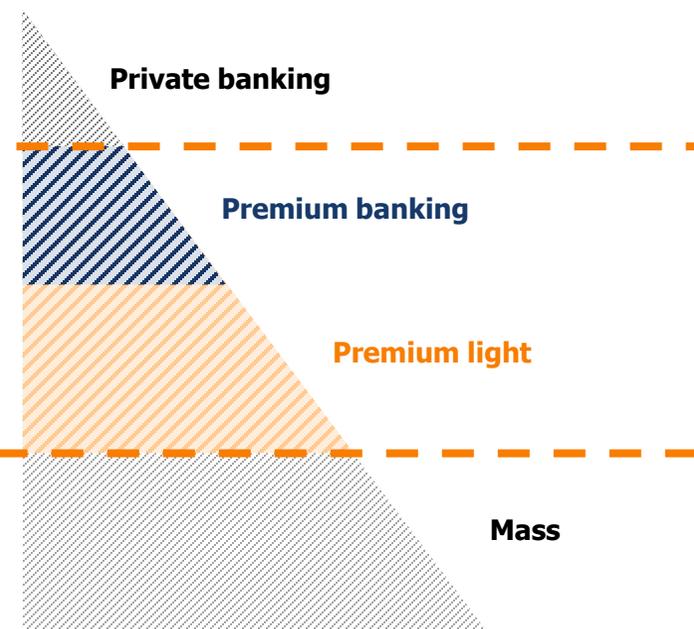


Важный вопрос для понимания рынка...

Сегмент по капиталу



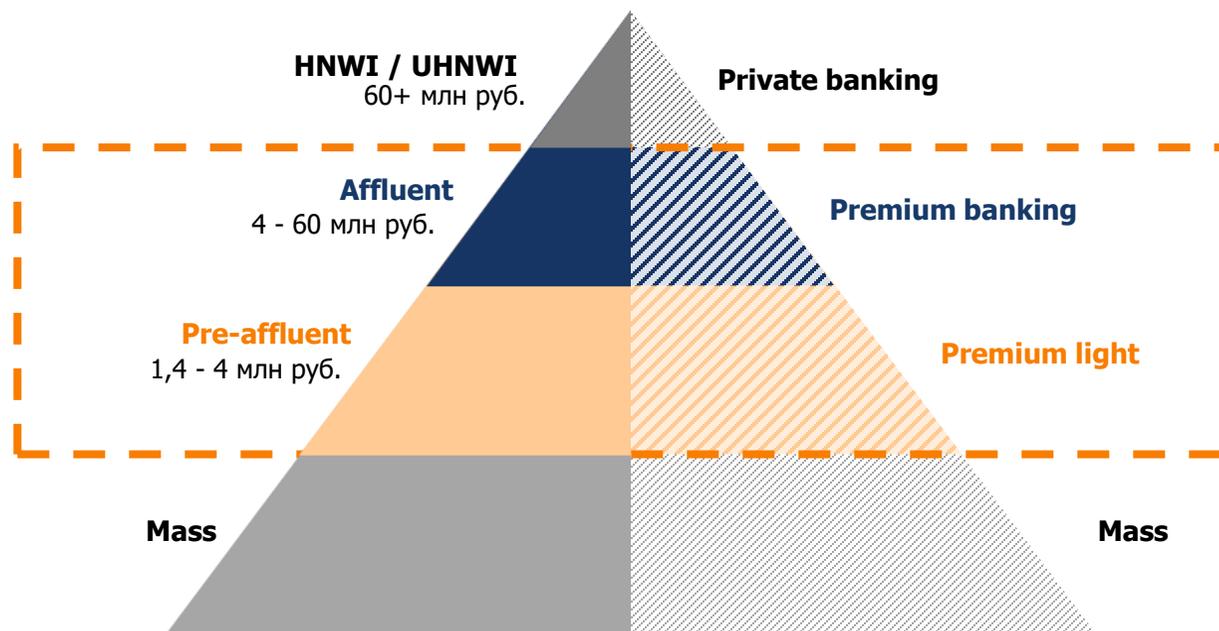
Канал обслуживания



...как соотносятся между собой сегменты и каналы?

