

FRANK RG

Premium banking в России 2021

Октябрь 2021

В премиальных программах обслуживаются 79% affluent клиентов, целевых для premium banking



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



Из них обслуживаются в premium banking

79%

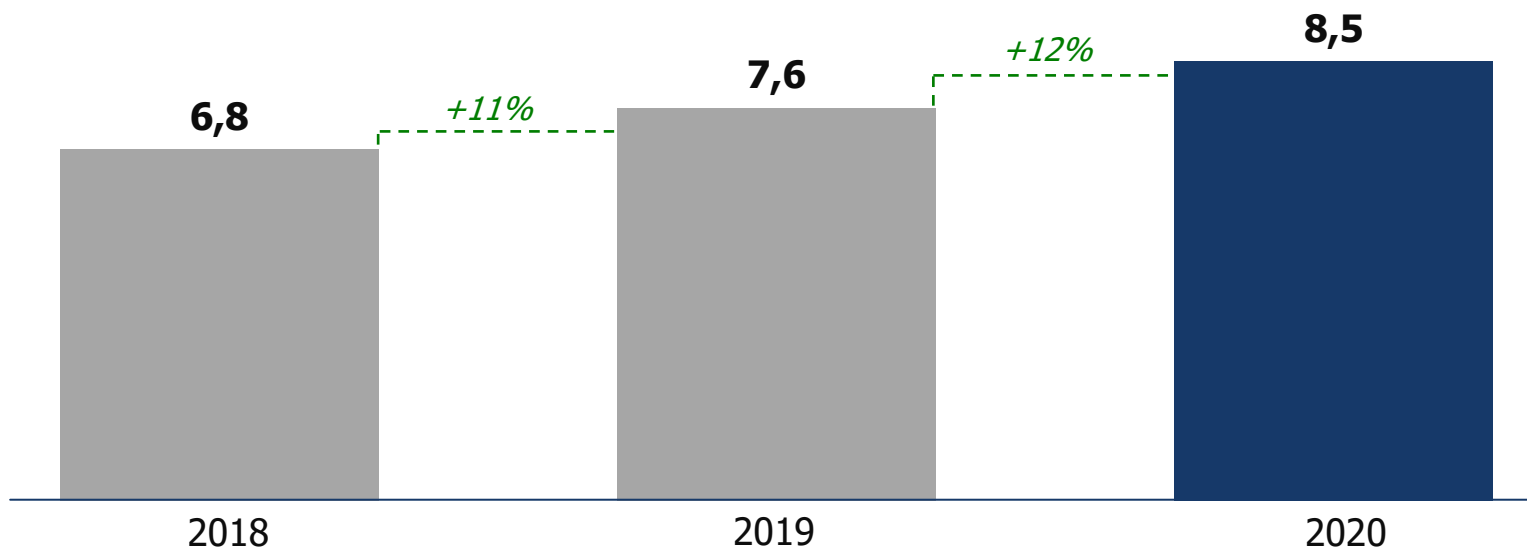
78%

73%

Объем капитала affluent клиентов вырос на 12%



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



Из них находятся у **клиентов premium banking**

68%

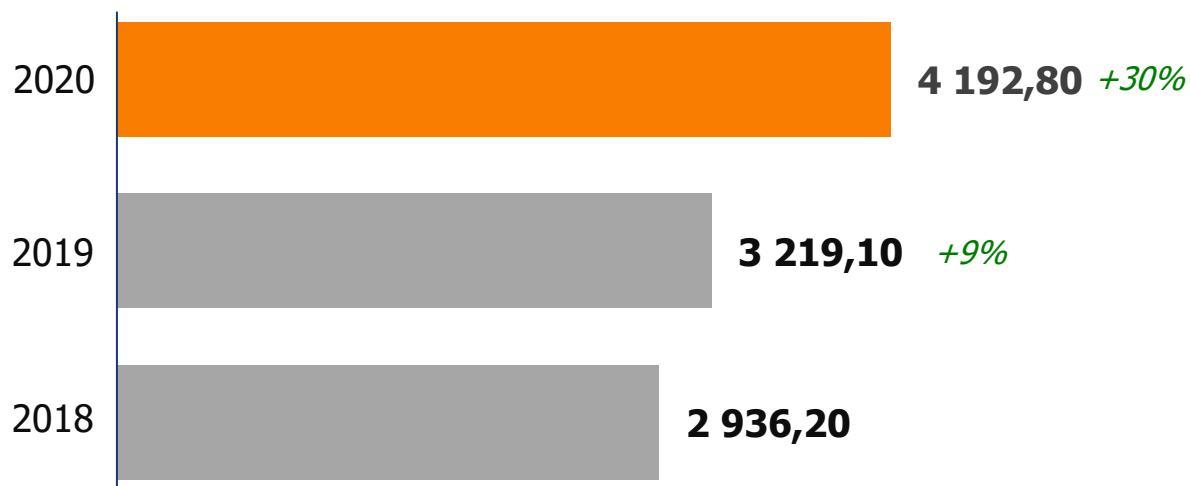
