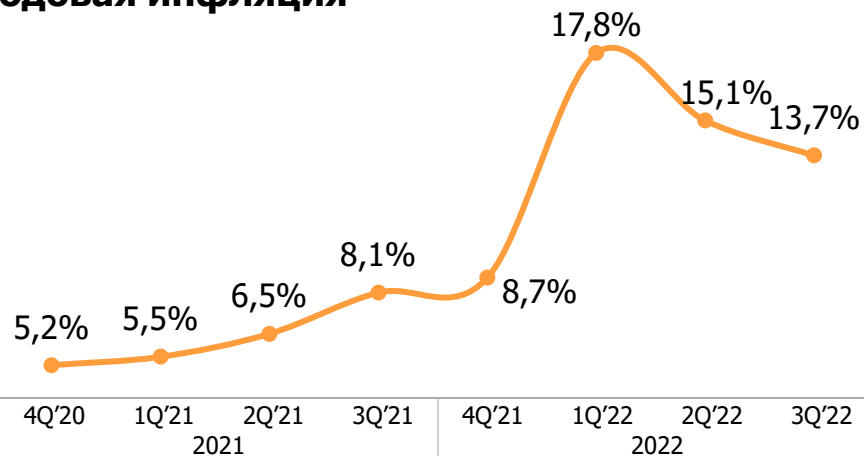


Premium banking в России 2022

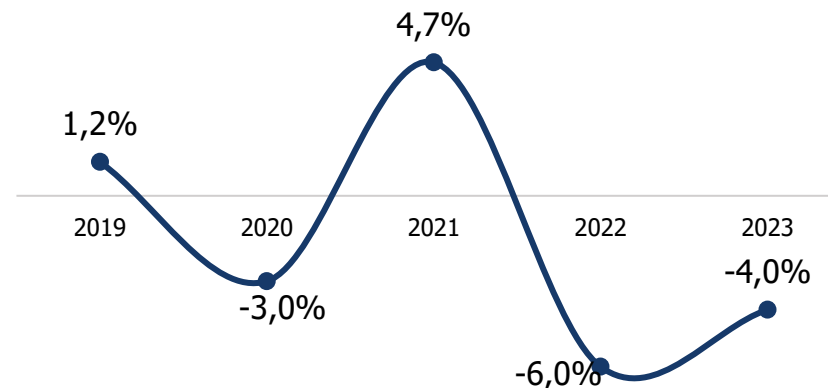
—
Это был тяжелый год...

Это был тяжелый год...

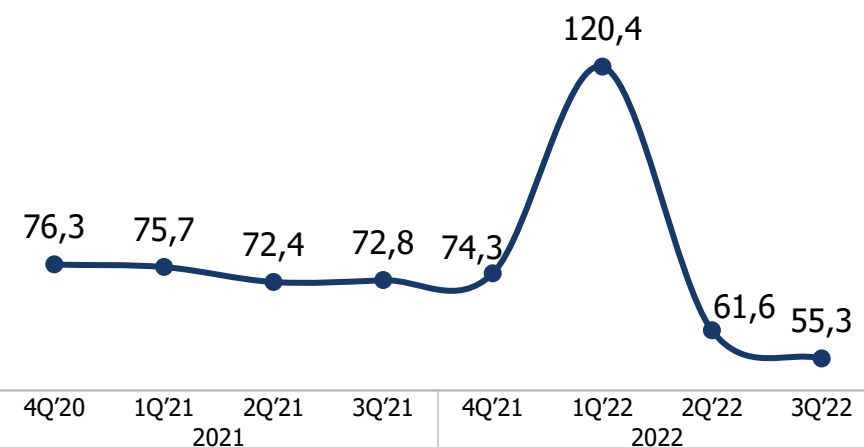
Годовая инфляция



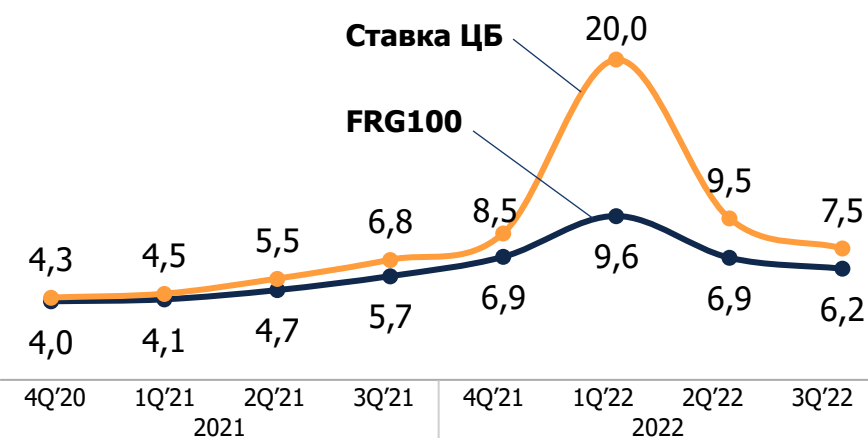
Динамика изменения ВВП России



Динамика USD



Динамика ключевой ставки и индекса FRG100

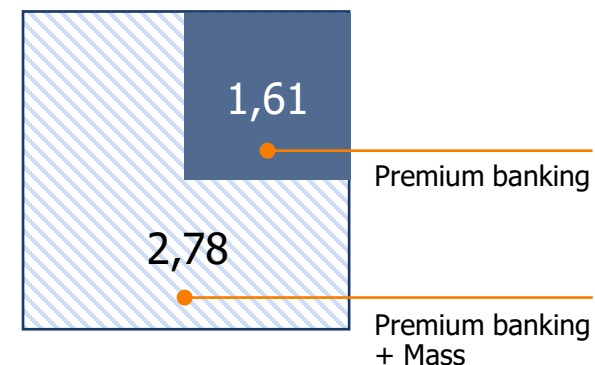


Число клиентов с целевым размером капитала снизилось

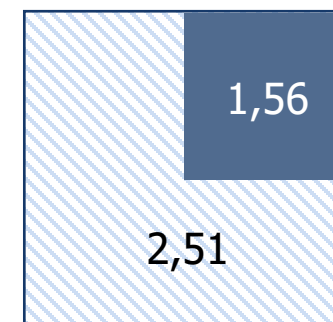
Динамика клиентской базы в премиальных программах

