

Premium banking в России 2023 – сегмент Top Affluent

— Стадия принятия неизбежного и переход к росту

DEMO

Приветственное слово руководителя проекта



Любовь Прокопова
Проектный директор
Wealth management Frank RG
Руководитель проекта
prokopova@frankrg.com



Екатерина Саббах
Старший аналитик
Wealth management Frank RG
sabbah@frankrg.com



Мargarита Гусаковская
Старший аналитик
Wealth management Frank RG
gusakovskaya@frankrg.com

Уважаемые коллеги!

Команда Frank RG рада представить исследование российского рынка premium banking, посвященное обслуживанию сегмента Top Affluent – клиентов с совокупным объемом финансового капитала более 10 млн руб. Сегмент Top Affluent является малочисленным и наиболее доходным для банка в рамках премиального сервиса. В период стабилизации рынка финансовых услуг в 2023 году сегмент Top Affluent показал наибольшую динамику роста, как по количеству клиентов, так и по объему располагаемого финансового капитала.

Наиболее актуальным вопросом является поиск оптимальной сервисной модели и продуктового наполнения для удержания целевого клиентского сегмента в банке. Основной стратегической задачей выступает обеспечение возможности органического роста клиентов Top Affluent до сегмента HNWI для последующей передачи в подразделение private banking.

В основе исследования сегмента Top Affluent лежит методика Frank RG «360 градусов», которая включает анализ экспертных интервью, основных бизнес-показателей банков, результатов клиентского опроса и глубинных интервью, омниканального клиентского пути и параметров продуктового предложения банков.

От лица команды искренне благодарю банки за доверие Frank RG и участие в проекте!



Мария Суховерова
Старший аналитик
Wealth management Frank RG
sukhoverova@frankrg.com



Валерия Ойнец
Ведущий аналитик
Wealth management Frank RG
oinets@frankrg.com



Александра Корецкая
Ведущий аналитик
Wealth management Frank RG
koretskaya@frankrg.com



Алена Межуева
Аналитик
Wealth management Frank RG
mezhueva@frankrg.com



Алина Сергета
Аналитик
Wealth management Frank RG
sergeta@frankrg.com



Виктория Захарова
Младший аналитик
Wealth management Frank RG
zakharova@frankrg.com



Дарья Степанян
Ассистент аналитика
Wealth management Frank RG
stepanyan@frankrg.com





































































Мария Коровина
Ассистент аналитика
Wealth management Frank RG
korovina@frankrg.com

Содержание

1. Об исследовании [4]
2. Рынок top premium banking в России: основные тренды 2023 г. [19]
3. Портрет премиального клиента [46]
4. Конкуренция на рынке top premium banking в России – общие характеристики основных игроков [66]
5. Клиентский путь – открытие премиального пакета [142]
 - 5.1. Получение информации о премиальном обслуживании [145]
 - 5.2. Визит в отделение [153]
 - 5.3. Личность менеджера [158]
 - 5.4. Открытие премиального пакета, оформление карты [176]
6. Клиентский путь – обслуживание в премиальном банке [184]
 - 6.1. Обслуживание: Коммуникация с банком [188]
 - 6.2. Обслуживание: Daily banking – платежи и переводы [199]
 - 6.3. Обслуживание: Daily banking – карты [244]
 - 6.4. Обслуживание: Размещение капитала – вклады и счета [291]
 - 6.5. Обслуживание: Размещение капитала – инвестиции [305]
 - 6.6. Обслуживание: Небанковские привилегии [355]
 - 6.7. Обслуживание: Получение кредита [374]
7. Методика расчета рейтинга [382]
8. Рейтинг банков Frank Premium Banking Award 2023 – Top Premium [392]

1 Об исследовании

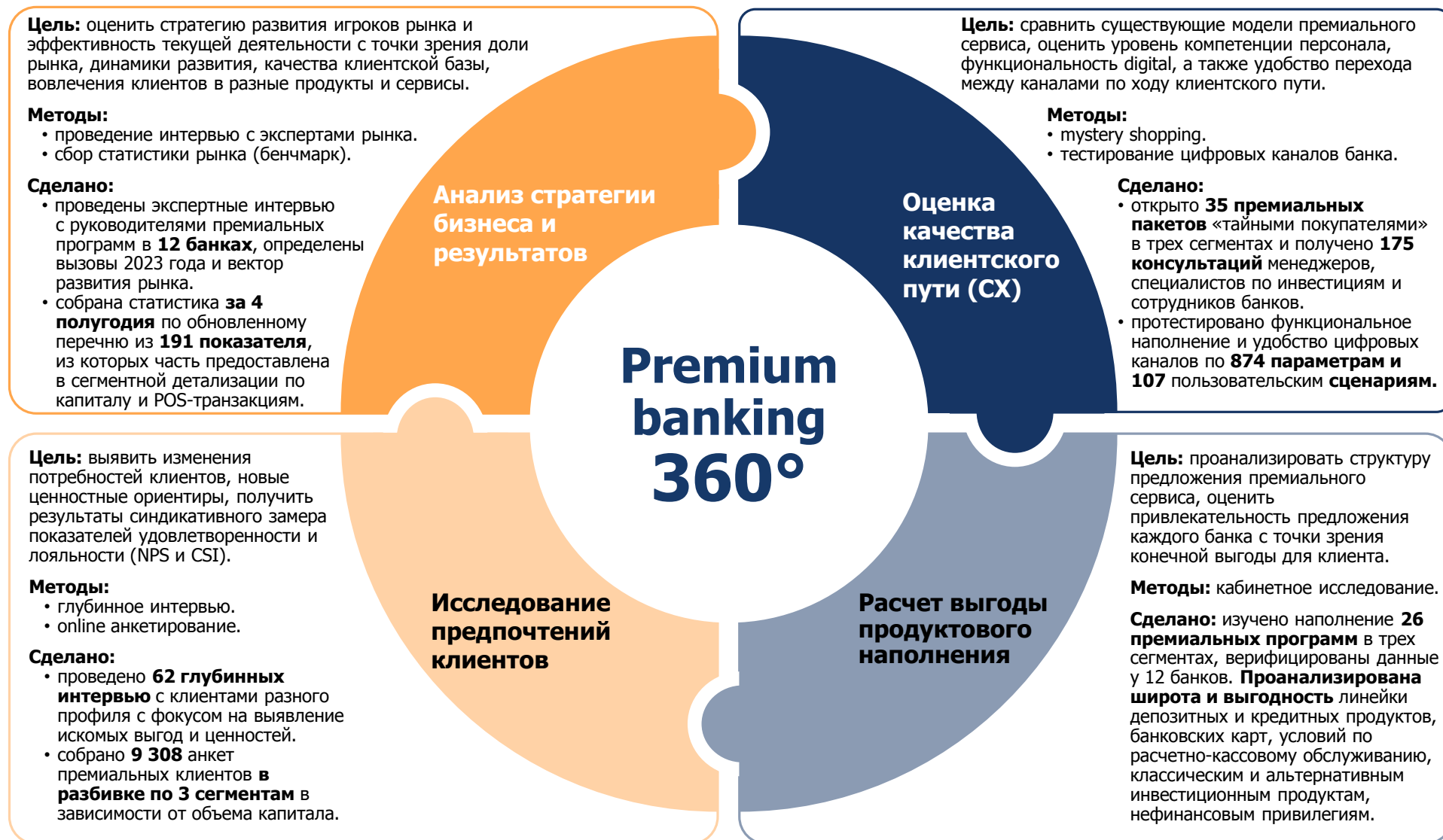
Frank RG Premium Banking 360°. Список проанализированных банков (по алфавиту)

№	Банк	Premium light	Premium banking	Top premium banking
		облегченный формат банковского обслуживания для сегмента Pre-affluent (капиталом до 3 млн руб.)	формат банковского обслуживания клиентов сегмента Affluent (капитал от 3 до 10 млн руб.)	формат банковского обслуживания клиентов сегмента Top Affluent (капитал от 10 млн руб.)
1	 Альфа-Банк	–	Альфа-Премиум	 Альфа-Премиум 
2	 БСПБ	Премиум лайт 	Премиум 	Премиум 
3	 ВТБ	Привилегия 	Привилегия 	Привилегия 
4	 Банк ГПБ	Газпромбанк. Премиум 	Газпромбанк. Премиум 	Газпромбанк. Премиум UP 
5	 Банк Зенит *	Премиум 	Премиум 	ТОП Премиум 
6	 МКБ	МКБ Премиум 	МКБ Премиум 	МКБ Премиум 
7	 МТС Банк	МТС Банк Премиум Лайт 	МТС Банк Премиум Плюс 	МТС Банк Премиум Топ 
8	 ФК Открытие	Статус Плюс 	Статус Премиум 	Статус Премиум 
9	 ПСБ *	Orange Premium Club 	Orange Premium Club 	Orange Premium Club+ 
10	 Райффайзен Банк	Премиальный 5 	Премиальный 5 	Премиальный 5 
11	 Росбанк	Премиальный Online 	Премиальный 	Премиальный 
12	 РСХБ	Премиум 	Ультра 	Ультра 
13	 СберПремьер	СберПремьер 	СберПремьер 	СберПервый 
14	 Совкомбанк *	Premium 	Premium 	Premium 
15	 Тинькофф	–	Тинькофф Премиум 	Тинькофф Премиум 
16	 Банк Уралсиб *	Premium Light 	Premium 	Premium 
17	 ЮниКредит Банк *	Extra 	Prime 	Prime 

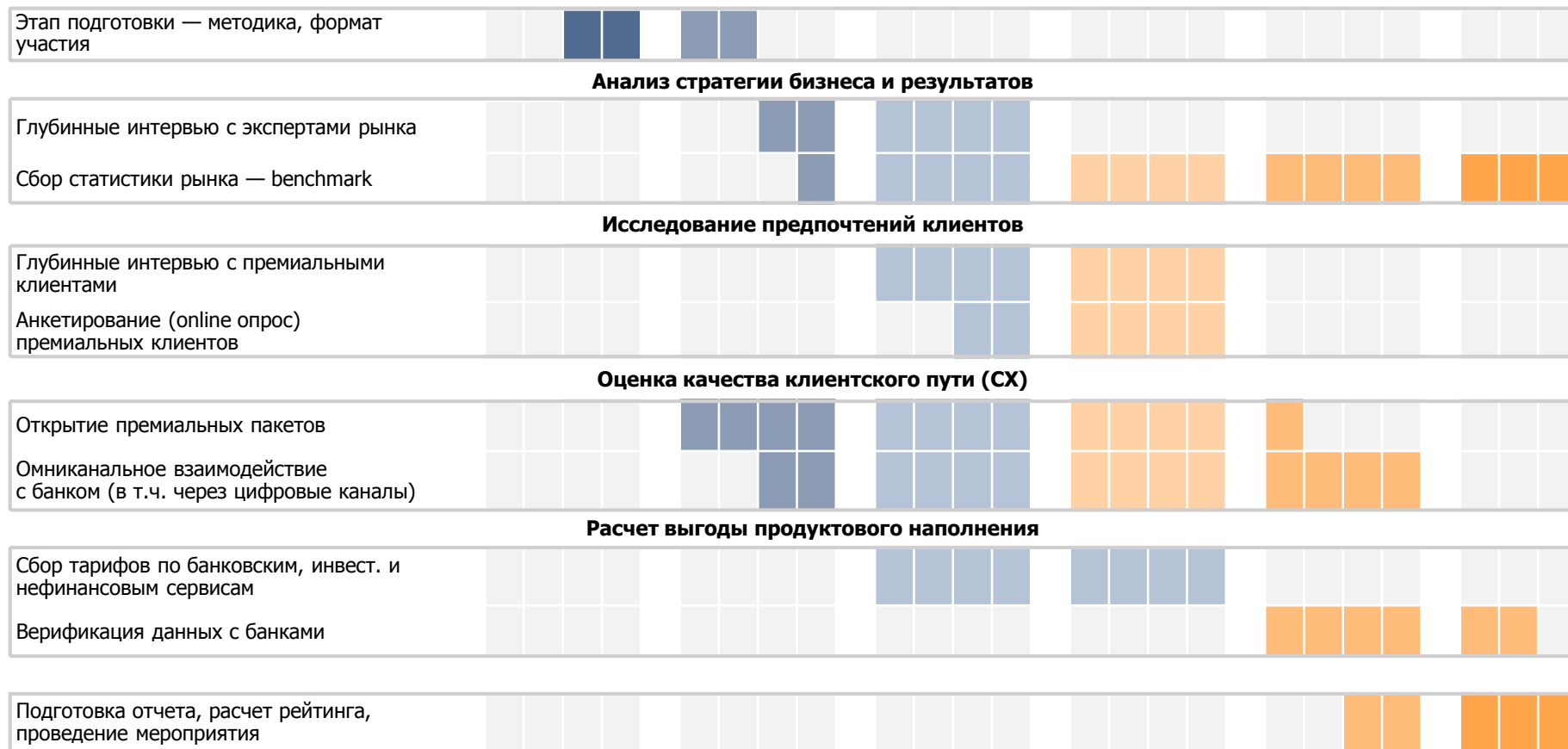
 Top premium: отдельный сервис + продукт  Top premium: продуктовая надстройка  Программа premium  Программа premium light

Источник: Frank RG, 2023 г. * – игроки, которые были проанализированы без дополнительной верификации данных с банками.