68%

73%

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



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



Из них обслуживаются в premium banking & premium light

20%

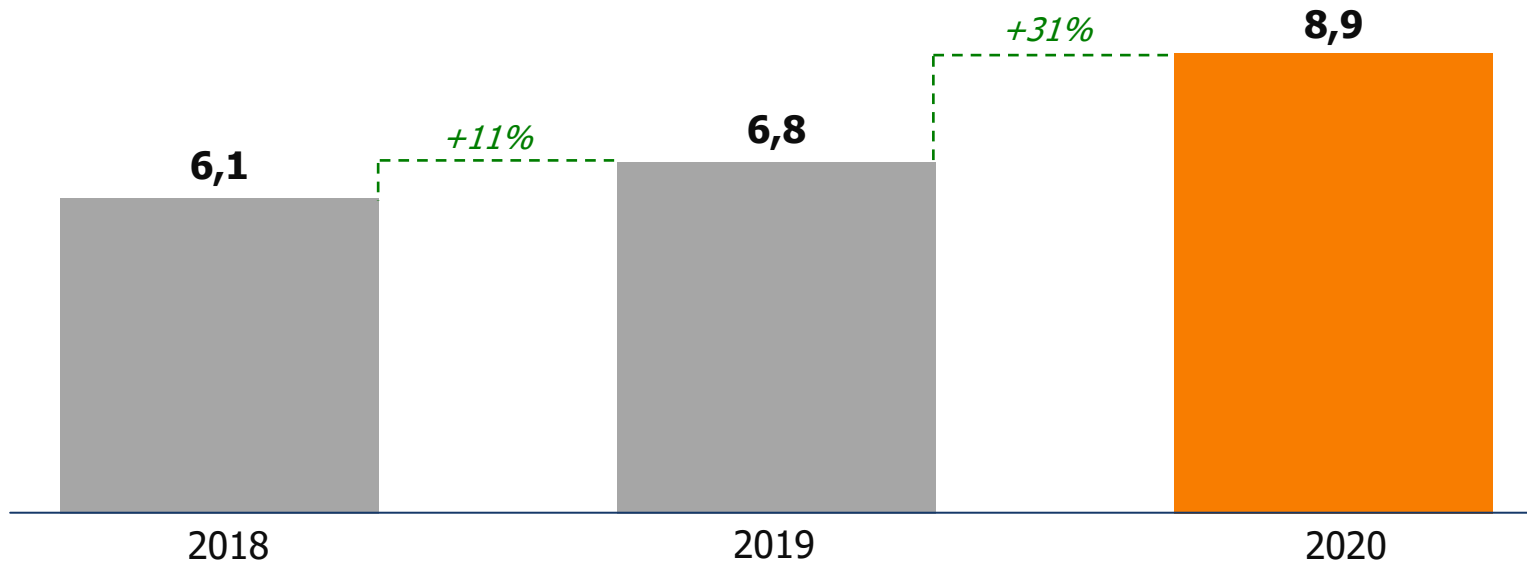
17%

14%

Объем капитала pre-affluent клиентов вырос на 31%



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



Из них находятся у **клиентов premium banking & premium light**

5%

7%

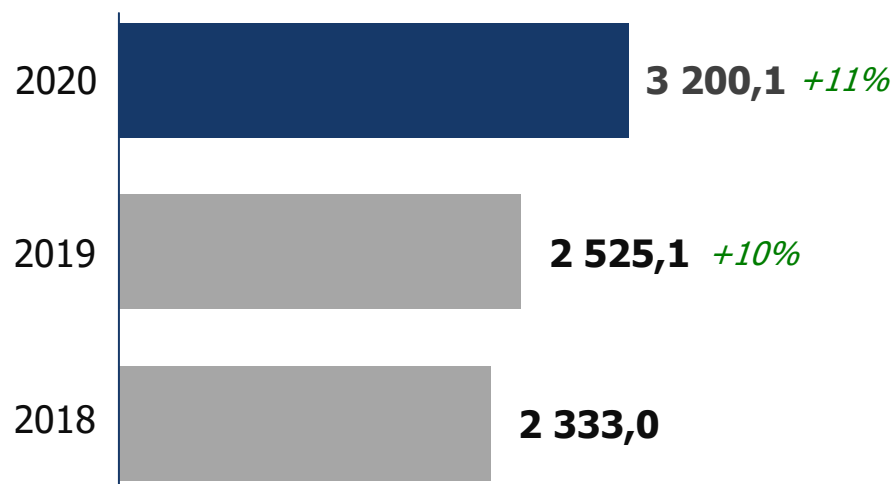
9%