	Все клиенты	Клиенты сегментов Affluent+TOP Affluent Капитал более 4 млн руб.
2022	4,17 млн ▲ +9%	0,45 млн ▼ -9%

Среднее количество банков на клиента



2021	3,84 млн ▲ +27%	0,50 млн ▲ +18%
-------------	--------------------	--------------------



Источник: Frank RG, данные бенчмарка-исследования и оценка Frank RG; результаты online анкетирования, 6 123 анкеты, 2022 г.

*Клиент может обслуживаться в нескольких банках

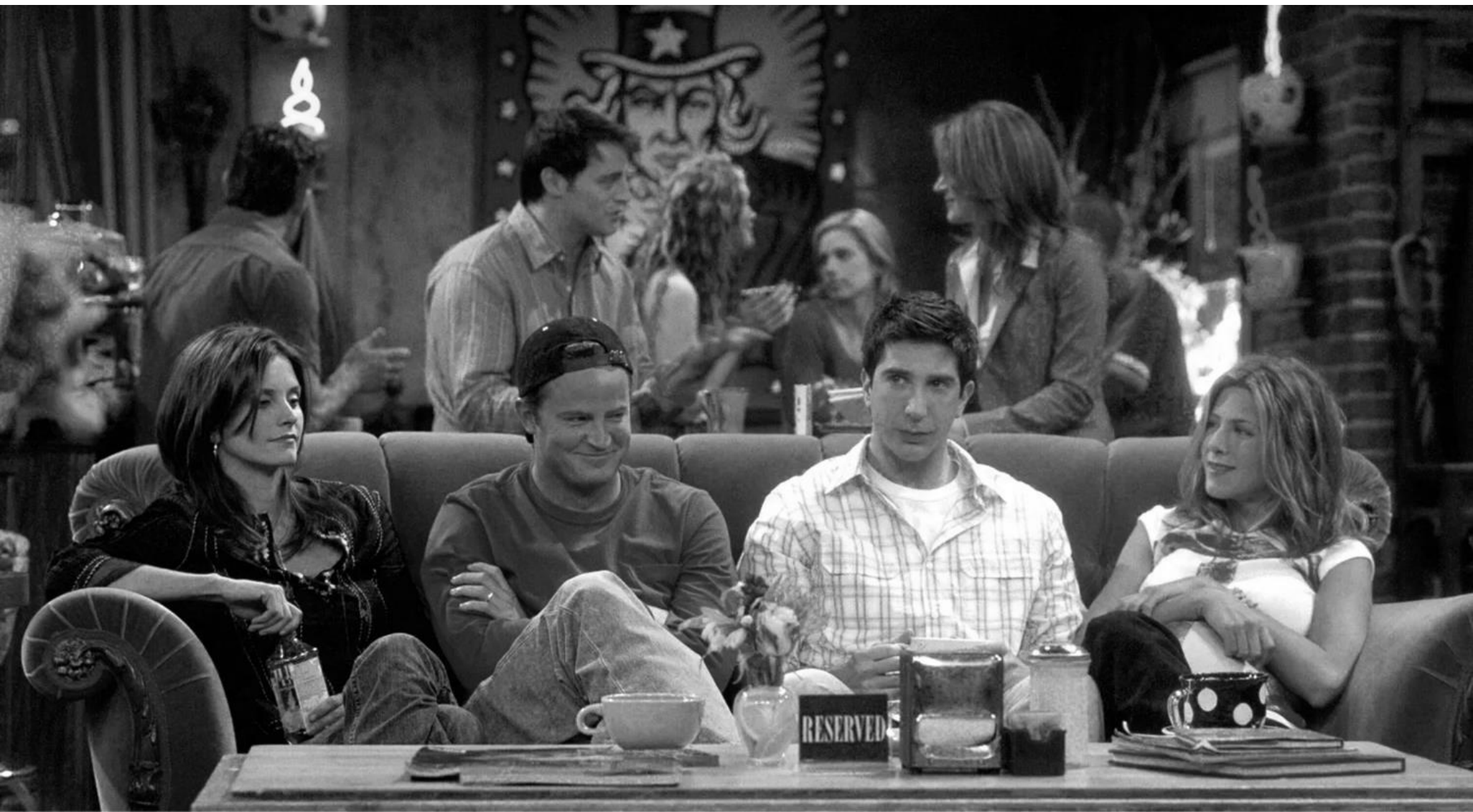
Впервые объем капитала премиальных клиентов сократился

	Общий капитал премиальных клиентов, трлн руб.	Средний размер капитала премиального клиента, млн руб.	Инвестирующие клиенты premium banking	
			Доля клиентов с инвестициями, %	Доля капитала в инвестициях, %
2022	7,53 трлн руб. ▼ -14,2%	1,81 млн руб. ▼ -20,6%	22,1% ▼ -1,7 п.п.	26,8% ▼ -7,2 п.п.
2021	8,78 трлн руб. ▲ +24,5%	2,28 млн руб. ▼ -2,1%	23,8% ▲ +6,2 п.п.	34,0% ▲ +8,4 п.п.

Источник: Frank RG, данные бенчмарка-исследования и оценка Frank RG; результаты online анкетирования, 6 123 анкеты, 2022 г.