Frank RG Premium Banking 360° — наполнение исследования в 2023 году



Frank RG Premium Banking 360° — план исследования в 2023 году



Этап глубинных интервью. Описание

Согласование гайда

Запуск, проведение глубинных интервью

Расшифровка, обработка результатов

Июнь

Июль

Август



Формат глубинного интервью

- офлайн:
 - в отделении банка (в переговорной комнате / в кабинете персонального менеджера)
 - на нейтральной территории (в кафе)
- онлайн (видеозвонок в Zoom / WhatsApp)

География: Москва, МО

Выборка, количество человек

Рекрут банков-участников – всего 60 интервью

Содержание гайда



Вводные вопросы

Небольшой рассказ о себе (сфера занятости и род деятельности)



Опыт премиального обслуживания

- Как и когда стали премиальным клиентом
- В каких банках обслуживались / обсуживается
- Выгода от обслуживания сразу в нескольких банках
- ИП / Бизнес-счета. Есть ли преимущества иметь бизнес-счета / ИП и премиальное обслуживание в одном банке



Потребности в банковских продуктах

- Какими продуктами пользуетесь в банках (карты, кредиты, РКО, вклады, нефинансовые сервисы)
- На что обращаете внимание при выборе банка
- Опыт инвестиционных вложений. Полагаетесь ли на совет консультанта / менеджера при принятии инвестиционных решений
- О каких преимуществах премиального обслуживания знаете, но не пользуетесь



Канал взаимодействия с банком

- По каким вопросам и через какой канал взаимодействия обращаетесь в банк
- Довольны ли взаимодействием с персональным менеджером
- Может ли существовать премиальный сервис без менеджера, и как он может быть построен

- Чем чаще пользуетесь интернет-банком или мобильным приложением, какие операции там совершаете
- Разница по удобству между digital каналами банков, где являетесь премиальным клиентом
- Что удобнее: разделение банковских операций, инвестиций, консьерж-сервиса по разным приложениям или реализация функционала в одном приложении



Ценность премиального сервиса

- Что важнее – выгода от взаимодействия с банком или качество сервиса
- По каким параметрам вы оцениваете выгоду / качество сервиса
- NPS по шкале от 1 до 10

Этап анкетирования. Описание



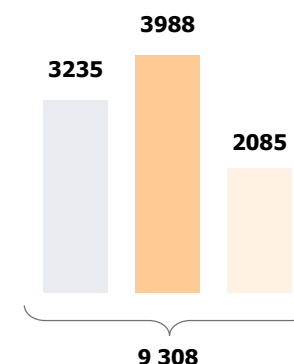
Июль	Август			Сентябрь			Октябрь		
------	--------	--	--	----------	--	--	---------	--	--

Сегментация и критерии отбора респондентов

География: Российская Федерация

Среднемесячный POS, тыс. р.	Совокупный капитал, млн р.							
	0	0-0,4	0,5-0,9	1-1,4	1,5-2,9	3-5,9	6-9,9	10+
0				Pre	Pre	Affluent	Affluent	Top
0-49				Pre	Pre	Affluent	Affluent	Top
50-74			Pre	Pre	Pre	Affluent	Affluent	Top
75-149	Pre	Pre	Pre	Pre	Affluent	Affluent	Affluent	Top
150-599	Affluent	Affluent	Affluent	Affluent	Affluent	Affluent	Top	Top
600+	Top	Top	Top	Top	Top	Top	Top	Top

Выборка по каждому сегменту, кол-во чел.



Структура анкеты – общая часть 19 вопросов

Выбор банка 4 вопроса

Выбор банка, программы, срок обслуживания, формат

Вовлечение клиентов в разные продукты 1 вопрос

Оценка репутации 2 вопроса

Пол, возраст, город, тип занятости

Важность параметров обслуживания 3 вопроса

Продукт, сервис и каналы ДБО

Демография 4 вопросов

Параметры репутации и бизнес-устойчивости банка

Удовлетворенность обслуживанием 5 вопросов

NPS и CSI: сервис с участием человека, цифровой сервис, продукт

Структура анкеты – вариативный блок

Daily banking и привилегии 4 вопроса

Важность параметров продуктов:

- Дебетовая и кредитная карта
- Программа лояльности
- Небанковские привилегии

Продукты сбережения и РКО 5 вопросов

Важность параметров продуктов и услуг:

- Вклады
- Инвестиции
- Снятие наличных
- Переводы
- Конвертация валюты

Формат организации сервиса 3 вопроса

Предпочитаемый формат обслуживания —

- в отделении / удаленно
 - с менеджером / с любым банковским сотрудником
 - самостоятельно
- + важность параметров мобильного приложения

Пересегментация клиентов. Методика и результаты

Критерии пересегментации клиентов

Количество отмеченных клиентами программ (кроме банка-отправителя анкеты)

Сегмент банка	Premium light	Premium	Top premium	Private	Сегмент Frank RG
Pre-affluent	1	0	0	0	Pre-affluent
Pre-affluent	Более 2	0	0	0	Pre-affluent
Pre-affluent	0	1	0	0	Pre-affluent
Pre-affluent	0	2—3	0	0	Affluent
Pre-affluent	0	Более 4	0	0	Top affluent
Pre-affluent	0	0	1	0	Top affluent
Pre-affluent	0	0	0	1	Top affluent
Affluent	Более 1	0	0	0	Affluent
Affluent	0	1—2	0	0	Affluent
Affluent	0	Более 3	0	0	Top affluent
Affluent	0	0	1	0	Top affluent
Affluent	0	0	0	1	Top affluent
Top affluent	0	0	0	0	Top affluent

Объективный сегмент клиента «рыночный сегмент» отличается от сегмента, который видит банк. На основе данных, полученных в рамках анкетирования, где премиальные клиенты отмечали все банки и программы, в которых обслуживаются, Frank RG удавалось получить более полную информацию о клиенте, что давало основание рассматривать клиента в другом сегменте (более высоком – Affluent, Top Affluent) по сравнению с изначально присвоенным банком. Критерии для ресегментации клиентов основаны на количестве отмеченных респондентами программ premium banking, а также модели private banking (см. таблицу).

«Рыночная сегментация» клиентов, на которую опирается Frank RG, является более объективной. В результате процесса пересегментации часть клиентов была переведена в более «высокий» сегмент в результате чего новый сегмент Top Affluent вырос.

Frank RG принимал к анализу незавершенные анкеты для того, чтобы повысить выборку банков с изначально меньшим объемом опрошенных респондентов. Наиболее критичными для исследования являлись ответы на вопросы, необходимые для расчета удовлетворенности и лояльности (NPS, CSI).

Результаты проведенной пересегментации клиентов

	Кол-во анкет по сегменту банков (в т. ч. незавершенные)	Перевод клиентов в более высокий сегмент			Кол-во анкет по сегменту Frank RG (в т. ч. незавершенные)	Δ, %	Кол-во незавершенных анкет
		Pre-affluent	Affluent	Top Affluent			
Top Affluent	2 166	—	—	—	2 544	+17,5%	85
Affluent	4 023	—	—	246	3 954	-1,7%	33
Pre-affluent	3 299	—	177	132	2 990	-9,4%	62
Всего	9 488				9 488		180

Методика расчета NPS и CSI

В рамках проведенного анкетирования клиенты оценивали **общую удовлетворенность обслуживанием банка (NPS) и степень удовлетворенности (CSI по шкале от 1 до 5)** следующими критериями сервиса:

Цифровой сервис	Сервис с участием человека	Продукт
<ul style="list-style-type: none"> • мобильное приложение • чат в мобильном приложении • интернет-банк • приложение для инвестиций • сайт банка 	<ul style="list-style-type: none"> • обслуживание в отделениях • работа персонального менеджера • инвестиционная экспертиза сотрудников • работа колл-центра 	<ul style="list-style-type: none"> • наполнение пакета банковскими продуктами и условия по ним • полнота инвестиционных продуктов и результативность предложенных стратегий • нефинансовые привилегии

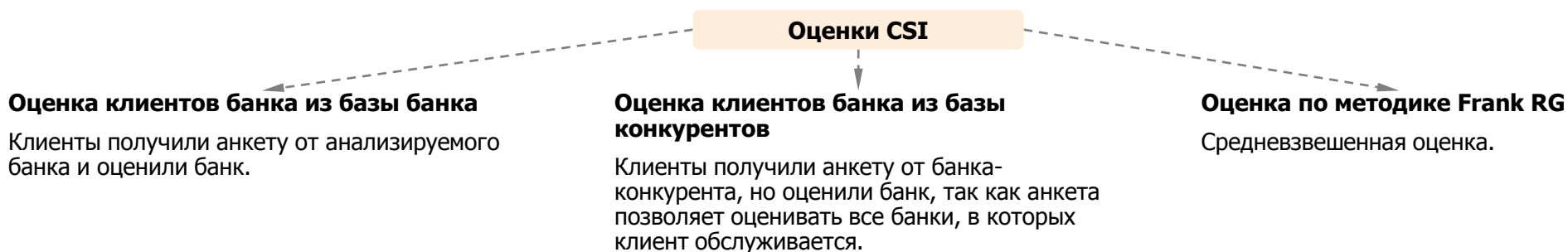
В 2023 году **целевой объем выборки премиальных клиентов** для участия в анкетировании был рассчитан с учетом опыта прошлого года по собранным откликам респондентов от каждого банка с учетом минимального требования к количеству респондентов (90 респондентов для каждого банка-участника).

Вне зависимости от того, какой банк выслал запрограммированную анкету, **каждый клиент** мог выбирать из списка **все банки, в которых он обслуживается, и оценить их**. Многие клиенты **обслуживаются в нескольких банках одновременно** (по данным настоящего исследования, это около 40% клиентов), удовлетворенность обслуживанием оценивалась клиентами каждого банка как из собственной выборки (клиенты из базы банка), так и из базы других банков-участников исследования (клиенты из баз банков-конкурентов).

В ходе проведенного исследования в некоторых банках были обнаружены нарушения методики проведенного анкетирования:

- не был получен требуемый отклик по выборке (собрано менее 100 анкет);
- не было соблюдено требование к рассылке на основе случайной выборки и в анализируемую базу попали наиболее лояльные банку клиенты.

Для того чтобы сгладить полученные недостатки выборки, Frank RG учитывал ответы всех клиентов (клиентов из баз банка и клиентов из баз банков-конкурентов) на основе средневзвешенной оценки, которая учитывала коэффициент разницы между оценками двух клиентских групп. Полученные средневзвешенные оценки CSI использовались в анализе и при подсчете рейтинга.



Структура оценок NPS и CSI

Оценки клиентов из баз конкурентов могут быть ниже, чем оценки клиентов из базы банка по следующим причинам:

- сохраняется **метод случайной выборки** — исключено смещение выборки в сторону лояльных клиентов банка;
- опрашиваются **клиенты** с текущим опытом **обслуживания в двух и более банках**, поэтому оценка более критичная;
- у игроков с небольшой долей рынка **выборка клиентов** из баз конкурентов может быть недостаточной для достоверной оценки (менее 100 клиентов).

Frank RG принимает к анализу обе оценки и формирует средневзвешенный результат. Оценки банков-неучастников исследования индикативны, не могут быть проанализированы в полной мере в связи с отсутствием релевантной выборки.

Проблема дисбаланса оценок

Оценка индекса NPS сильно колеблется в зависимости от того, какой банк оценивает клиент: тот, от которого получил приглашение к опросу (база банка), или прочие банки, премиальными программами которых также пользуется. В большинстве случаев по базе банка оценки готовности рекомендовать банк выше. Это может быть связано как с тем, что отклик на опрос поступает от самых лояльных клиентов, так и с психологией участия в опросах: клиенты не всегда готовы сказать правду «в лицо», но охотно критикуют «за глаза».

Характеристики выборки и приведение в репрезентативный формат

Для расчета в выборку попадали клиенты, которые обслуживаются в целевой программе соответствующего сегмента:

Сегмент	Программа
Pre-affluent	<input type="radio"/> Программа premium light
	<input checked="" type="radio"/> Программа premium, оцененная клиентами Pre-affluent
Affluent	<input checked="" type="radio"/> Программа premium
Top Affluent	<input type="radio"/> Top premium
	<input checked="" type="radio"/> Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent

Методика оценки сервиса

Оценка сервиса в рамках рейтинга была распределена между различными каналами клиентского пути, который начинается с этапа получения первичной информации о премиальной программе и заканчивается пользовательским омниканальным опытом.

Итоговый результат банка складывается из оценок Frank RG, полученных методом «тайных покупок» и методами функционального и сценарного исследования цифровых каналов обслуживания, а также оценок удовлетворенности клиентов, полученных методов online анкетирования.



Путь клиента

Узнать о премиальном обслуживании

Уточнить информацию

Открыть карту

Понять, как разместить капитал

Начать пользоваться услугами банка

Совершать daily операции

Цифровой сервис

Мобильное приложение банка

Интернет-банк

Приложение для инвестиций

Приложение-консьерж

Сайт

Омни-канальность

Сервис с человеческим участием

Специалисты премиального сервиса

Персональный менеджер

Менеджер удаленно

Менеджер в отделении

Инвестиционный консультант

Сотрудники отделений и колл-центра

Отделения (широта сети, комфорт)

Оценка Frank RG:

- Оценка клиентского опыта по результатам **66 консультаций** менеджеров, специалистов по инвестициям и сотрудников банков и **4-х месячного опыта обслуживания** в рамках **15 открытых премиальных пакетов** «тайными покупателями».
- Оценка функционального наполнения по **874** параметрам и тестирование по **107** уникальным пользовательским сценариям мобильного приложения банка, интернет-банка, сайта, приложения для инвестиций, приложения-консьерж.

Оценка клиентов – CSI:

Обслуживание в отделениях банка
Работа персонального менеджера
Инвестиционная экспертиза сотрудников банка
Работа колл-центра
Интернет-банк (открытый в браузере телефона / компьютера)
Работа чата (в мобильном приложении)
Мобильное приложение
Приложение для инвестиций
Сайт банка

Методика оценки дистанционных каналов обслуживания (1/2)

Оценка дистанционного банковского обслуживания (ДБО) является частью оценки «Сервис».