Всего в России 3,2 млн клиентов premium banking с совокупным капиталом 7,2 трлн руб.

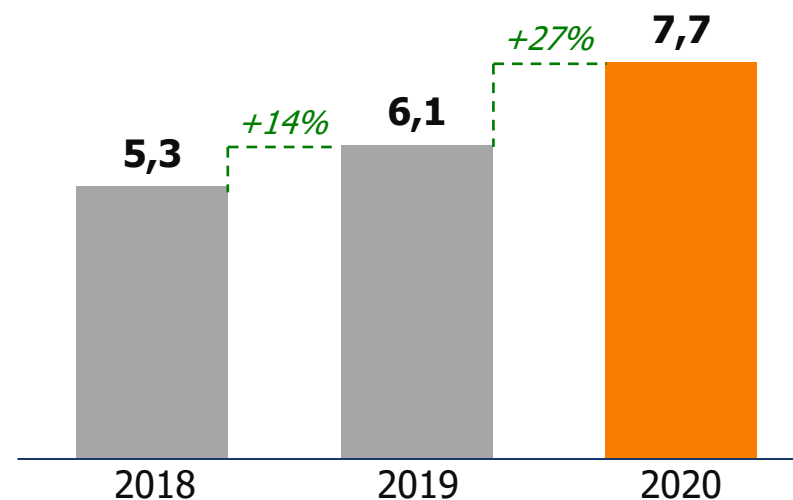
Клиенты и капитал в сегменте premium banking



Клиенты, тыс. чел.



Капитал, трлн руб.



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

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



Мужчины



-2 п.п.

+2 п.п.



Женщины

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



до 30 лет



30-45 лет



46-60 лет



от 60 лет



-1 п.п.