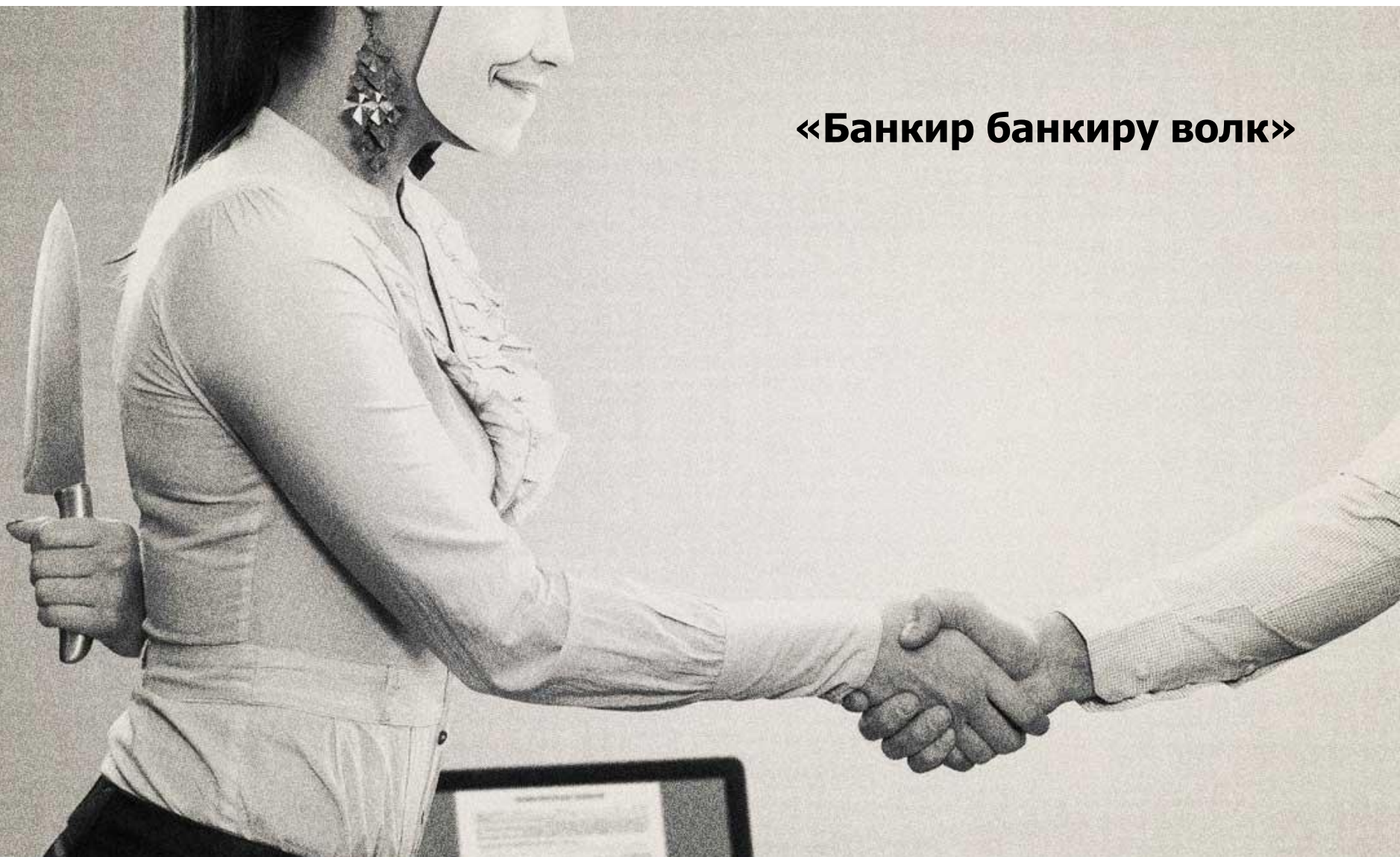
*Клиент может обслуживаться в нескольких банках

Трудности объединили банковское сообщество...