Раздел digital-тестирования	Продукт	Мобильный банк	Интернет-банк	Сайт	Приложение для инвестиций	Приложение-консьерж	Оmnikanальность	
Банк	X%	Дебетовые карты	■	■				
		Денежные переводы и обмен валюты	■	■				
		Кредитные карты	■	■				
		Банковские ячейки	■	■				
		Кредиты	■	■				
		Вклады и накопительные счета	■	■				
		Драгметаллы	■	■				
Инвестиции	X%	Брокерское обслуживание	■	■		■		
		Готовые инвестиционные продукты	■	■		■		
Привилегии	X%	Бизнес-залы	■	■			■	
		Страхование ВЗР	■	■				
		Такси и трансферы	■	■			■	
		Мероприятия от банка						
		Консьерж-сервис	■	■			■	
Экосистема	X%	Инфраструктура для бизнеса	■	■				
		Страхование и медицина	■	■				
		Привилегии, связанные с образом жизни	■	■				
Цифровая оболочка	X%	Технические элементы	■	■		■		
CSI	X%		■	■	■	■	■	

Источник: Frank RG, 2023 г.

Методика оценки дистанционных каналов обслуживания (2/2)

X%

Сценарное исследование

В рамках данного этапа были протестированы **53 клиентских сценария** в **5 цифровых каналах** банка _____

Оценка скорости выполнения каждого сценария

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

Оценка очевидности и понятности клиентского пути

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

Оценка наличия «фич»

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

Оценка омниканальности цифровых каналов банка

- _____

- _____

- _____

X%

Функциональное тестирование

- В рамках данного этапа было оценено функциональное наполнение **5 цифровых каналах** банка _____
- _____

Методика проведения и оценки параметров этапа **mystery shopping**



Срок проведения: июнь-октябрь 2023 г.

География: г. Москва.



Консультации. 66 консультаций (по 2–3 консультации в 17 банках):

- в отделении:
 - визиты по предварительной договоренности путем подачи online-заявок на сайтах банков либо через колл-центры банков.
 - визиты walk in (без предварительной договоренности).
- по телефону (через колл-центры банков или с помощью дистанционных консультаций с менеджерами).



Премиальные пакеты. Открыто 15 премиальных пакетов, в рамках которых в течение 4 месяцев тестировался премиальный сервис банков. В приоритете выбиралось дистанционное оформление пакета, как наиболее быстрый и комфортный путь к премиальному обслуживанию; в банках, которые данную услугу не предоставляют, пакеты были открыты непосредственно в отделениях.



Методика проведения этапа и оценки параметров

По группам параметров оценивались: поиск информации по премиальному пакету услуг, первичная консультация, комфортность организации встречи, комфортность отделения и персонала при визите клиента, консультация менеджера и инвестиционного консультанта, оформление премиального пакета, уровень и комфортность премиального обслуживания и смены / временной смены менеджера.

Оценка процесса закрытия пакета не вошла в итоговый рейтинг ввиду недостаточного объема выборки, но были проанализированы лучшие и худшие практики на рынке. В 2023 году в рамках оценки компетенций премиальных менеджеров оценивались как профессиональные навыки и личность менеджера, так и уровень понимания экономической ситуации, знания наполнения премиального пакета (банковских, инвестиционных и инвестиционно-страховых продуктов, нефинансовых привилегий), а также проанализирована лояльность сотрудника банку и уровень знаний конкурентных преимуществ.

Методика оценки сервиса с человеческим участием

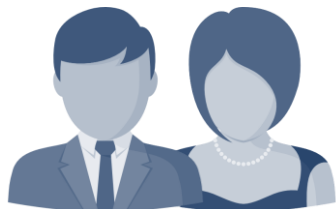
Оценка сервиса с человеческим участием является частью оценки «Сервис».



Шаг клиентского пути	Менеджер – качество коммуникации и доступность	Менеджер – компетентность	Инвестиционный консультант	Процессы (оформление пакета, получение карты)	Колл-центр	Отделение
Поиск информации по премиальному пакету услуг, первичная консультация					■	
Организация встречи с персональным менеджером	■					
Организация визита в отделение – комфортность отделения и персонала						■
Консультация с персональным менеджером по банковским вопросам		■				
Консультация с персональным менеджером по Lifestyle-привилегиям		■				
Консультация по инвестиционным продуктам		■	■			
Оформление премиального пакета				■		
Получение и активация карты				■		
Опыт премиального обслуживания	■			■	■	
Смена / временная смена менеджера	■					
Сеть отделений						■
CSI	■	■	■	■	■	■

Источник: Frank RG, 2023 г.

Профили и легенды тайных покупателей в top premium banking 2023



Пол, возраст:

Мужчина, 55+ лет, женат, есть дети
Женщина, 40-45 лет, замужем, есть дети

Тип занятости: Собственник бизнеса, предприниматель, ЛПР в компании

Профиль: умеренно-агрессивный

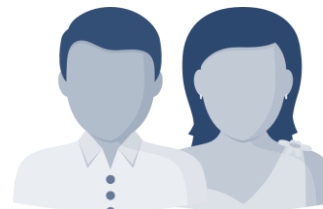
Легенда для российских банков:

В данный момент клиент зарубежного банка и одного российского. Есть потребность размещения около 10-15 млн руб., освободившихся в другом банке после закрытия продукта.

Желателен регулярный пассивный доход. В связи с неопределенными планами текущего зарубежного банка по уходу из России, клиент планирует разместить часть средств в одном из других российских банков, так как в текущем банке, в котором обслуживается клиент, отсутствуют инвестиционные возможности, а инвестиционная экспертиза не удовлетворяет запросы клиента, также отсутствует работа с валютой.

Основные потребности:

- Найти оптимальный вариант для размещения капитала, особо интересуется инвестиционная составляющая
- Иметь возможность полностью управлять капиталом дистанционно
- Иметь возможность выпустить карты, в том числе зарубежного банка, на членов семьи (родителей) и дистанционно совершать все операции между этими счетами
- При необходимости иметь возможность совершать международные транзакции либо через сам банк, либо с помощью счета в банке-партнере в стране СНГ
- Необходимы консультационная поддержка по вопросам продажи/покупки недвижимости, юридическим вопросам



Пол, возраст:

Мужчина, 55+ лет, женат, есть дети
Женщина, 40-45 лет, замужем, есть дети

Тип занятости: Топ-менеджер в компании, собственник бизнеса, предприниматель

Профиль: умеренно-консервативный

Легенда для зарубежных и российских банков:

В данный момент клиент российского банка. В связи с семейными обстоятельствами (возможный переезд за рубеж) необходимо найти банк, который может предоставить возможность управлять своим капиталом в РФ полностью дистанционно. Желательно, чтобы банк предоставлял возможность самостоятельно или через банк-партнер проводить некоторые международные транзакции – переводы, платежи. В то же время вызывают беспокойство планы зарубежных банков по уходу с российского рынка, поэтому рассматриваются также российские банки, имеющие партнеров в странах СНГ и других странах.

В связи с продажей некоторых активов в РФ освободились средства, которые необходимо выгодно разместить в РФ (около 10-15 млн. руб.), так как в РФ остались некоторые деловые интересы и личные обязательства.

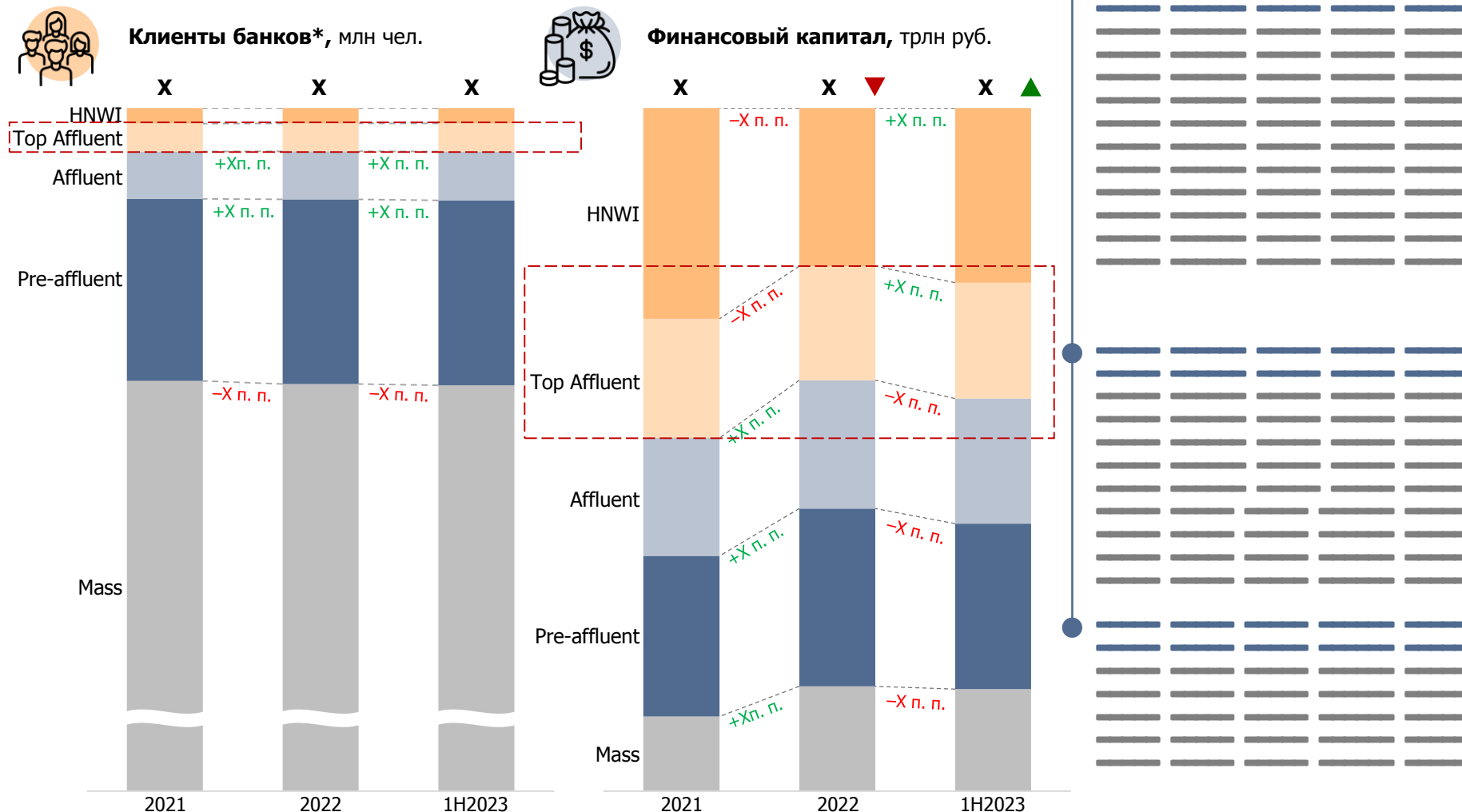
Основные потребности:

- Иметь возможность дистанционно выполнять все операции по управлению капиталом
- Желательно иметь возможность проведения некоторых международных транзакций (переводов, платежей)
- Найти оптимальный вариант для размещения капитала, получения пассивного дохода для обслуживания интересов в РФ
- Необходимы консультационная поддержка по вопросам продажи/покупки недвижимости в РФ и за рубежом, юридическим вопросам, консьерж-сервис, проходы в бизнес залы в связи с частыми перелетами

2 Рынок top premium banking в России: основные тренды 2023 г.

Сегмент Top Affluent начал восстанавливаться после сокращения в 2022 году

Посегментное распределение клиентов и финансового капитала в России, 2021–2023 гг.



■ Mass — капитал до 1,4 млн руб. ■ Pre-affluent — капитал 1,4–4 млн руб. ■ Affluent — капитал 4–10 млн руб. ■ Top Affluent — 10–60 млн руб. ■ HNWI – капитал от 60 млн руб.

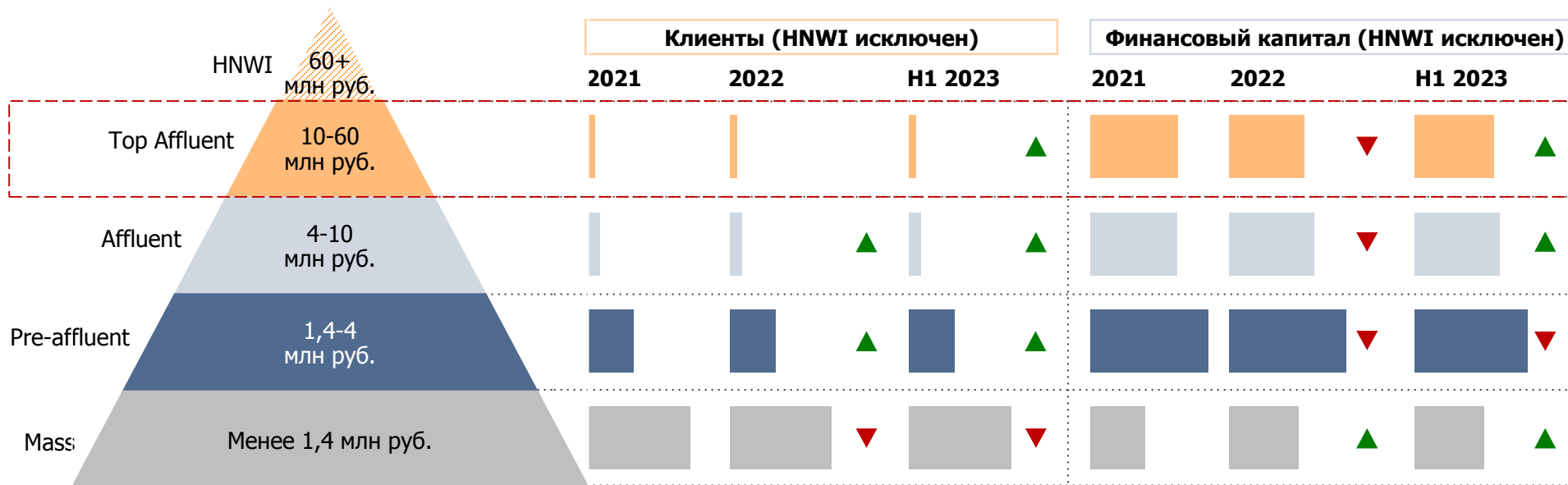
* В данных по России учитываются все клиенты банковской розницы, имеющие счет в банке.