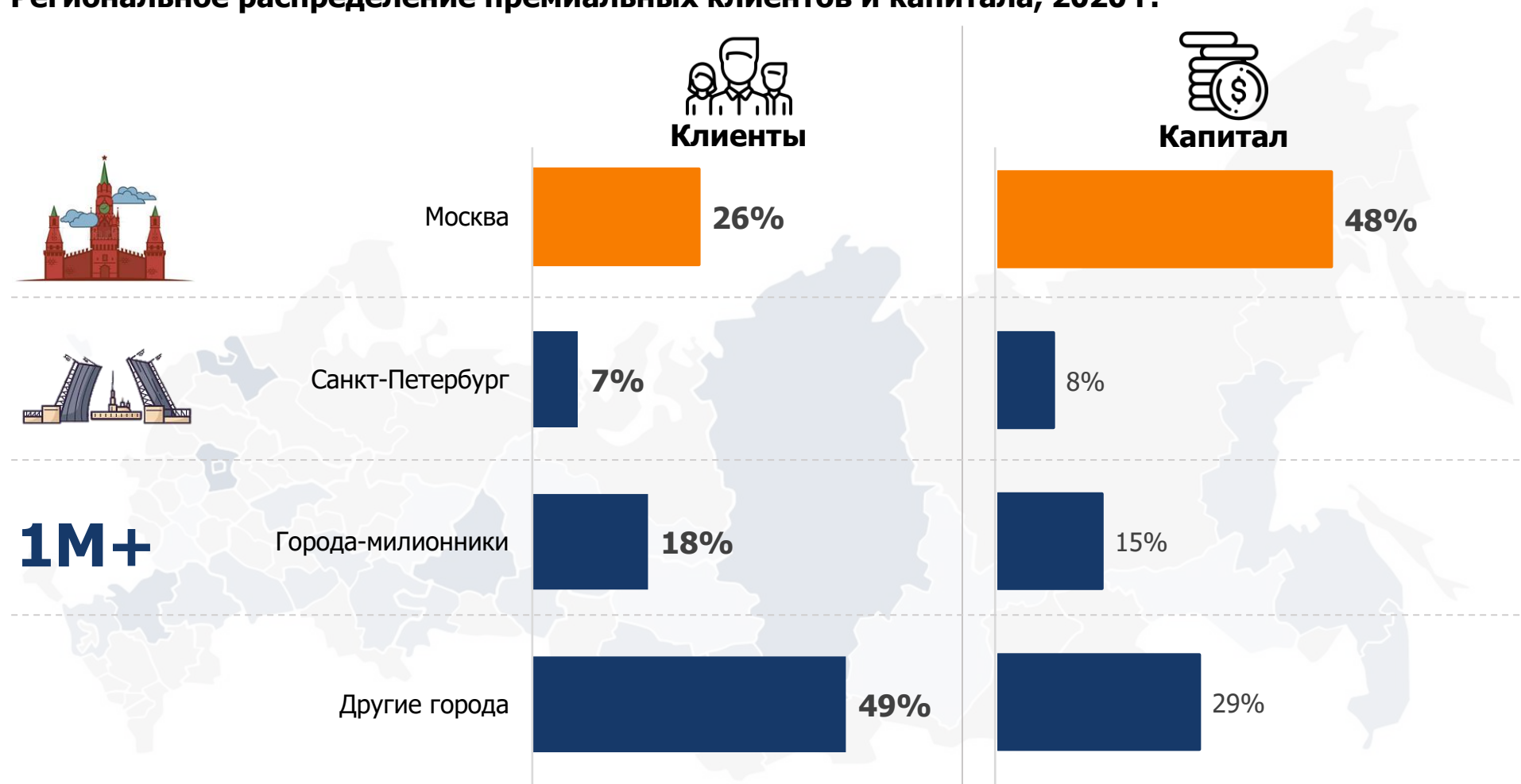
+1,5 п.п.

-2,5 п.п.

+2 п.п.

На 26% московских клиентов приходится 48% капитала

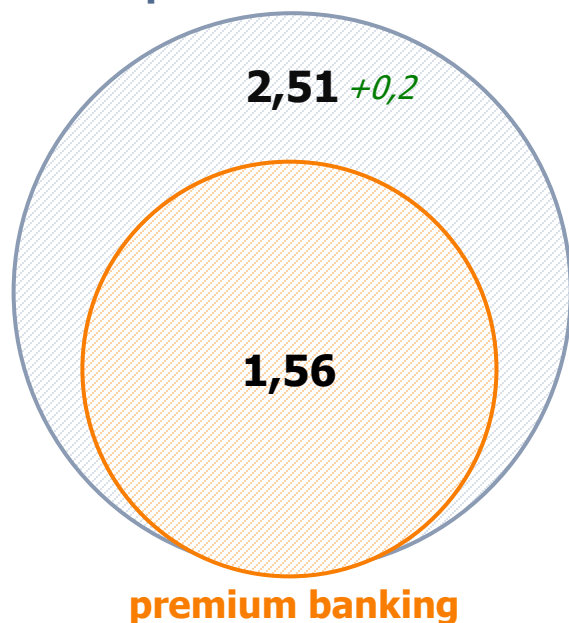
Региональное распределение премиальных клиентов и капитала, 2020 г.