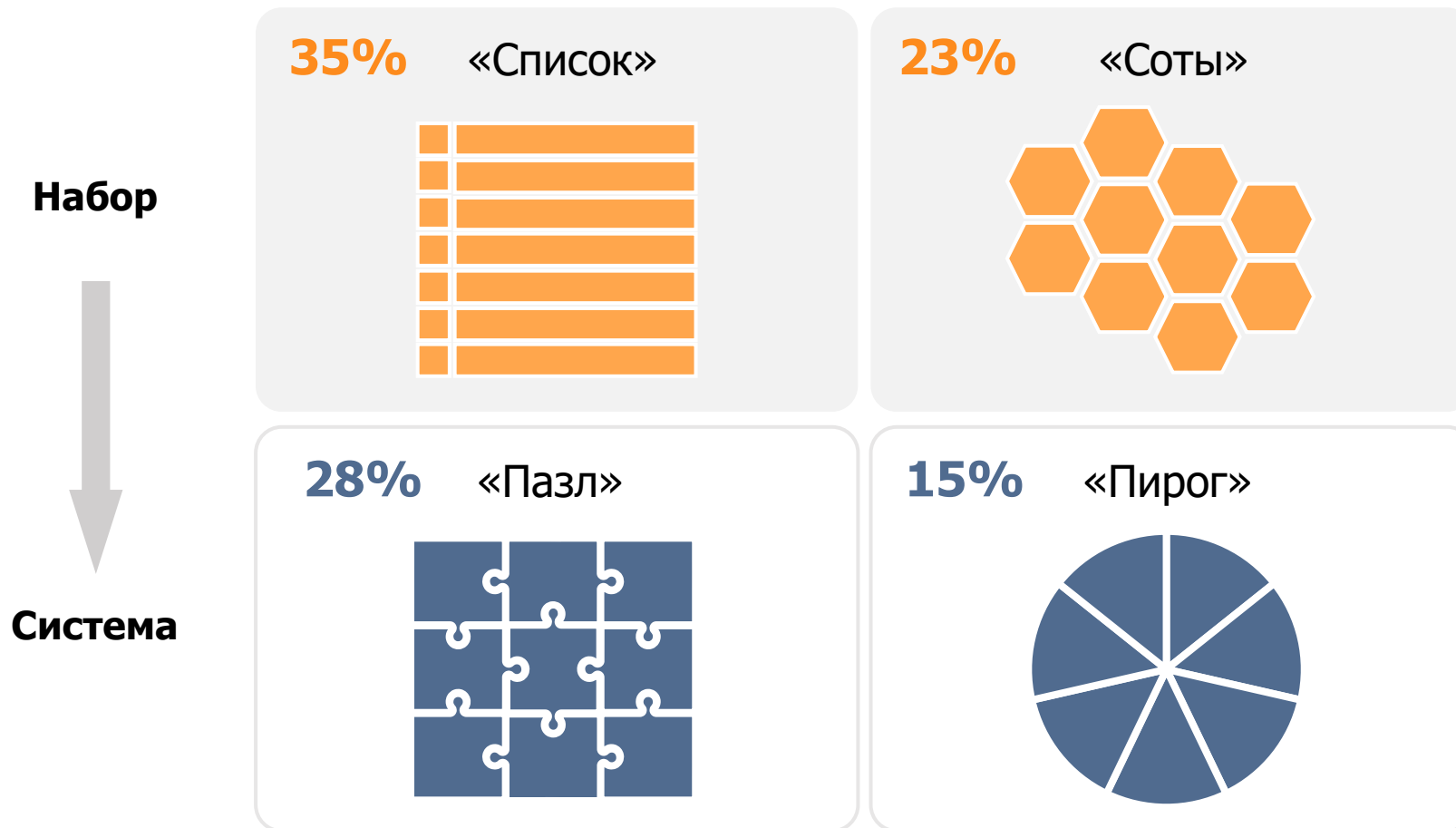


...но «Negotiator negotiatori lupus est»

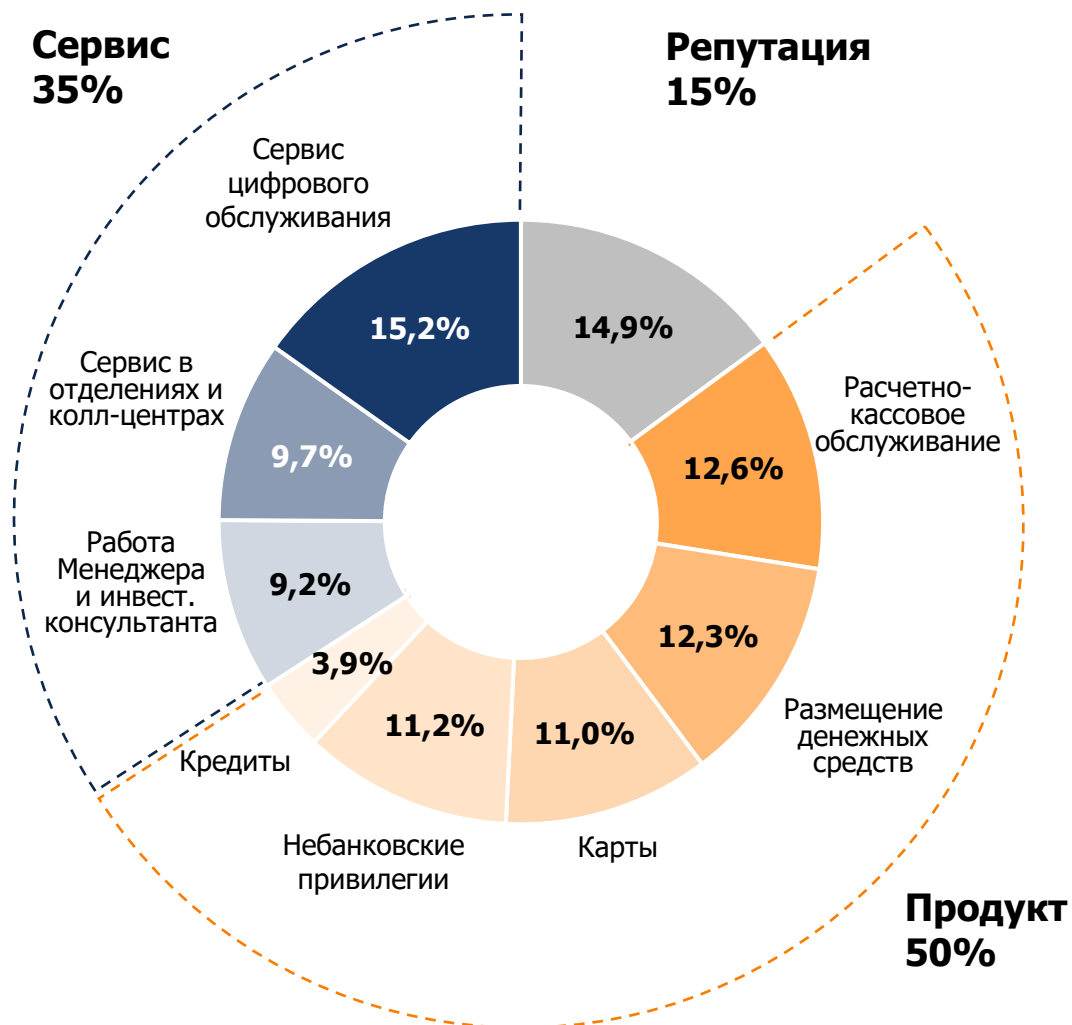
«Банкир банкиру волк»



Рецепт успеха сегодня – это не вопрос роста прибыли, а вопрос выживания бизнеса



Премиальный клиент продолжает искать ценовую выгоду



Оценка клиентов

	2021	2022	Изменение
Кредитные карты	1,0	2,5	1,5 ▲
Работа с валютой	2,0	3,5	1,5 ▲
Небанковские привилегии	0,7	3,0	2,3 ▲
Кредиты	0,6	2,4	1,8 ▲
Обслуживание в отделении	3,0	4,2	1,2 ▲