Источник: Frank RG, результаты benchmark-исследования, оценка Frank RG, 2023 г.

Сегмент Top Affluent увеличил свою значимость как по доле клиентов, так и по доле совокупного финансового капитала



Сегментное распределение клиентов* и финансового капитала**, сегмент HNWI исключен, 2021-2023 гг., %



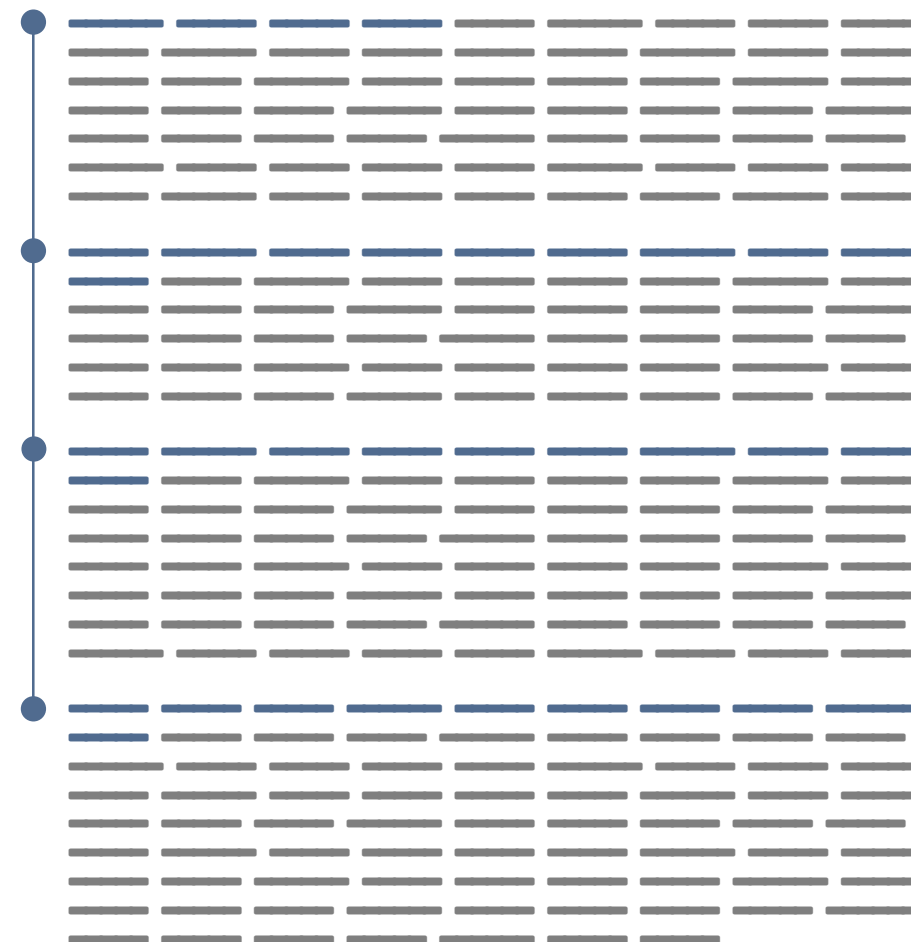
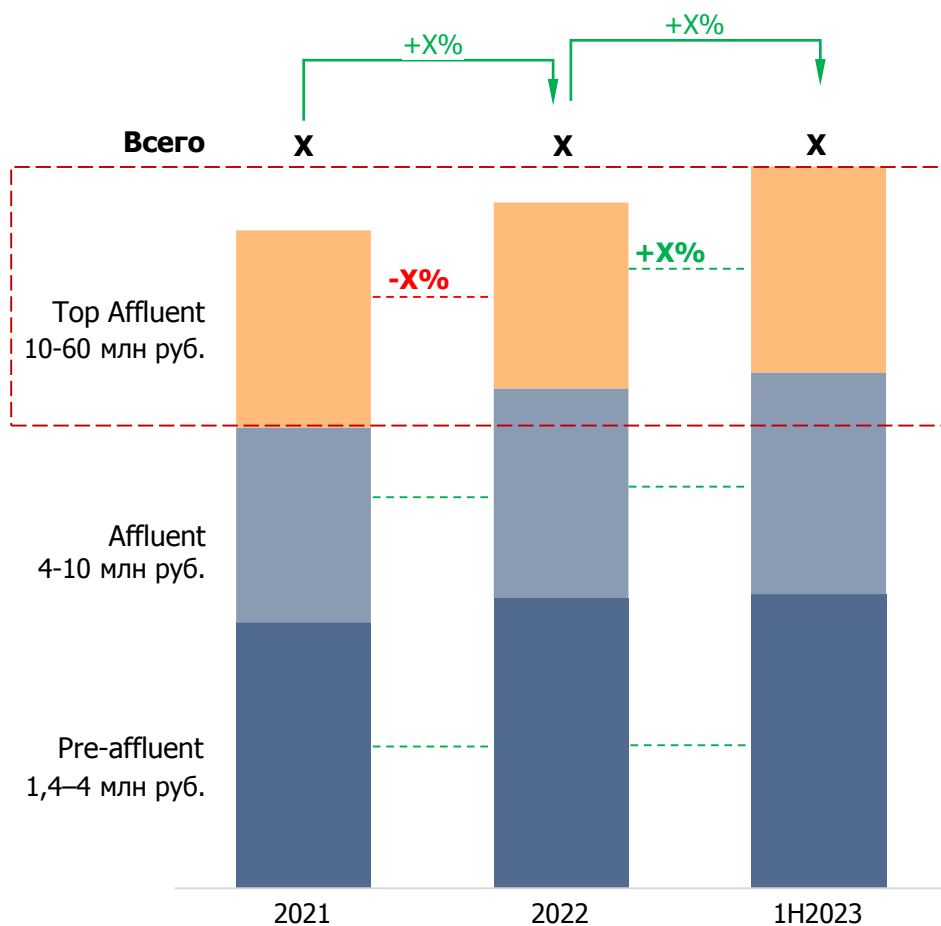
* Все клиенты банковской розницы, имеющие счет в банке. **Всего 113,07 млн человек, по оценке Frank RG на конец 1 полугодия 2023 года.**

** **Финансовый капитал** – средства, размещенные на депозитах, банковских счетах и инвестиционных продуктах через российские банки, а также через инвестиционные и управляющие компании, зарегистрированные на территории РФ.

Источник: Frank RG, результаты benchmark-исследования, оценка Frank RG, 2023 г.

Финансовый капитал сегмента Top Affluent вырос на X% в первом полугодии 2023 года

Объем финансового капитала, среднесостоятельный сегмент в России, 2021-2023 гг., трлн руб.



Источник: Frank RG, результаты benchmark-исследования, оценка Frank RG, 2023 г.

Настройка сервисной модели под сегмент Top Affluent может отличаться

Premium banking

Цель модели: работа с более состоятельными клиентами чем массовая розница с высоким уровнем банковской активности, готовыми принимать типовой набор продуктов с повышенной ценностью.

Целевой портрет клиента



Top premium

Цель модели: работа с более состоятельными клиентами affluent, которые хотят ощущать, что за бóльший бизнес с банком банк готов предоставлять бóльшую ценность.

Целевой портрет клиента



Private banking

Цель модели: работа с крупными клиентами и их капиталами, активными предпринимателями, аффилированными с корпоративным бизнесом ЛПР.

Целевой портрет клиента



Top Affluent – «надстройка» в premium banking

Доля Top Affluent

5-6%
клиентов

200-250 тыс.
неуникальных клиентов

60-65%
капитала



Top Affluent – внутри private banking

Доля Top Affluent

80-85%
клиентов

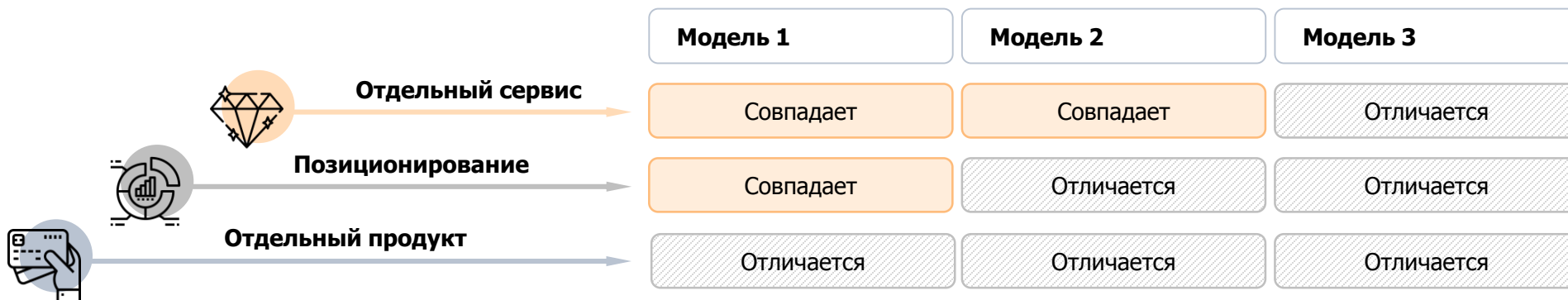
90-100 тыс.
неуникальных клиентов

15-20%
капитала



Работа с сегментом Top Affluent позволяет повысить эффективность бизнеса premium banking

Существующие на рынке premium banking модели обслуживания подсегмента



Модель 3 оптимальна с точки зрения клиента и его удовлетворенности.

Однако необходимо учитывать существующие ограничения:

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

- _____

У X банков **сниженный вход** в программу top premium banking от X-XX млн рублей

Условия бесплатного обслуживания в премиальных программах, Москва, 2023 г.

Банковская программа	Мо- дель	1. Общий капитал, руб.	Учет капитала				Способ расчета	2. Остатки + POS в месяц, руб.	3. POS в месяц, руб.	4. Поступления на карту в месяц + оборот по карте, руб.	5. Другие условия, руб.	6. Размер комиссии в месяц, руб.
Банк 1			✓	✓	✓	✗				new		
Банк 2			✓	✓	✗	✗						
Банк 3			✓	✓	✓	✗						
Банк 4			✓	✓	✓	✓						
Банк 5			✓	✓	✗	✗						
Банк 6			✓	✓	✓	✓						
Банк 7			✓	✓	✓	✓						
Банк 8			✓	✓	✓	✗						
Банк 9			✓	✓	✓	✗						
Банк 10			✓	✓	✓	✗						
Банк 11			✓	✓	✓	✗	н.д.					
Банк 12			✓	✓	✓	✓						
Банк 13			✓	✓	✓	✗						
Банк 14			✗	✓	✓	✗						
Банк 15			—	—	—	—	—					
Банк 16			—	—	—	—	—					
Банк 17			—	—	—	—	—					

* Отличия в регионах; ** Остатки X млн. руб. + POS X тыс. руб.

Источник: Frank RG, 2023 г.



Валютные
вклады



Инвест.
продукты



НСЖ/ ИСЖ



ОМС



Среднемесячный
остаток



Минимальный
остаток за месяц



На момент
оформления



На последний
день месяца



Top premium: отдельный сервис + продукт



Top premium: продуктовая надстройка



Программа premium

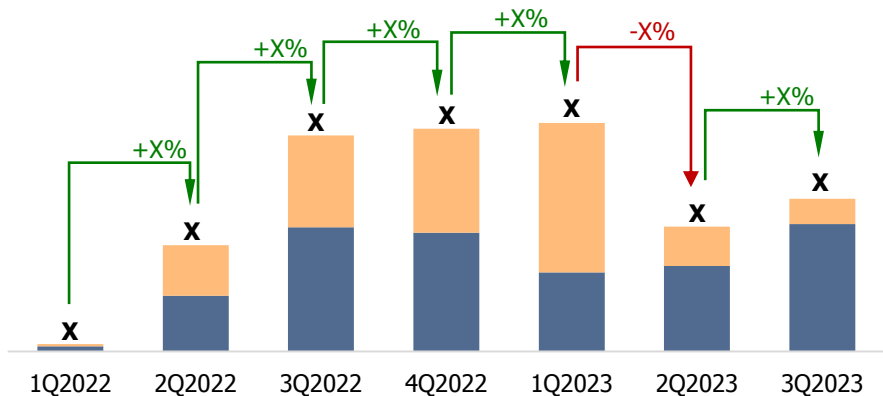
Продуктовая дифференциация на базе одной премиальной программы может стать актуальным решением на фоне активной цифровизации клиента

- Единый подход к обслуживанию клиентов сегмента Top Affluent пока до конца не сформировался.
- Наиболее понятный критерий для клиента

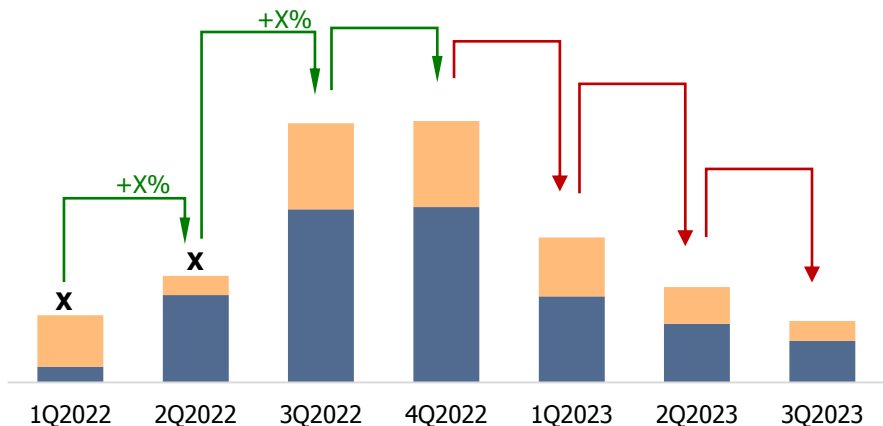
Выделение отсутствует	Продуктовая дифференциация внутри premium banking	Premium banking	Top premium banking	Выделенная программа
<p>Банк 1, Банк 2</p> <p>Банки не предлагают дополнительных привилегий для целевого сегмента ввиду сложности и затратности построения процесса дифференциации продуктовой линейки.</p> <p>Основные проблемы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 	<p>Банк 3, Банк 4, Банк 5, Банк 6</p> <p>Внутри единой программы premium банк настраивает дополнительные продуктовые стимулы (в основном линейка привилегий – лояльность по карте, travel-привилегии, страхование и др.), которые позволяют поощрять клиента за расширение бизнеса с банком</p> <p>Актуальность подхода</p> <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ • _____ <p>Основные проблемы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • _____ 	<p>...</p> <p>В рамках предложения банка по premium-сервису есть более статусное предложение с понятными условиями, дающее доступ к дополнительному набору продуктовых привилегий (дифференциация не только в привилегиях, но и банковских продуктах)</p> <p>Актуальность подхода</p> <ul style="list-style-type: none"> • _____ 	<p>Комплексные привилегии на уровне продукта и модели (выделенная сеть офисов, отдельный штат сотрудников всех уровней фронт линии и бэк-офиса).</p> <p>Основные проблемы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • _____ 	

Объем трансграничных переводов с начала 2023 года сократился на X%

₽ Рублевые трансграничные переводы, млрд руб.