Треть клиентов обслуживаются в нескольких premium banking

Среднее количество банковских программ у премиальных клиентов

premium+mass



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

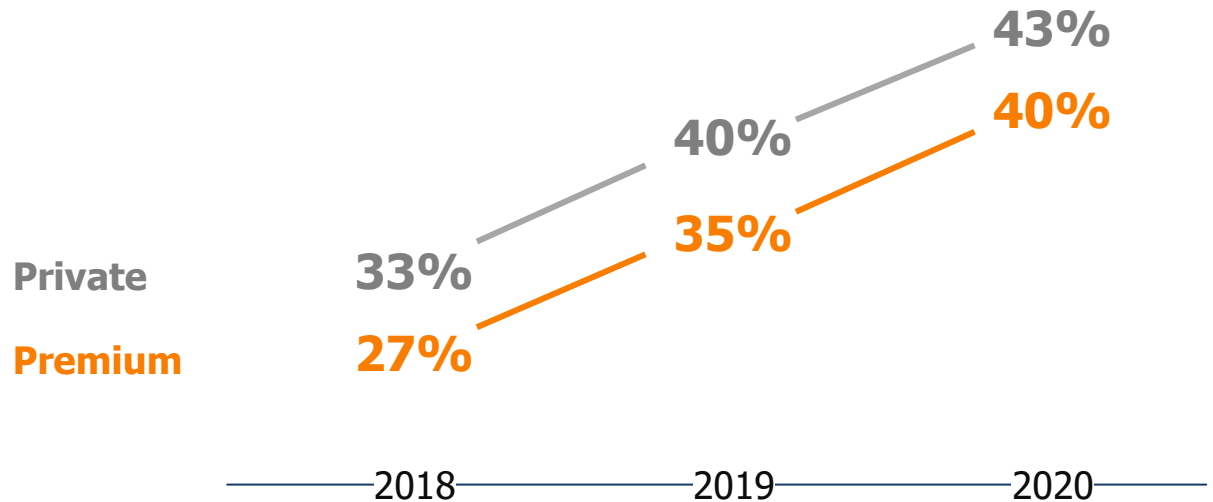


Причины перехода в другую программу premium banking, ТОП-10

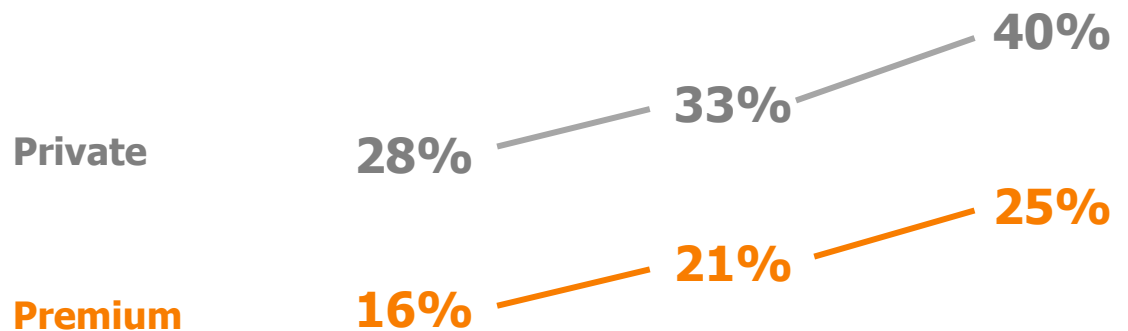


Вслед за private сегментом, инвестиции становятся ключевым продуктом и для сегмента premium banking

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



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 в портфеле. Клиенту должны быть доступны все привилегии премиальной программы, они должны быть видны и

Качественная инвестиционная экспертиза останется важным фактором в борьбе за клиента. Рост интереса к инвестициям во многом связан с популярностью темы

Нужно разработать механизм, который контролировал бы соблюдение принципа диверсификации, был понятен для клиента



Станислав Зайцев
Старший проектный лидер Frank RG

zaitsev@frankrg.com



FRANK RG

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

+7 (495) 280-70-51
info@frankrg.com

www.frankrg.com