2022 год стал для премиального продукта «полуночью»



Платежи за рубежом



Операции с валютой



Инвестиции



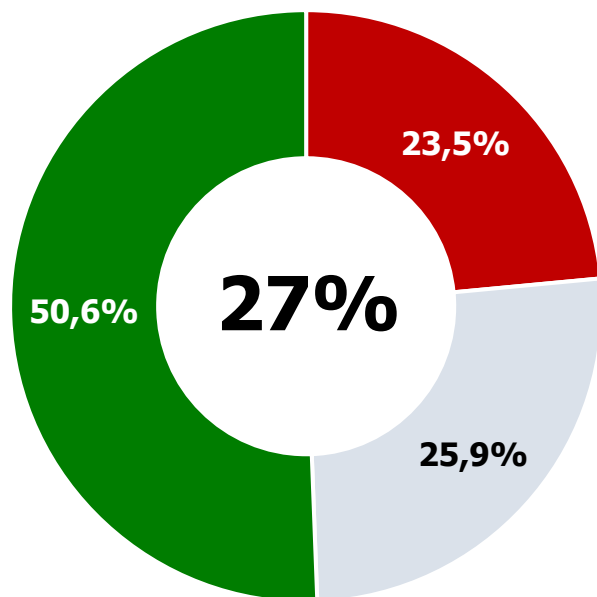
Нефинансовые сервисы



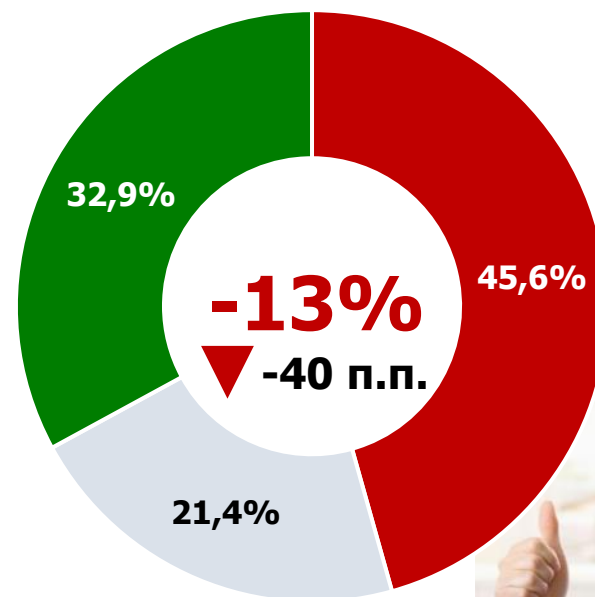
Удовлетворенность премиальных клиентов стала отрицательной