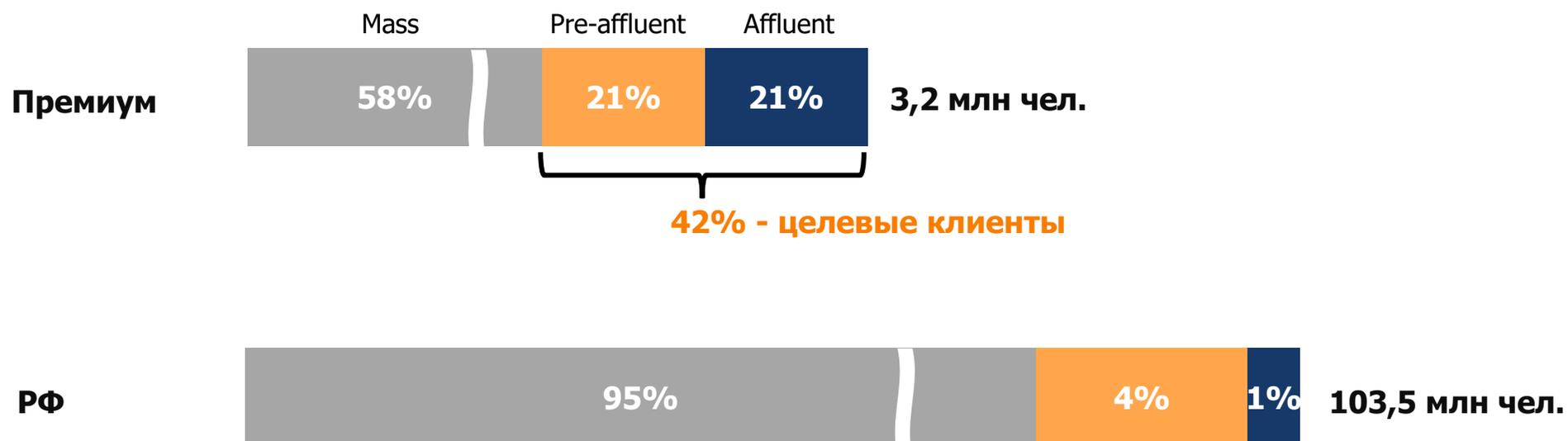
Сегмент по капиталу

Канал обслуживания



Среди премиальных клиентов – 58% клиентов сегмента mass

Посегментное распределение клиентов в банковской системе РФ и в премиальном канале



Большинство клиентов premium banking – мужчины в возрасте от 31 до 45 лет

Распределение премиальных клиентов **по полу**, по данным банков, %



Мужчины



55%

-2 п.п.

45%

+2 п.п.



Женщины

Распределение премиальных клиентов **по возрасту**, по данным банков, %



до 30 лет



30-45 лет



46-60 лет



от 60 лет



8%

-1 п.п.

42%

+1,5 п.п.