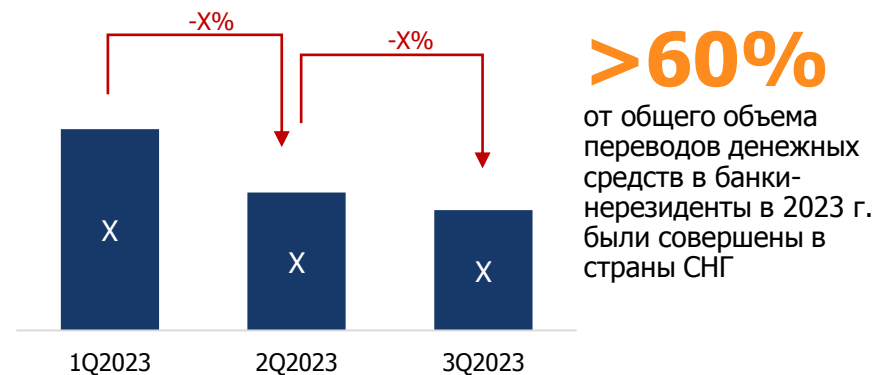
💰 Валютные трансграничные переводы, млрд долл.



■ Недружественные страны ■ Дружественные страны

Источник: ЦБ РФ, Frank RG, 2023 г.

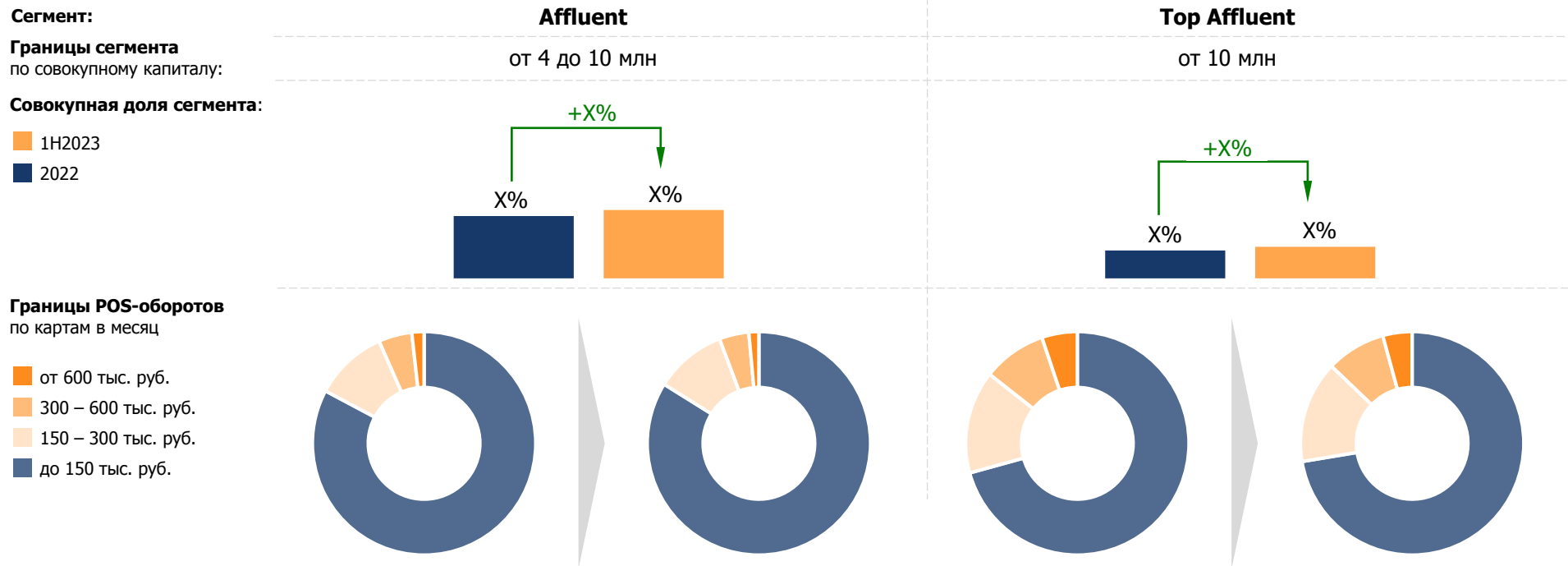
Совокупный объем трансграничных переводов через банки, млрд руб.



- В 2023 году происходит _____
- Рублевые переводы составляют _____
- Доля переводов в дружественные страны _____

Сегмент **Top Affluent** отличается **высокой транзакционной активностью** – на **X п.п.** больше, чем в **Affluent**

Доля сегмента в клиентской базе и структура ежемесячных POS-оборотов по картам по сегментам, %, 2022-2023



- Доли транзакторов в сегменте от 10 млн рублей
- Сегмент ежемесячных транзакций с POS-оборотах от 600 тыс. рублей
- Наблюдается сокращение доли клиентов с

Источник: Frank RG, результаты benchmark-исследования, 2023 г.

Frank RG – предложение по наполнению программам premium banking и Top premium

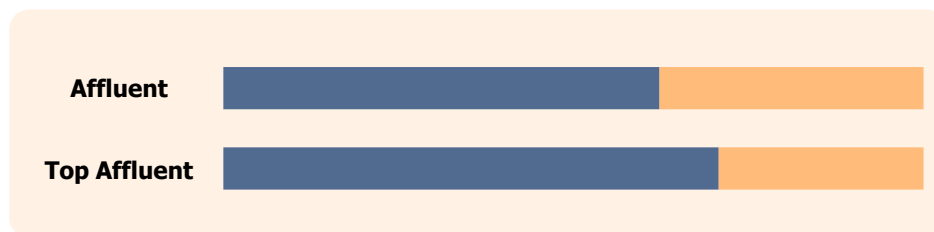
	Premium Banking	Top Premium	Комментарии
Карты	•		
Переводы			
Снятие наличных			
Конвертация валюты			
Ставки по вкладам и счетам			
Инвестиции			
Проходы в бизнес-зал			
Такси / трансфер			
Страхование путешествующих			
Медицинская поддержка			
Консьерж-сервис			
Сервисные привилегии			
Пороги входа			

+ ещё **16 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

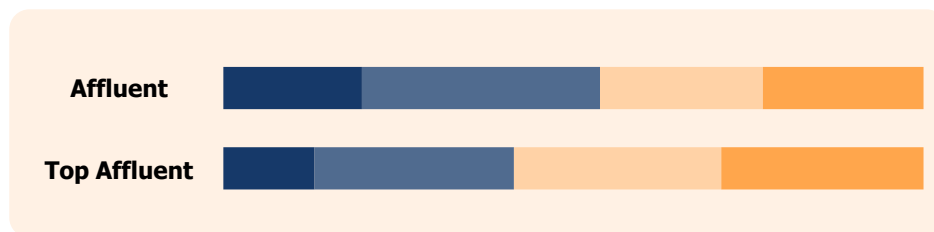
3 **Портрет премиального клиента**

В сегменте Top Affluent преобладающую долю в структуре премиальных клиентов занимают...

Результаты опроса. Распределение премиальных клиентов по полу, в сегментной разбивке, %



Результаты опроса. Распределение премиальных клиентов по возрасту, в сегментной разбивке, %



Преобладающую долю в структуре премиальных клиентов занимают....



Наблюдается прямая корреляция между...

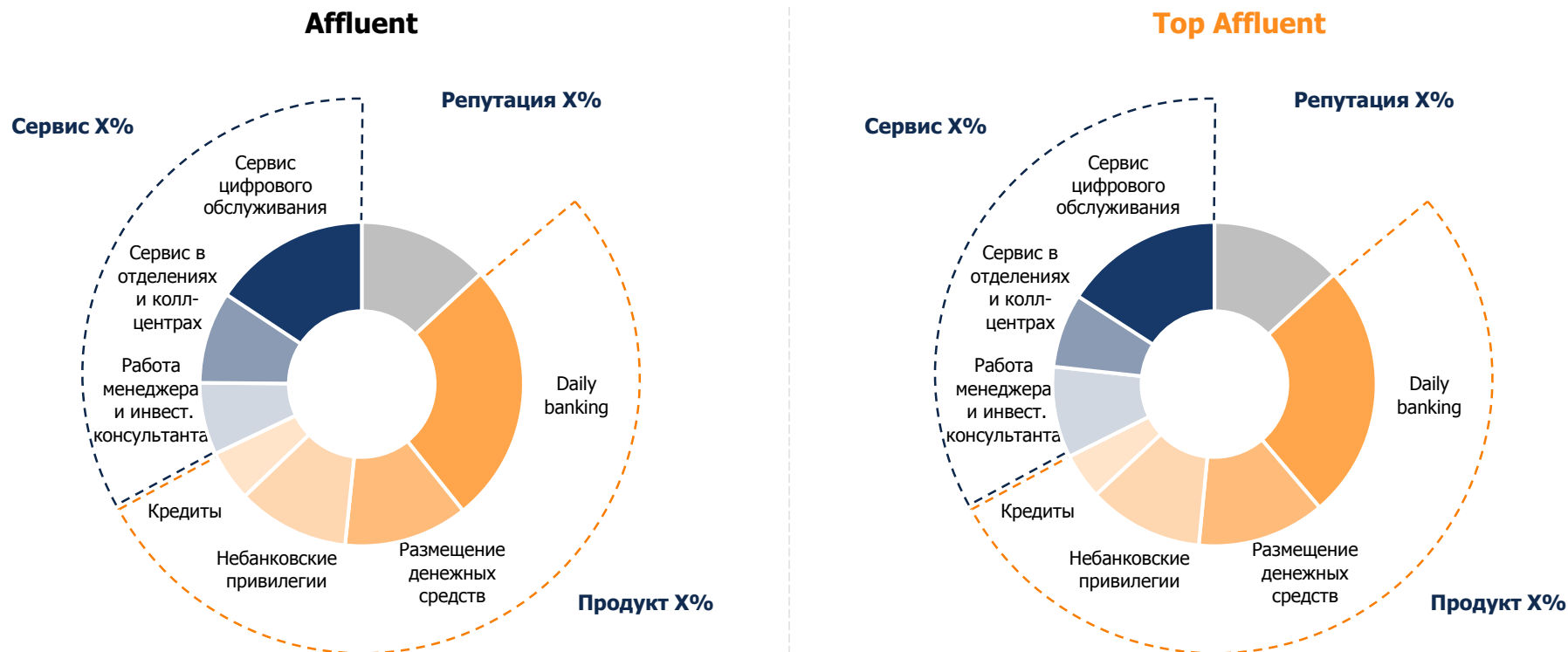


Портреты премиальных клиентов с разным уровнем капитала в целом схожи.



Распределение важности основных параметров при разном уровне капитала одинаково

Параметры выбора премиального обслуживания, 2023 г, %



Состоятельные клиенты в большей степени ориентированы на работу персональных менеджеров и инвестиционных консультантов.

Кредиты становятся менее значимыми с ростом капитала.