Индекс NPS

2021

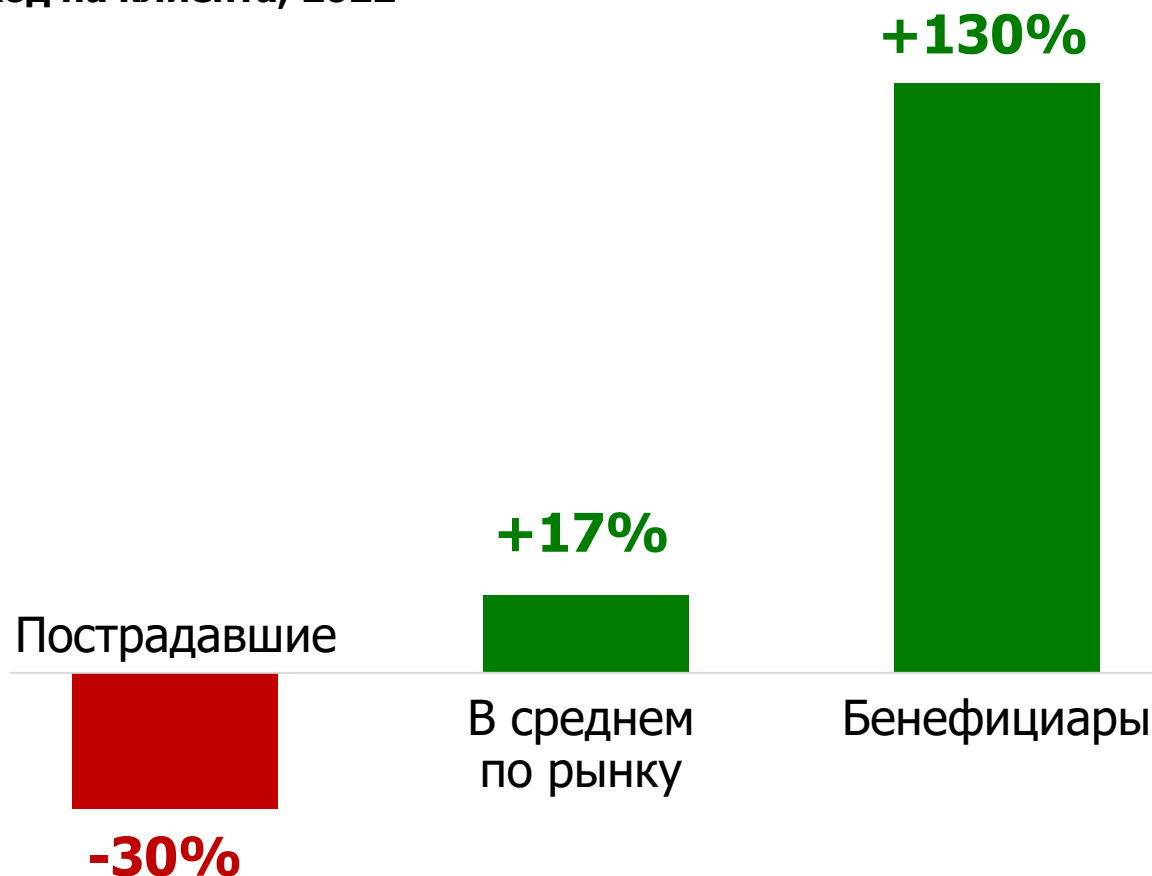


2022

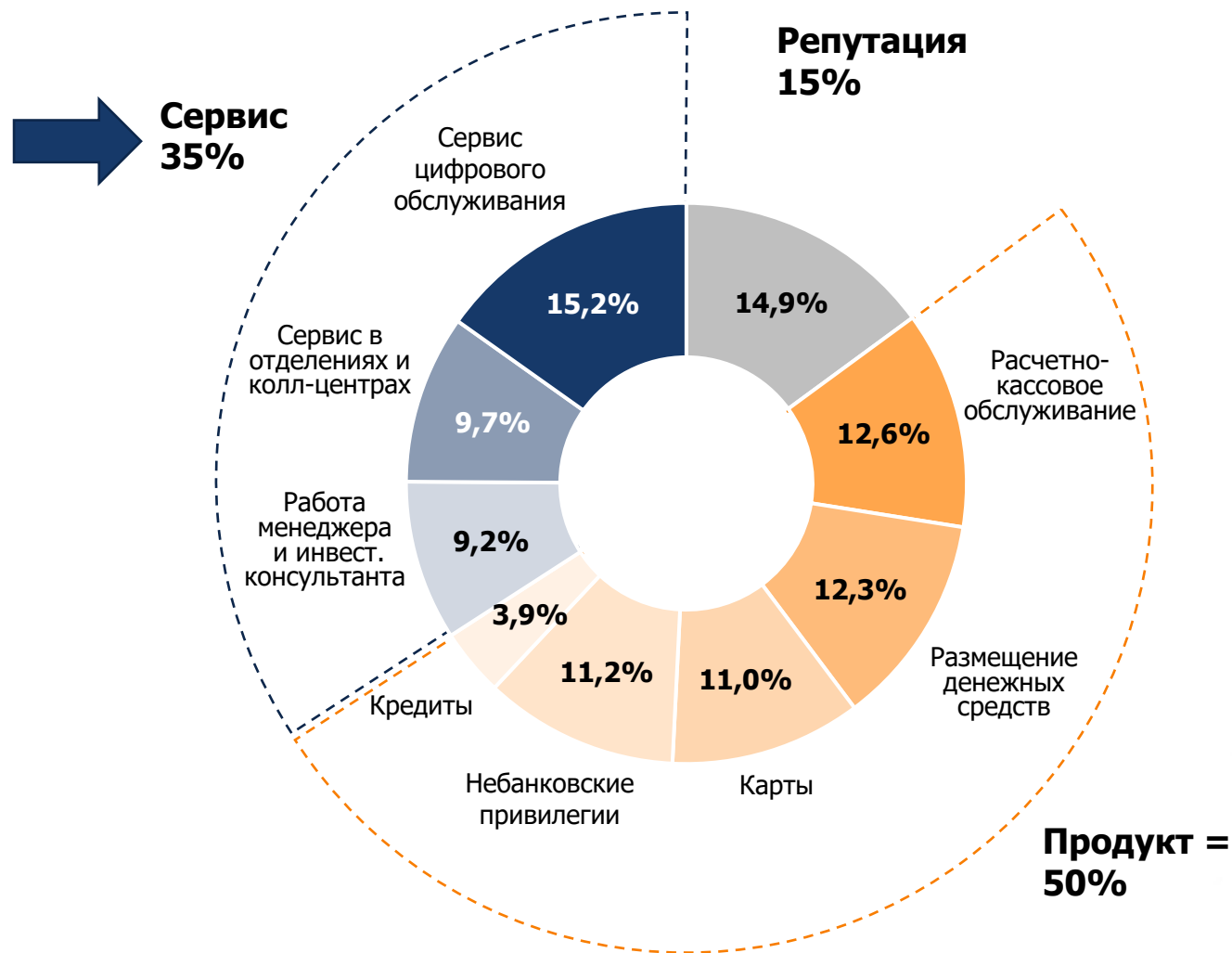


Тем, кому удалось заработать в 2022 году, не стоит «почивать на лаврах»