29%

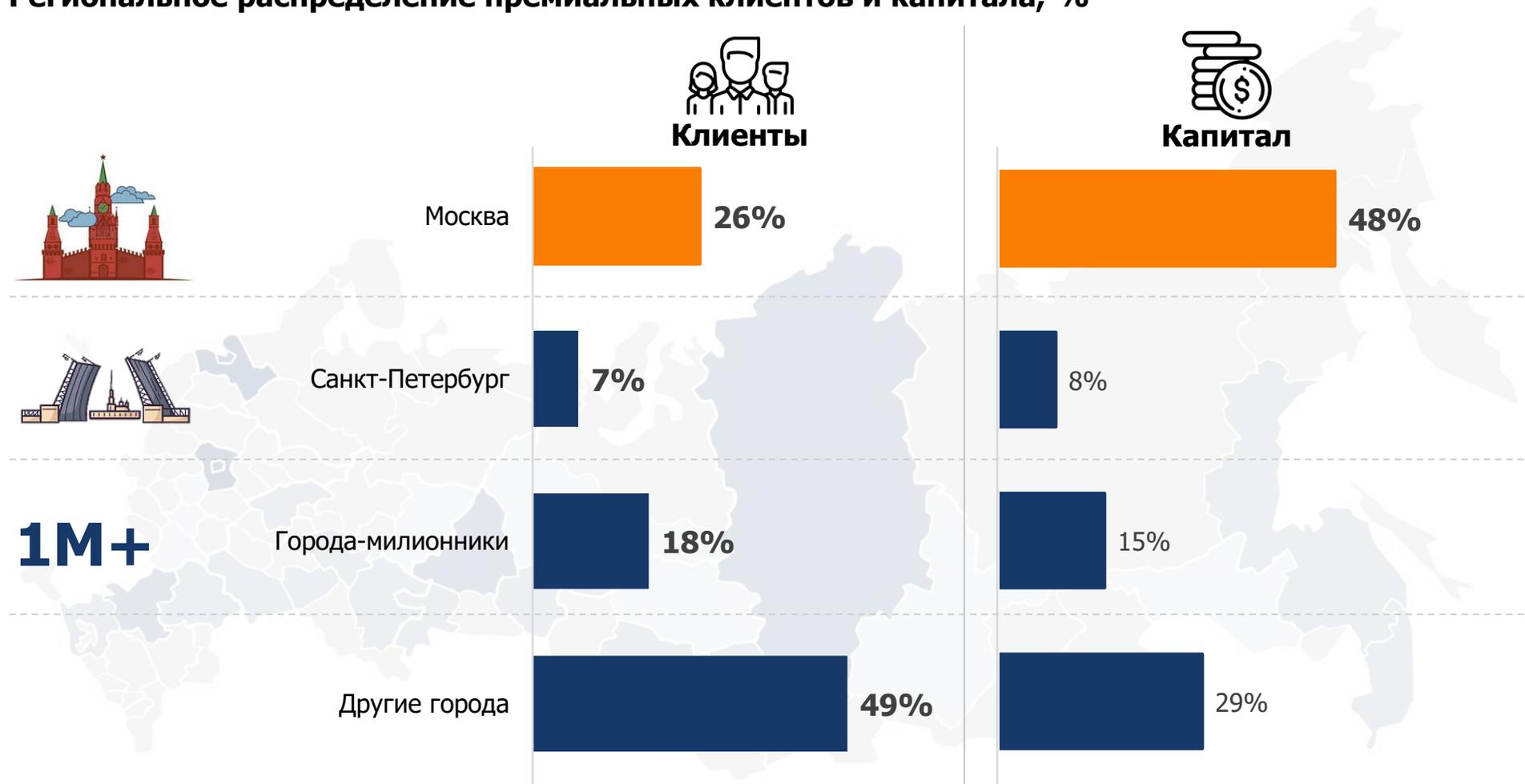
-2,5 п.п.

21%

+2 п.п.

На 26% московских клиентов приходится 48% капитала

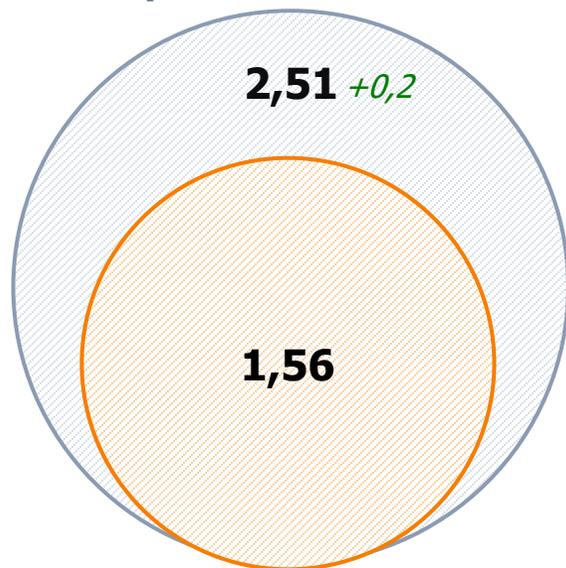
Региональное распределение премиальных клиентов и капитала, %