Клиенты Top Affluent ценят взаимодействие с человеком

Важность различных параметров премиального банковского обслуживания по результатам анкетирования

Параметры премиального банковского обслуживания	Оценка клиентов	
	Affluent	Top Affluent
Параметр 1	▼	▼
Параметр 2		
Параметр 3		
Параметр 4	▲	▲
Параметр 5	▲	▲
Параметр 6	▼	▼
Параметр 7	▲	▲
Параметр 8	▲	▲
Параметр 9	▼	▼
Параметр 10	▲	▲
Параметр 11	▲	▲
Параметр 12	▲	▲
Параметр 13	▼	▼
Параметр 14	▲	▲
Параметр 15	▲	▲
Параметр 16		
Параметр 17	▼	▼
Параметр 18	▲	▲
Параметр 19	▲	▲
Параметр 20	▲	▲

продукт

сервис

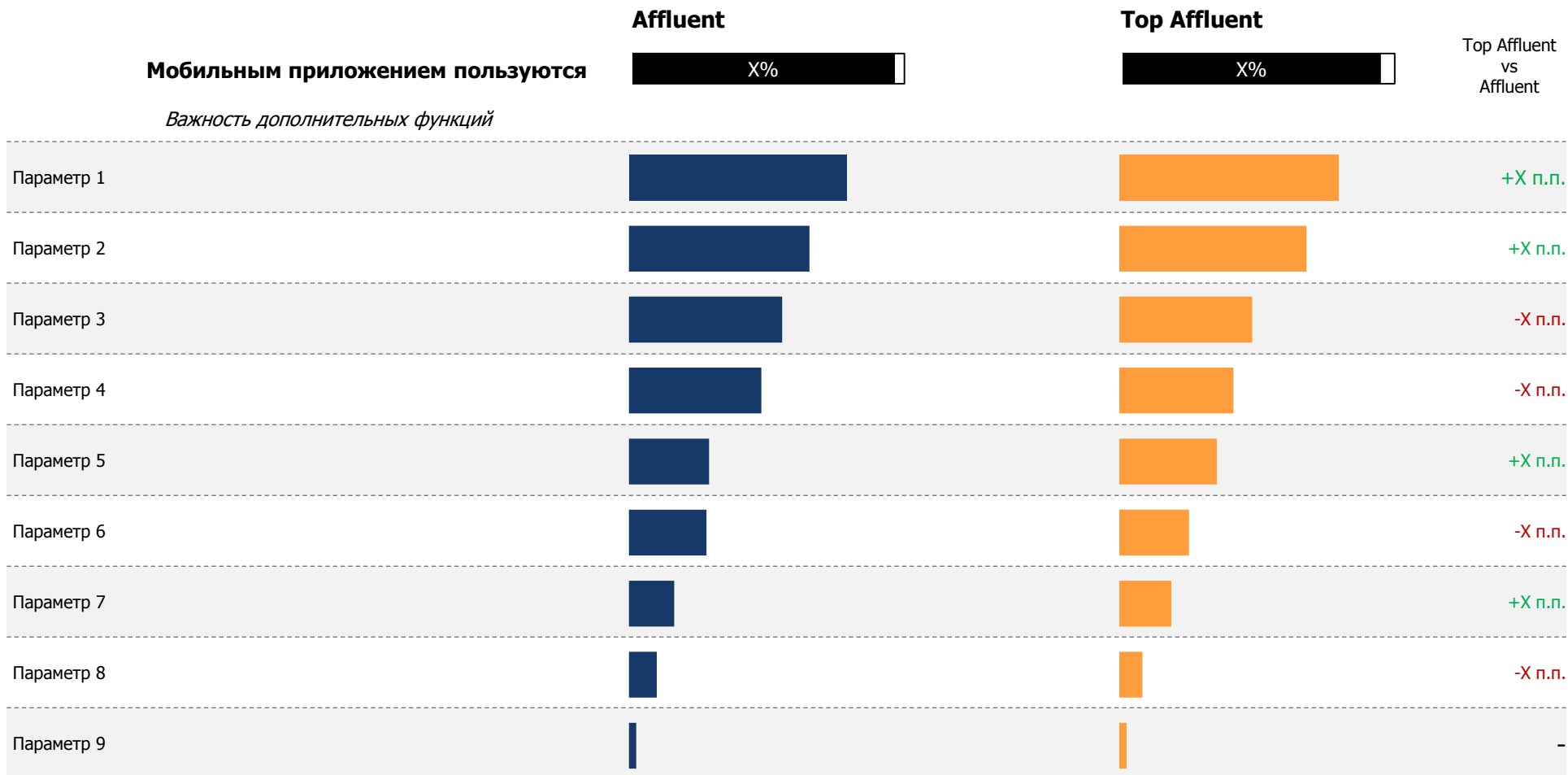
Наиболее важные параметры при выборе банка в 2023 году для сегмента Top Affluent..

В сегменте Top Affluent важность

Наибольший положительный рост важности

▲ ▼ Изменение оценки важности параметра по сравнению с 2022 г.
* Параметр не замерялся в 2022 г.

Почти все премиальные клиенты используют мобильное приложение банка, доля пользователей среди Affluent выше, чем по среди Top Affluent



Объем выборки (пользователи продуктом):

Стабильность работы и понятный интерфейс являются ключевыми параметрами для премиальных клиентов

Важность параметров мобильного приложения и интернет-банка, по шкале от 1 до 5, 2023 г.

	Affluent	Top Affluent
Стабильность работы – приложение/интернет-банк «не вылетает», «не зависает»	X	X
Удобство ориентации – легко найти нужную функцию	X	X
Возможность управлять безопасностью (блокировать карту, изменять лимиты, указывать страну пребывания)	X	X
Параметр 3	X	X
Параметр 4	X	X
Параметр 5	X	X
Параметр 6	X	X
Параметр 7	X	X
Параметр 8	X	X
Параметр 9	X	X

Выборка

Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

Оценки важности параметров сегмента Top Affluent и Affluent

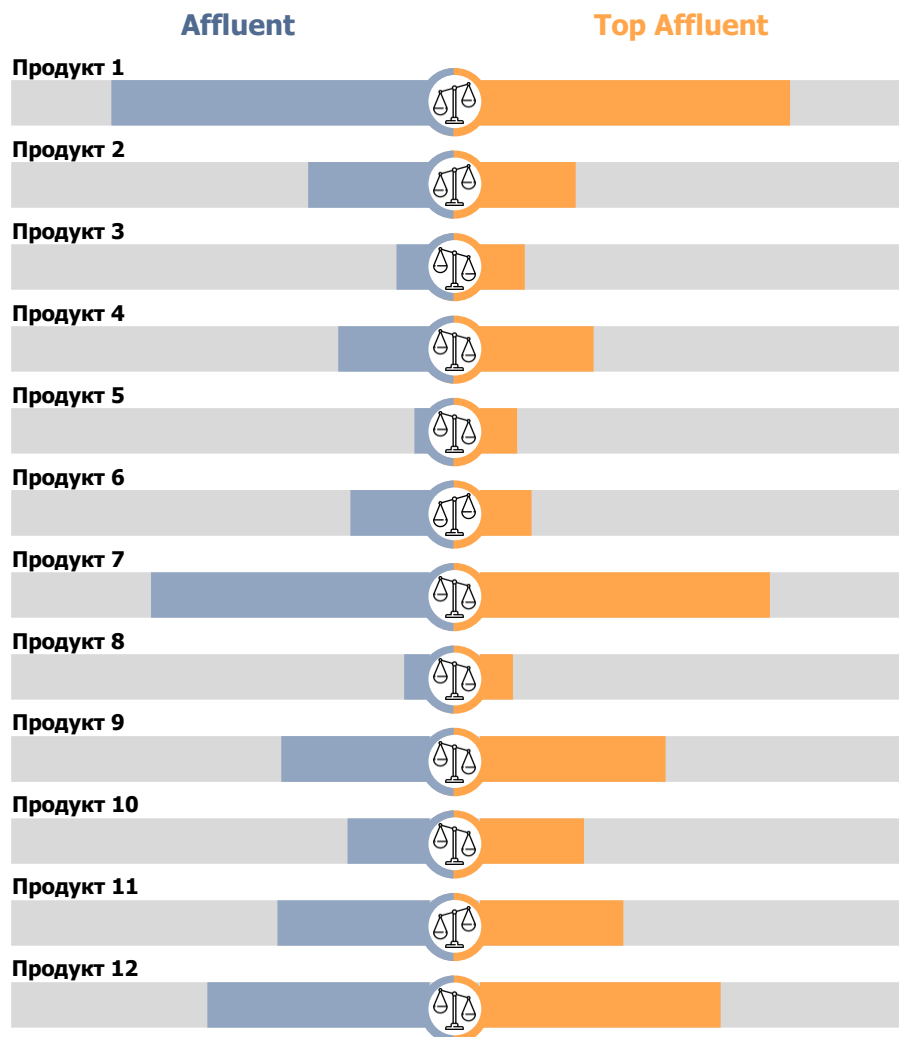


Стабильность работы цифровых каналов – приоритет для премиальных клиентов.



Клиенты сегмента **Top Affluent** в большей степени **вовлечены в инвестиции**

Вовлеченность в пользование банковскими продуктами посегментно, 2023 г.

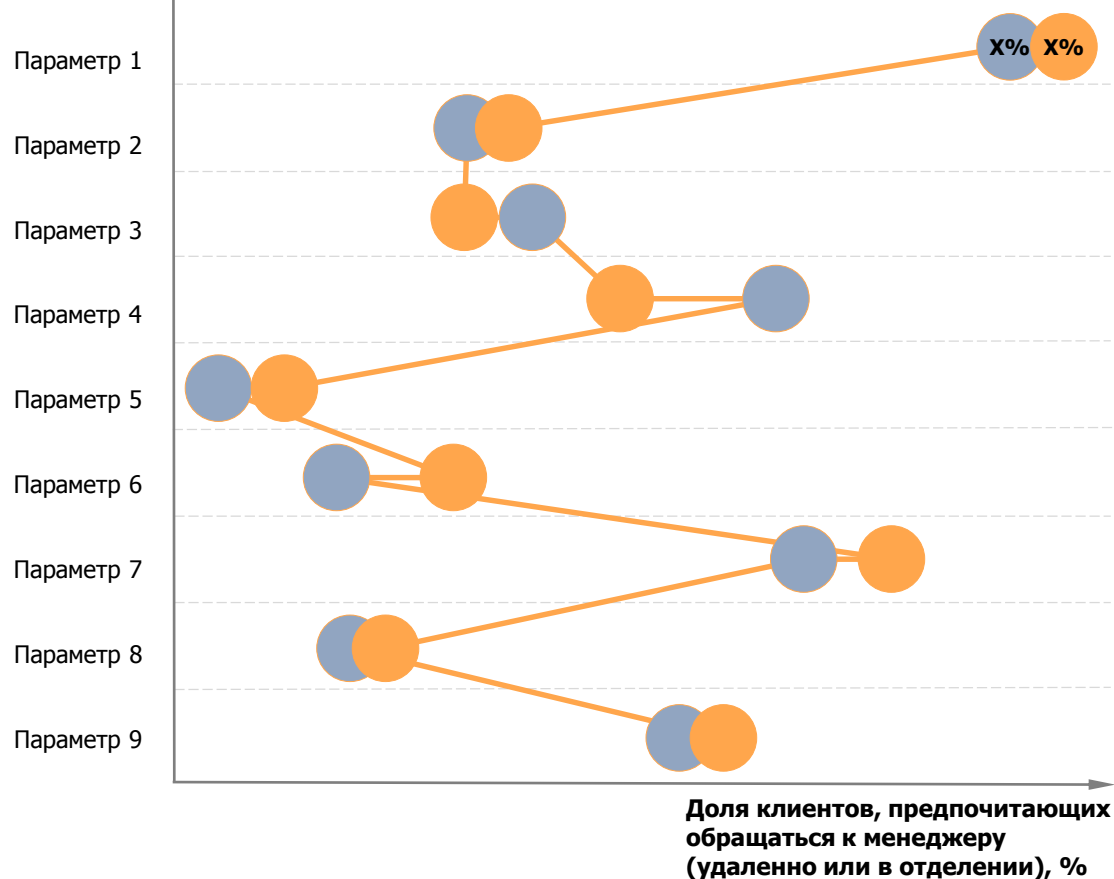


Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

Премиальные клиенты с разным уровнем капитала склонны обращаться в персональному менеджеру для уточнения информации по разным продуктам

Посегментное распределение доли клиентов, готовых обратиться к персональному менеджеру, 2023 г.

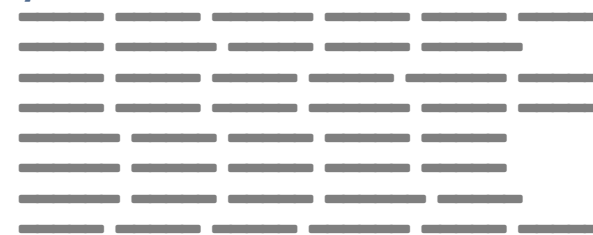
Потребность клиента



Клиенты сегмента Top Affluent



Премиальные клиенты предпочитают уточнять

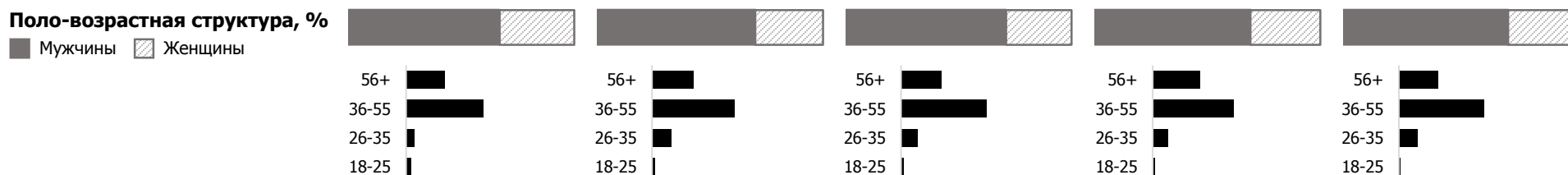
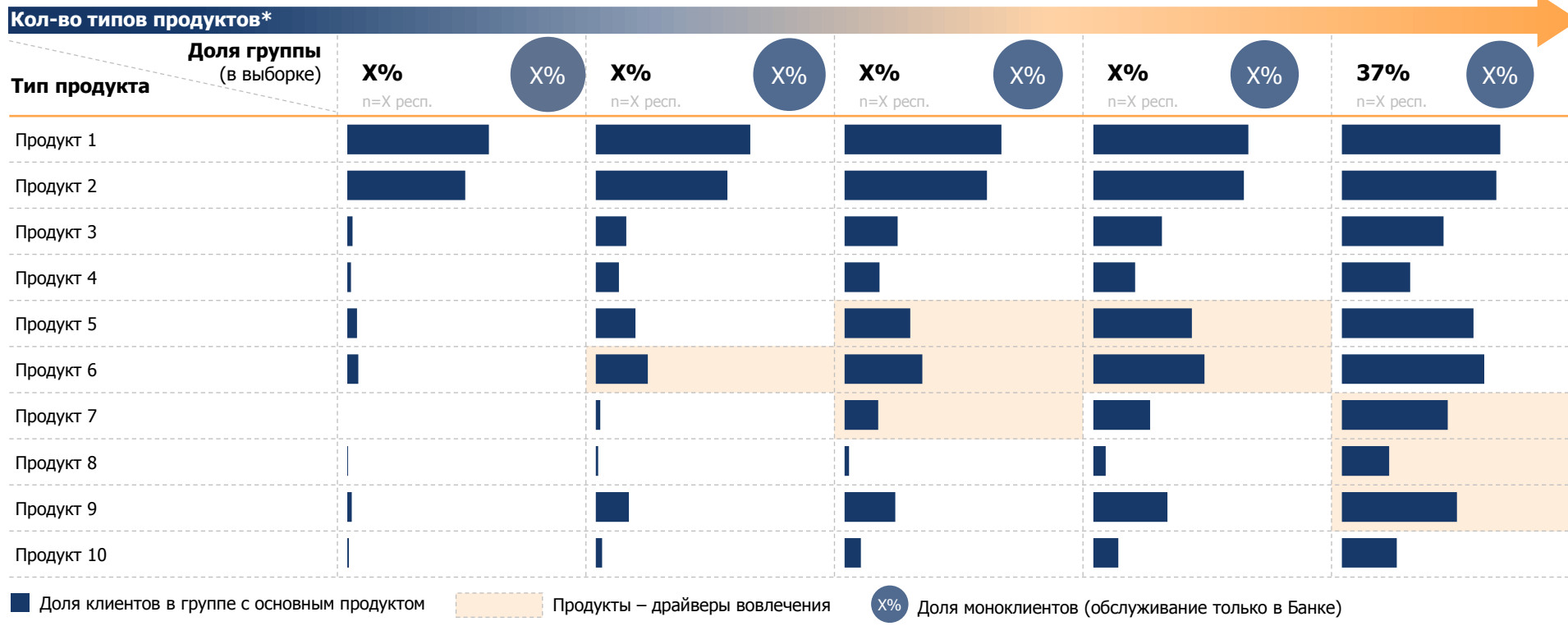