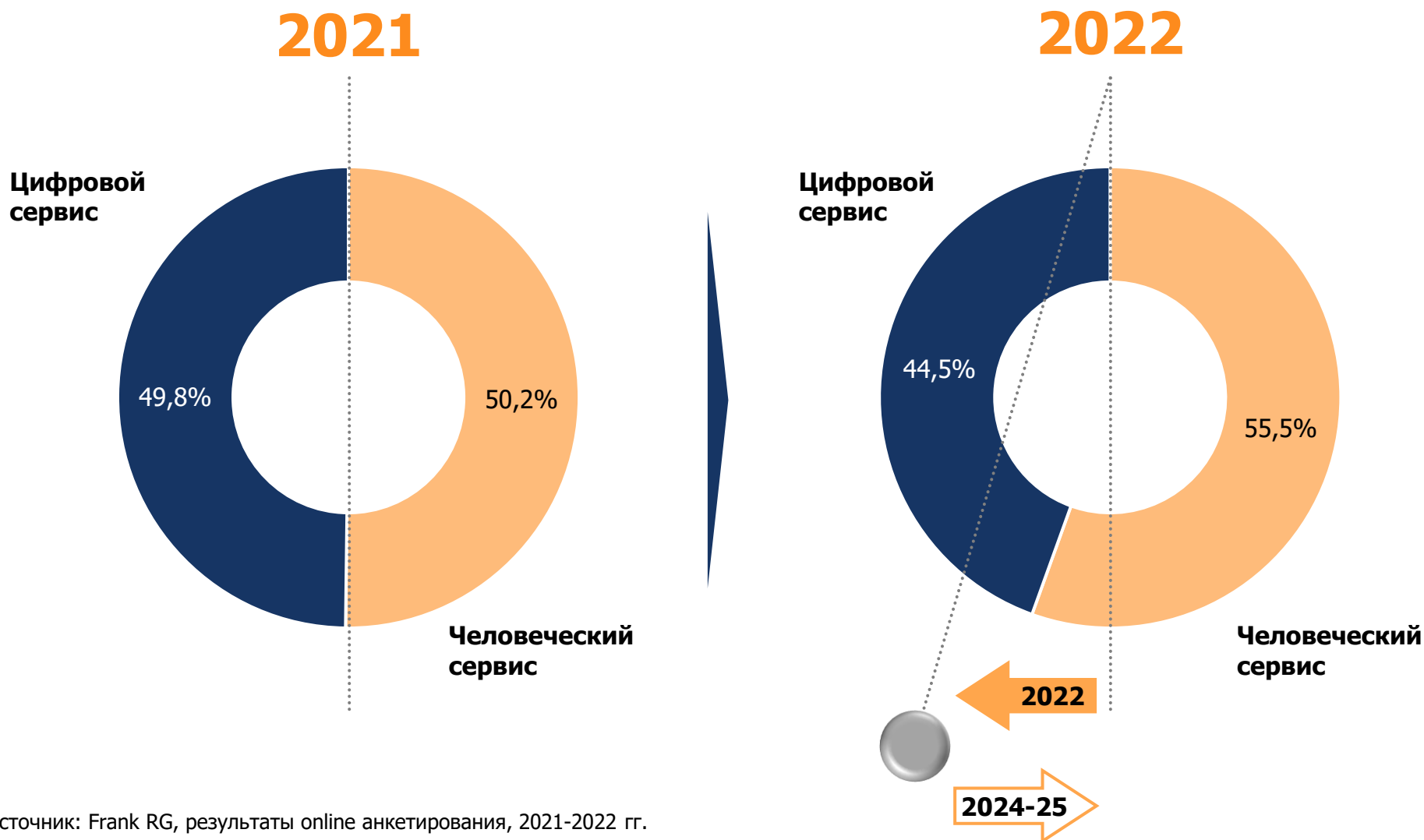
Комиссионный доход на клиента, 2022



Когда продукт – «тыква», основной фокус переходит на сервис

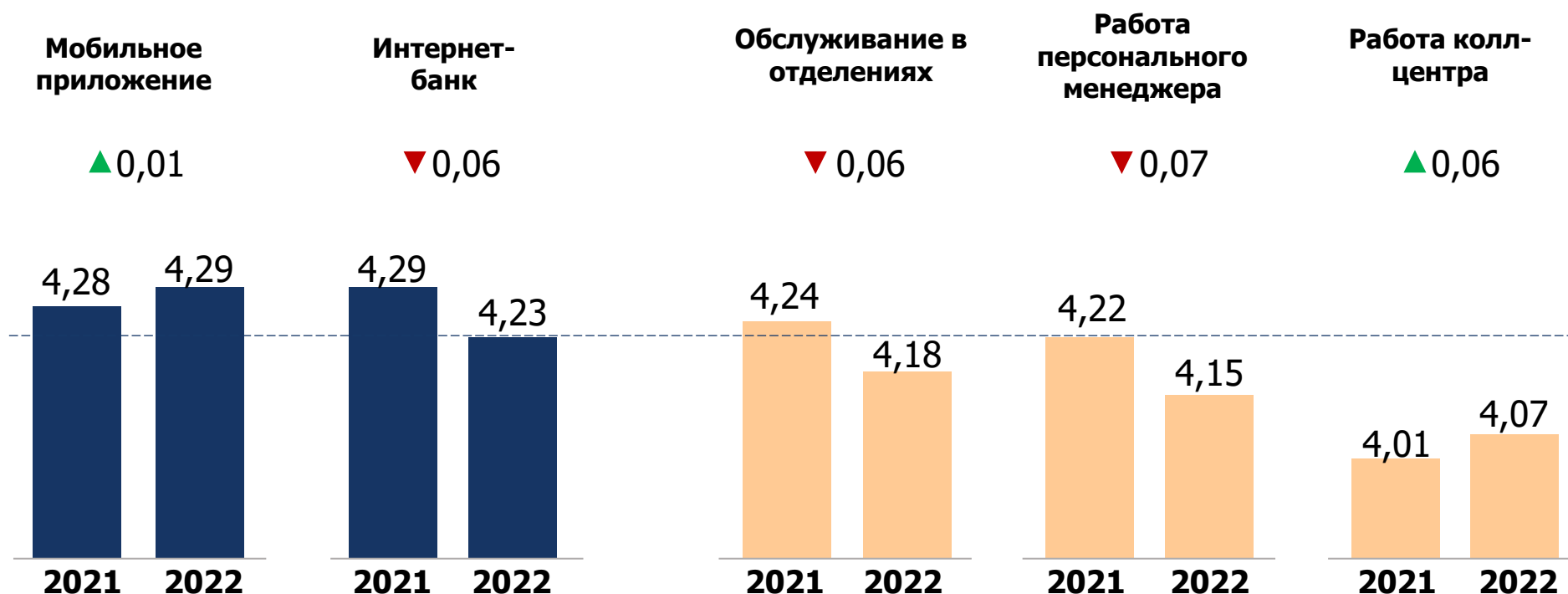


Впервые в истории наблюдений мы зафиксировали рост значимости человеческого сервиса, а не технологий

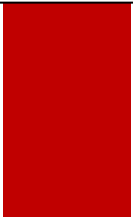
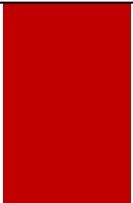