Треть клиентов обслуживаются в нескольких premium banking

Среднее количество банковских программ у премиальных клиентов

premium+mass



premium banking

ТОП-3 причины обслуживаться в разных премиальных программах

Диверсификация продуктовой линейки

Доступ к инвестициям

Корпоративное обслуживание



34,2%

обслуживаются в нескольких программах premium banking



69,2%

имеют счета в нескольких банках

Клиенты чаще готовы поменять банк из-за ухудшения условий

Важные критерии обслуживания в premium banking, ТОП-10

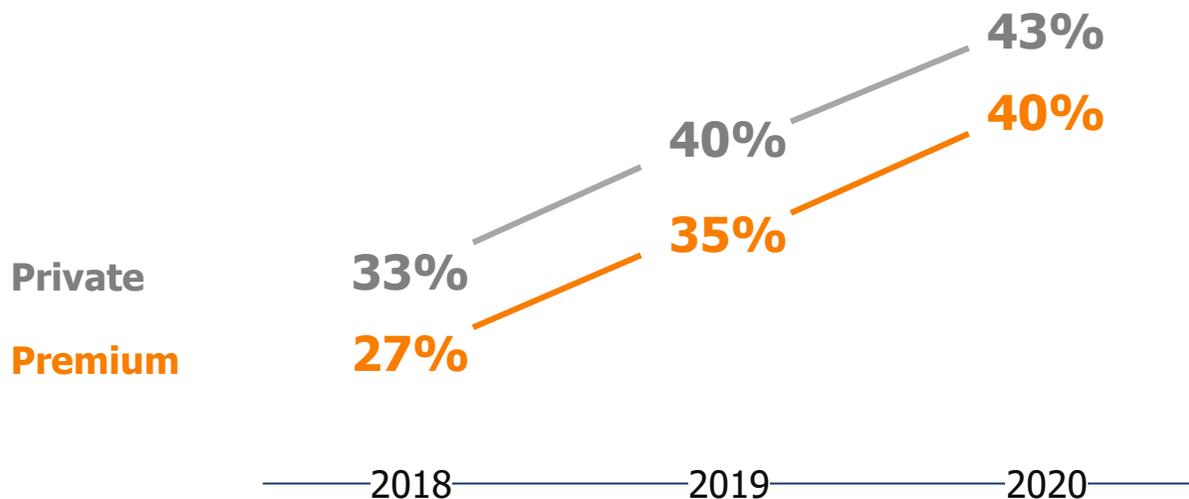


Причины перехода в другую программу premium banking, ТОП-10

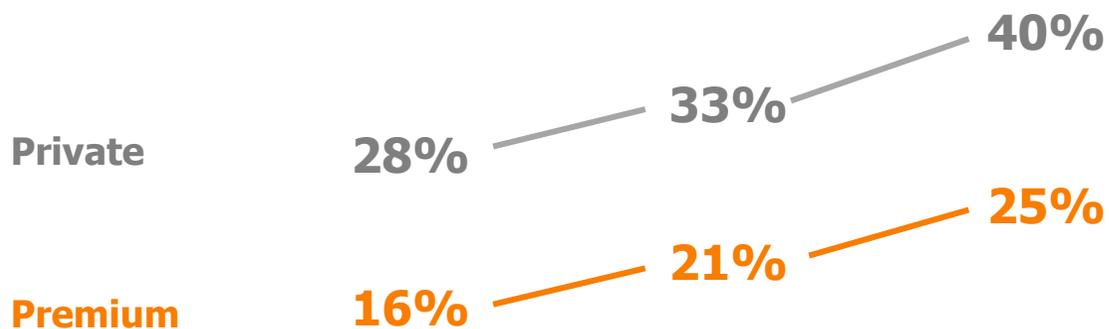


Вслед за private сегментом, инвестиции становятся ключевым продуктом и для сегмента premium banking

Доля инвестирующих клиентов



Доля капитала в инвестициях



Проблема определения квалификации инвестора – одна из ключевых на рынке премиального обслуживания

2020:



У тебя есть 6 миллионов? Значит ты готов потерять весь свой капитал.

2021:



Привет, я хочу, чтобы ты прошел тест, который покажет, готов ли ты потерять весь свой инвестиционный капитал.

Рынку необходим унифицированный механизм контроля за инвестиционными портфелями

Кто может управлять этим механизмом?



Регулятор



Клиент + инвестиционный
консультант / менеджер



Банк



Никто

Клиент, который сегодня неосознанно принимает неудачное инвестиционное решение, завтра будет винить в этом банк

Ключевые вопросы для рынка premium banking



Как сделать свою премиальную программу уникальной?

Как дать клиенту качественный цифровой премиальный сервис?

Ключевая ставка начала расти – как это повлияет на бизнес-модель?

Как «защитить» неподготовленного клиента от неосознанных инвестиционных решений?



Большинство клиентов «вырастают» из базы банка, они не знают об условиях в других премиальных программах, но ухудшение условий обслуживания может заставить их задуматься о поиске нового решения

Большинство клиентов не могут сравнить разные цифровые каналы. Цифровой канал не может быть фактором выбора банка, но может стать фактором, почему банк становится основным. Клиенту должны быть доступны для оформления в цифровых каналах все привилегии премиальной программы, оформление должно быть удобным и быстрым

Качественная инвестиционная экспертиза останется важным фактором в борьбе за клиента. Экспертиза банка в премиальном сегменте должна заключаться в широте предлагаемой линейки и качестве обучающей консультации

Нужно разработать механизм, который контролировал бы соблюдение принципа диверсификации, был понятен для клиента и не лишал банк возможности предлагать маржинальные продукты своим клиентам



Станислав Зайцев
Старший проектный лидер Frank RG

zaitsev@frankrg.com