Решение нестандартных вопросов



Клиенты сегмента Top Affluent
Клиенты сегмента Affluent

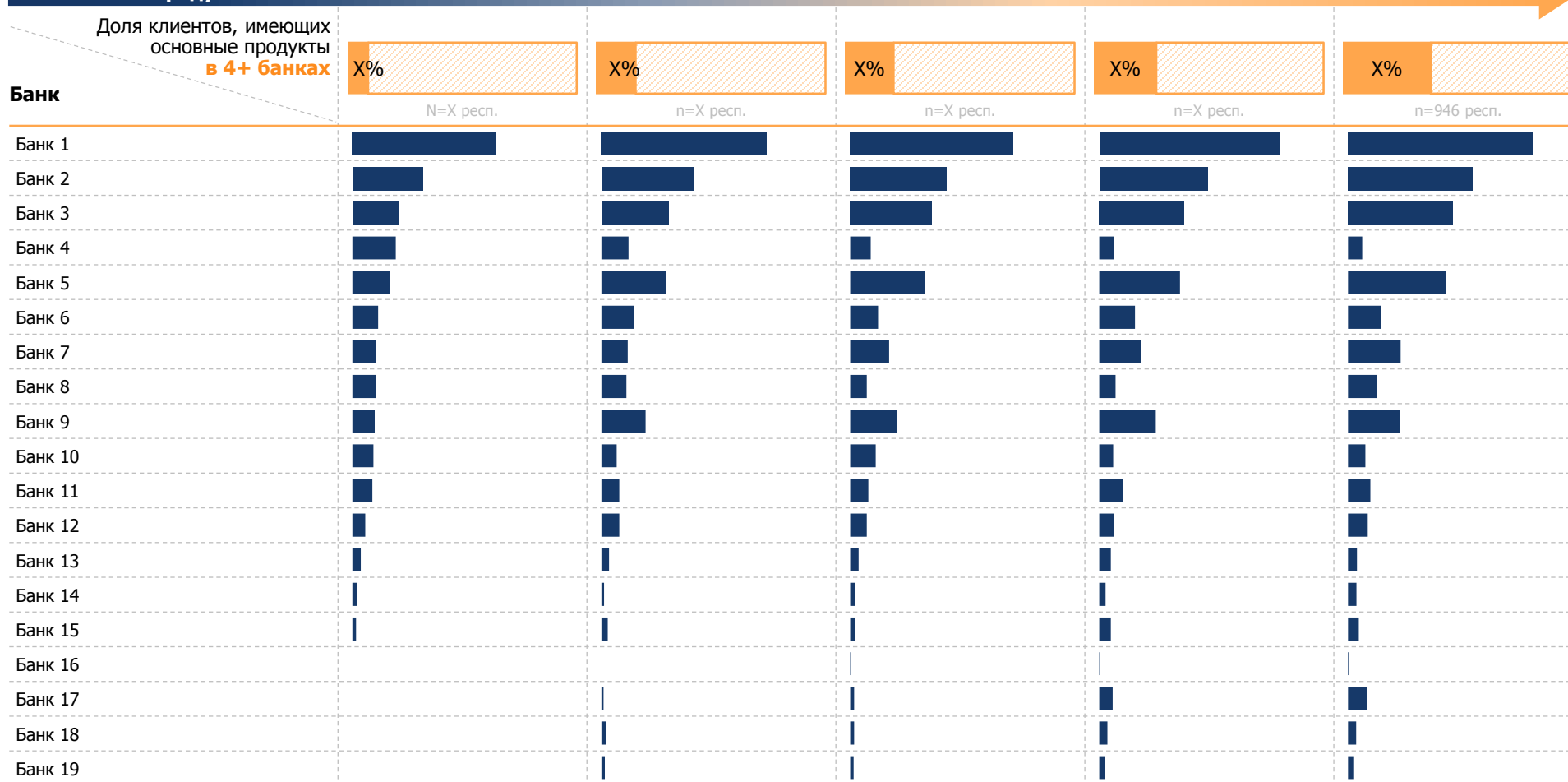
Количество продуктов на клиента Top Affluent растет в основном за счет вовлечения в пользование инвестиционными продуктами



* Кол-во типов продуктов оценивалось по пользованию хотя бы 1-м из основных продуктов: дебетовая карта, вклад / накопительный счет, кредитная карта, кредит, страховые продукты, инвестиции на брокерском счете, готовые инвестиционные продукты, драгметаллы, конвертация валют, банковская ячейка
 Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

Наиболее востребованные банки для сегмента Top Affluent с точки зрения пользования различными продуктами – Банк 1, Банк 2 и Банк 3

Кол-во типов продуктов*



Доля клиентов в группе по вовлеченности, имеющих хотя бы **один** основной продукт в банке (из предложенного списка 19 банков)

* Кол-во типов продуктов оценивалось по пользованию хотя бы 1-м из основных продуктов: дебетовая карта, вклад / накопительный счет, кредитная карта, кредит, страховые продукты, инвестиции на брокерском счете, готовые инвестиционные продукты, драгметаллы, конвертация валют, банковская ячейка

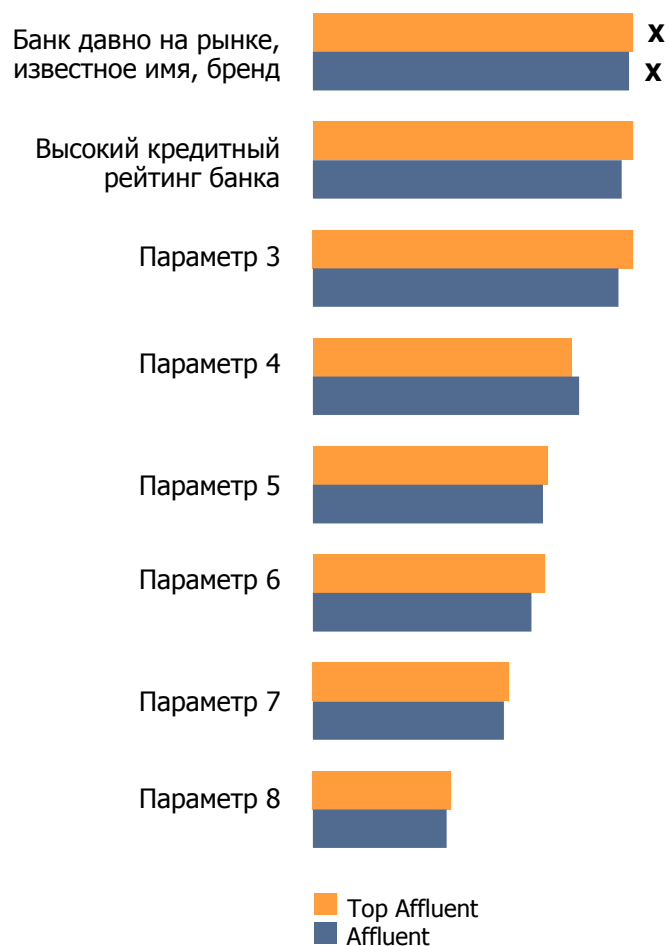
Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

+ ещё **10 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

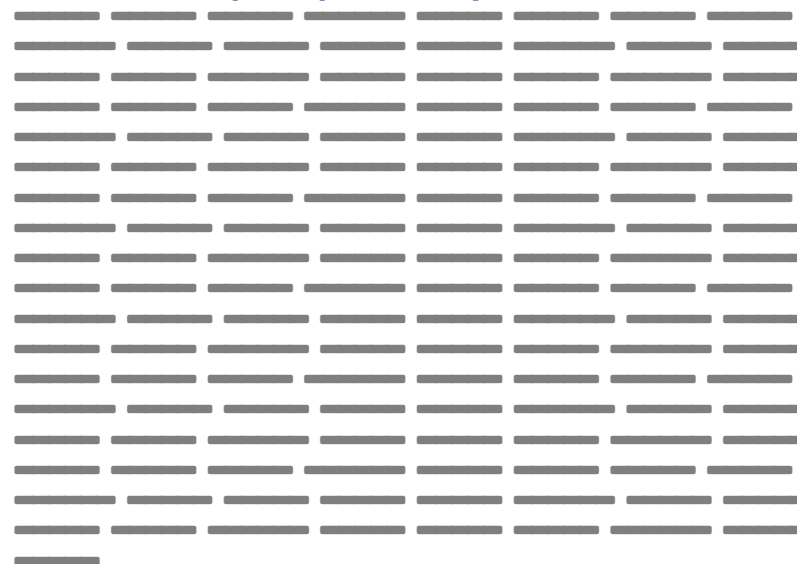
4 Конкуренция на рынке top premium banking в России – общие характеристики основных игроков

Для клиентов Top Affluent в равной степени важную роль играют **стабильность, высокий кредитный рейтинг и юридический статус банка**

Важность параметров репутации по шкале от 1 до 5, 2023 г.



Основными параметрами выступают...



Положительные отзывы важнее для клиентов



Для клиентов Top Affluent наличие банка в санкционных списках имеет



Банк 1 обладает лучшей репутацией по мнению клиентов Top Affluent более возрастной группы

Репутация банков, по шкале от 1 до 5, 2023 г.	Оценка Top Affluent	В разрезе возрастов			Выборка
		18-35	36-55	56+	
Банк 1	X	X	X	X	X
Банк 2	X	X	X	X	X
Банк 3	X	X	X	X	X
Банк 4	X	X	X	X	X
Банк 5	X	X	X	X	X
Банк 6	X	X	X	X	X
Банк 7	X	X	X	X	X
Банк 8	X	X	X	X	X
Банк 9	X	X	X	X	X
Банк 10	X	X	X	X	X
Банк 11	X	X	X	X	X
Банк 12	X	X	X	X	X
Банк 13	X	X	X	X	X
Банк 14	X	X	X	X	X
Банк 15	X	X	X	X	X

Репутация банка в равной степени важна для клиентов



По оценке более молодой группы клиентов



Клиенты старше 35 лет в большей степени доверяют

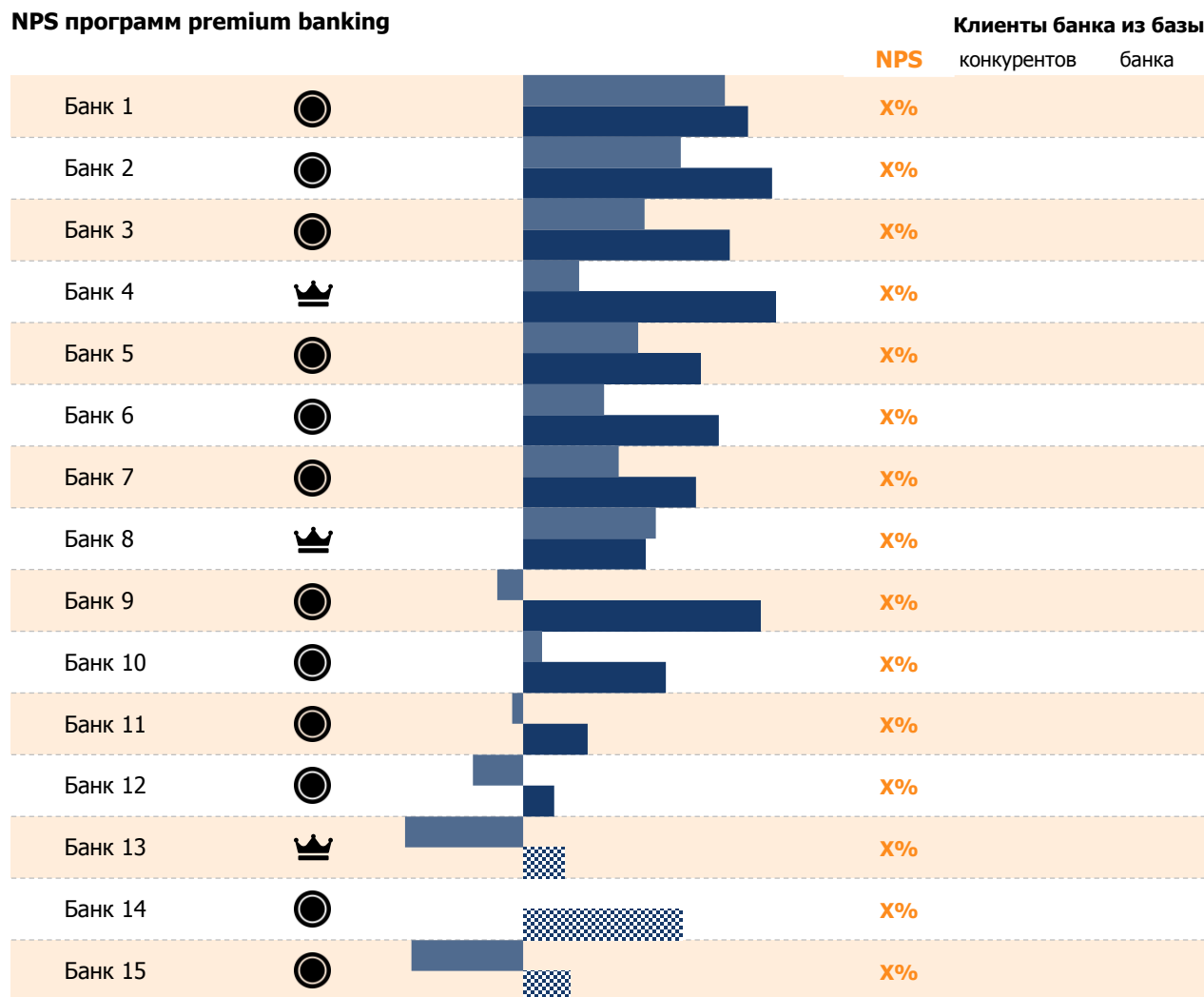


Наибольшая полярность в оценках молодой и возрастной группы клиентов у



Банк 1 и Банк 2 – лидеры по оценкам NPS клиентов из собственных баз

NPS программ premium banking



Клиенты банка из базы:
конкурентов банка

По совокупному индексу NPS на первом месте традиционно

Банк 1 получил самую высокую оценку от клиентов из собственной базы.