Удовлетворенности человеческим сервисом в среднем ниже, чем цифровым

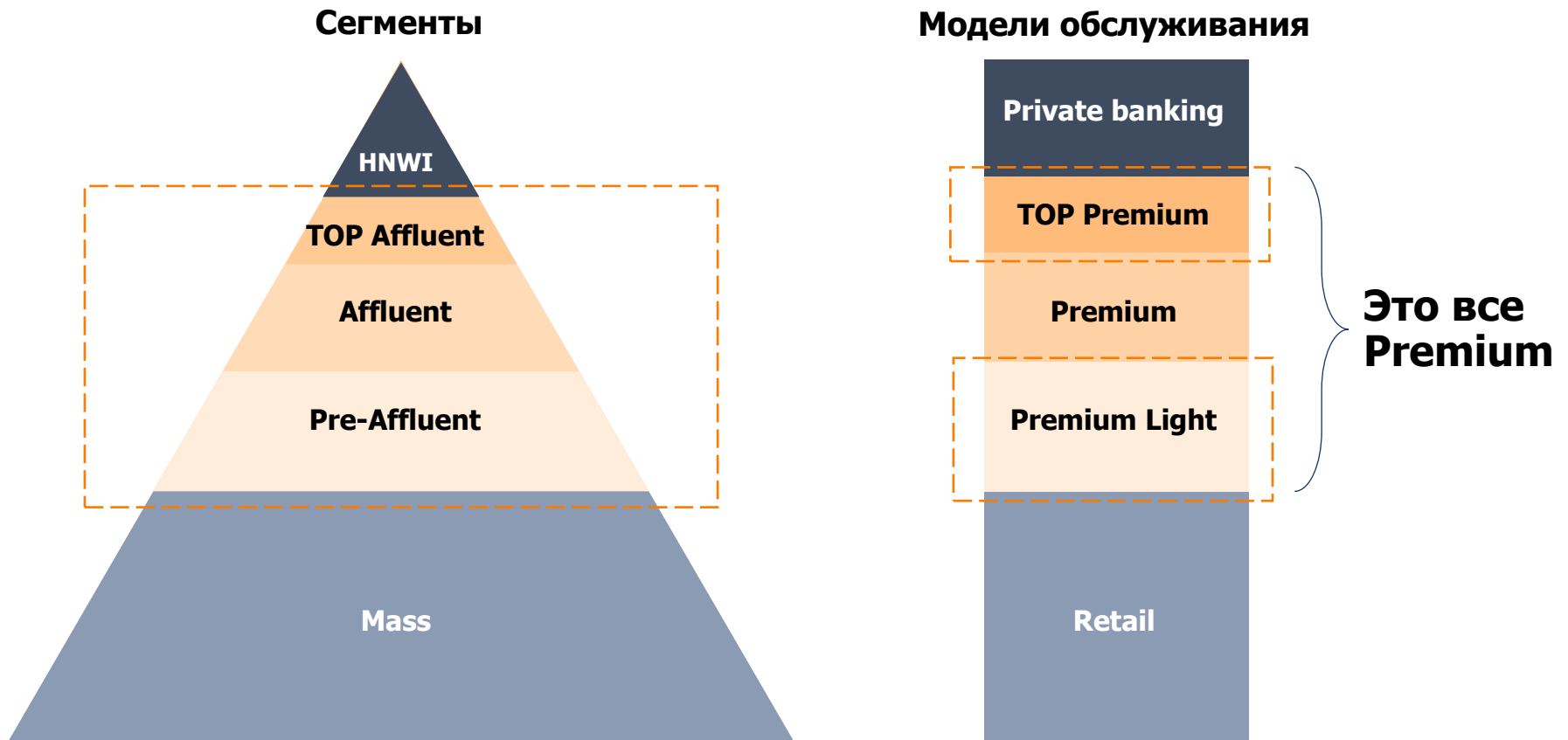
CSI – оценки клиентов premium banking по шкале от 1 до 5, 2021-2022 гг.
















































Удовлетворенность в старших сегментах выше, чем в pre-affluent

NPS по сегментам:	Pre-Affluent	Affluent	Top Affluent
			
	-14%	-13%	-11%
Средний размер капитала в банке	0,7 млн руб.	5,9 млн руб.	23,6 млн руб.
Доля инвестирующих клиентов	34,0%	56,7%	62,0%
Доля капитала в инвестициях	23,3%	27,8%	34,9%
Предпочитают ездить в офис	30,4%	35,4%	40,1%
Предпочитают обращаться только к менеджеру	35,4%	36,7%	39%
Средне кол-во премиальных программ/на клиента	1,5	1,6	1,7
Среднее кол-во продуктов на клиента	3,95	4,08	4,24

Эффективное управление премиальным сегментом требует тонкой настройки и продукта, и сервиса



Банки продолжают эксперименты с сегментами

Сегмент	TOP-Affluent	Affluent	Pre-Affluent
Капитал	Более 10 млн руб.	4-10 млн руб.	До 4 млн руб.
Сервисная модель	TOP Premium	Premium	Premium Light
 Альфа Банк			
 БСПБ			
 ВТБ			
 ГАЗПРОМБАНК			
 МКБ			
 МТС БАНК			
 открытие			
 ПСБ			
 Райффайзен Банк			
 росбанк			
 РоссельхозБанк			
 СБЕР БАНК			
 citibank			
 ТИНЬКОФФ			
 Уралсиб			
 ЮниКредит Банк			

Ключевые ориентиры на 2023

- Переход от «набора» продуктов к системе комплексного предложения нужных клиенту ценностей
- Тонкая настройка сегментации: дорогой сервис для дорогих клиентов
- Эффективное взаимодействие между каналами обслуживания: регулярная пересегментация клиентской базы и перевод клиентов между «этажами»
- Сохранение оптимизма и присутствие духа!



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, 5 этаж, офис 517

+7 (495) 280 7051
info@frankrg.com

www.frankrg.com