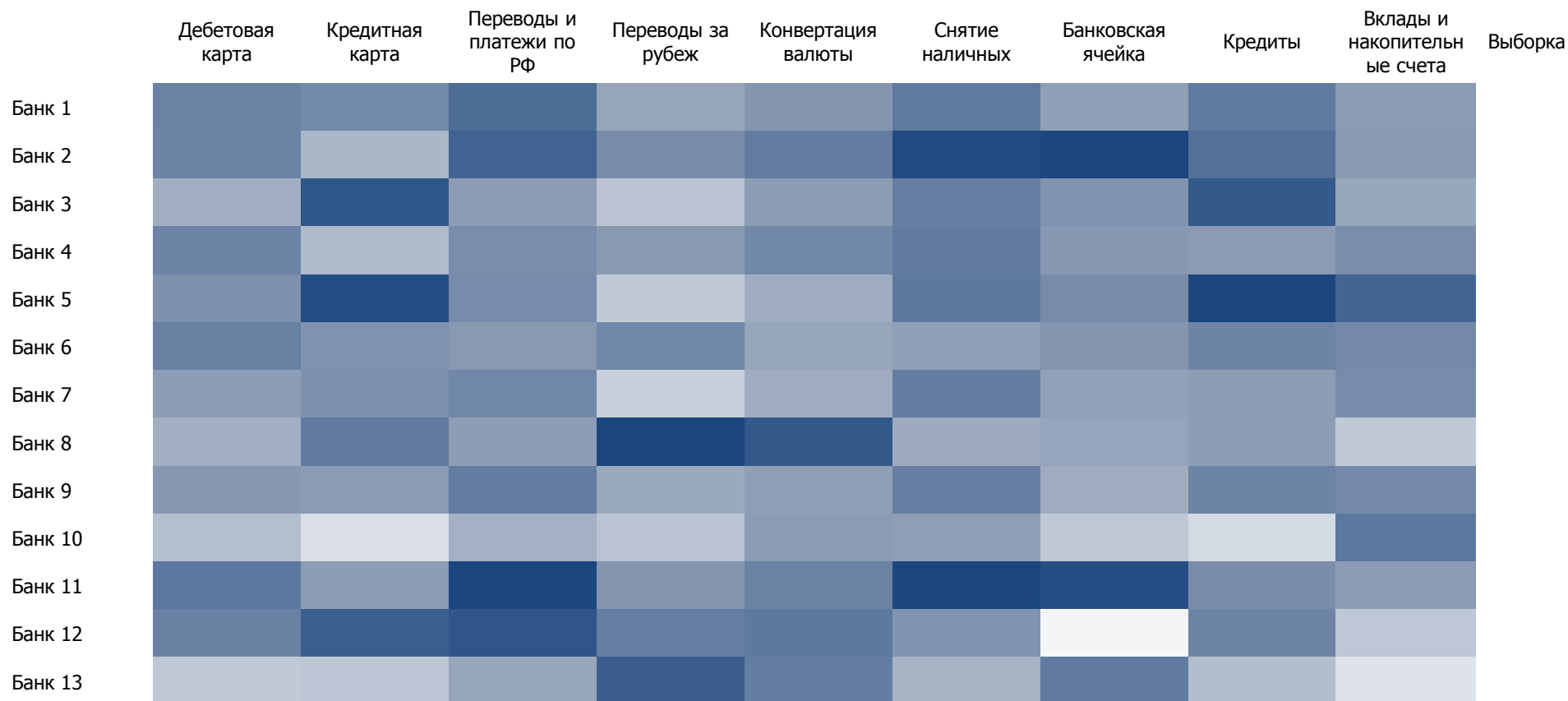
Наибольшая полярность в оценках в

- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- Оценка клиентов из баз конкурентов
- Оценка клиентов из базы банка
- ▤ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

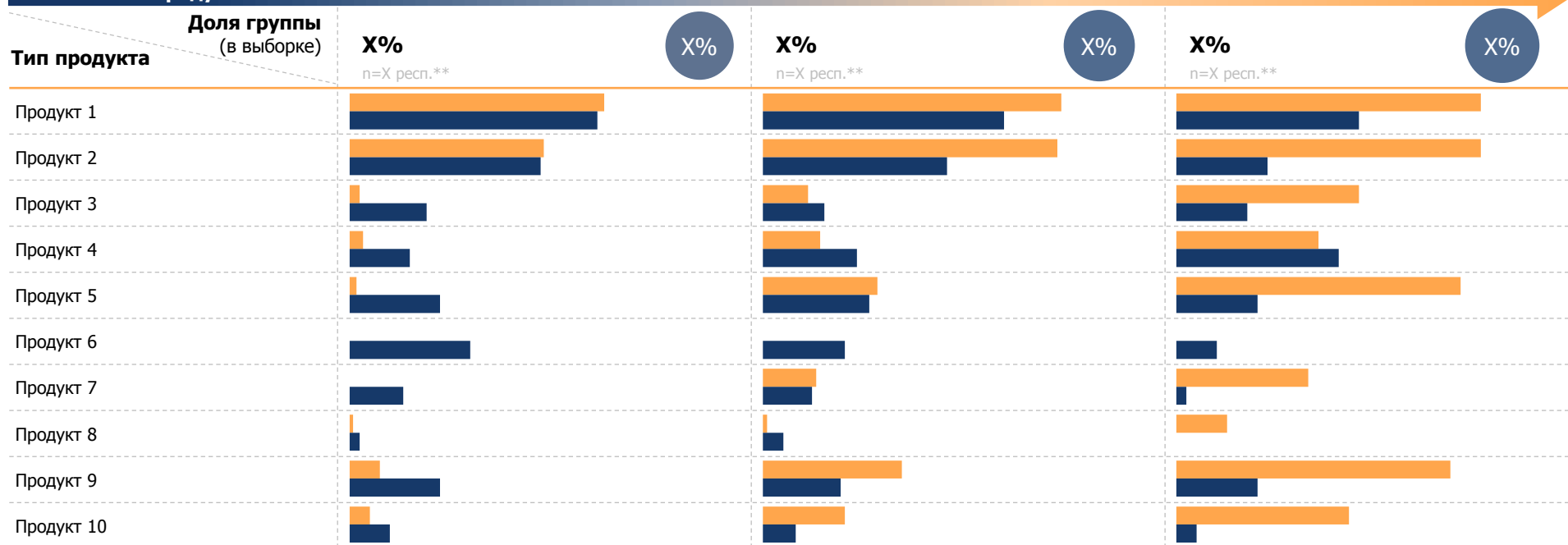
Интенсивность пользования разными продуктами банка зависит от степени удобства услуги в банке и ее продуктовой выгоды

Клиенты, использующие разные продукты в банках (доля от всех клиентов, которые отметили, что пользуются в банке программой top premium и premium banking в сегменте Top Affluent)

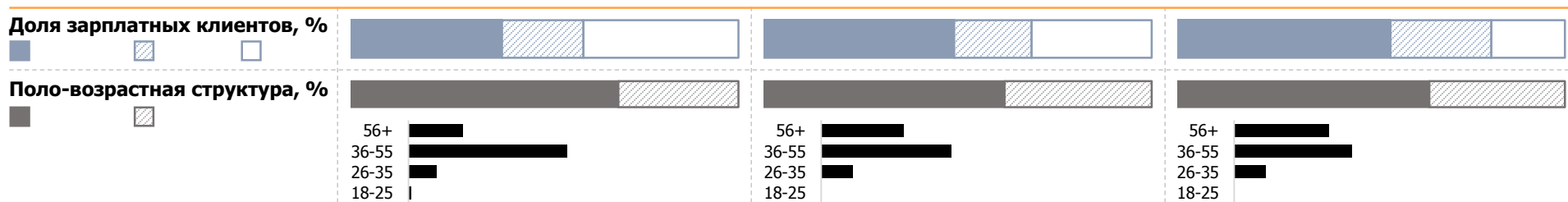


Активные клиенты Банка 1 сегмента Top Affluent заинтересованы в операциях с валютой и в пользовании банковскими ячейками

Кол-во типов продуктов в банке *



■ Доля клиентов в группе с продуктом Банка
 ■ Доля клиентов в группе с продуктом конкурентов
 X% Доля моноклиентов Банка в группе (обслуживание только в Банке)

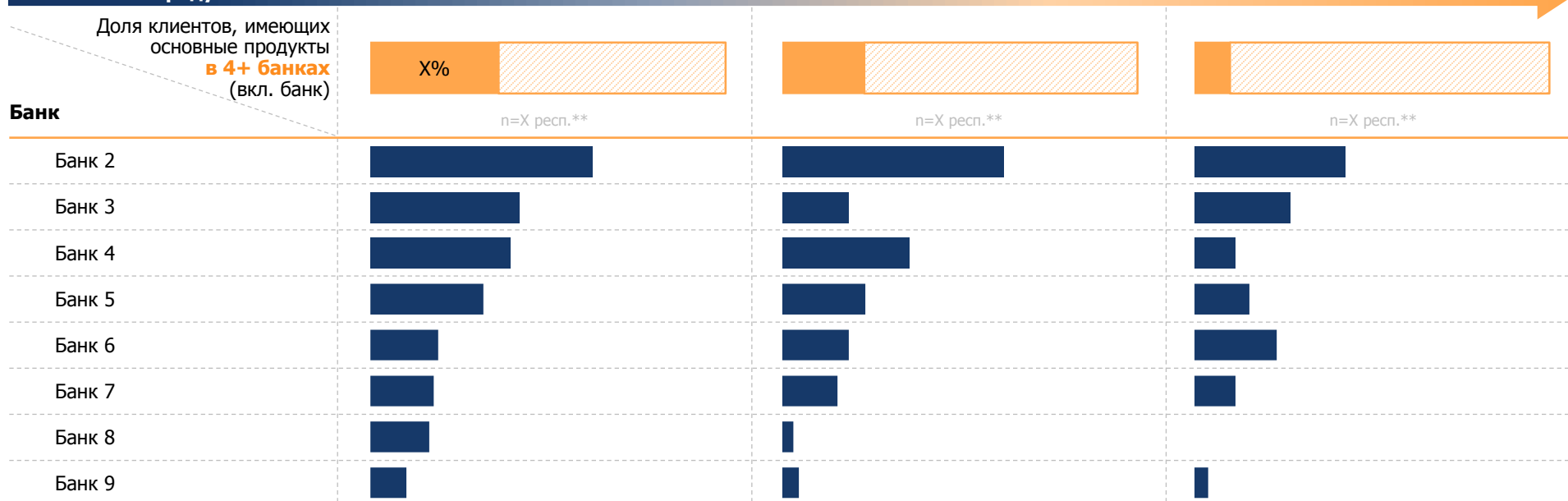


* Кол-во типов продуктов оценивалось по пользованию хотя бы 1-м из основных продуктов: дебетовая карта, вклад / накопительный счет, кредитная карта, кредит, страховые продукты, инвестиции на брокерском счете, готовые инвестиционные продукты, драгметаллы, конвертация валют, банковская ячейка
 Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

Основные конкуренты Банка 1 в сегменте Top Affluent – Банк 2, Банк 3, Банк 4

Риски переключения для клиентов Банка 1, сегмент Top Affluent

Кол-во типов продуктов в банке *



■ Доля клиентов Банка в группе, имеющих хотя бы **один** основной продукт у конкурента

● **Банк 1 в сегменте Top Affluent сильно сфокусирован на обслуживании зарплатных клиентов.**

● **Особенность Банка 1 в высокой активности клиентов в операциях с валютой и в пользовании банковских ячеек.**

* Кол-во типов продуктов оценивалось по пользованию хотя бы 1-м из основных продуктов: дебетовая карта, вклад / накопительный счет, кредитная карта, кредит, страховые продукты, инвестиции на брокерском счете, готовые инвестиционные продукты, драгметаллы, конвертация валют, банковская ячейка
 Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

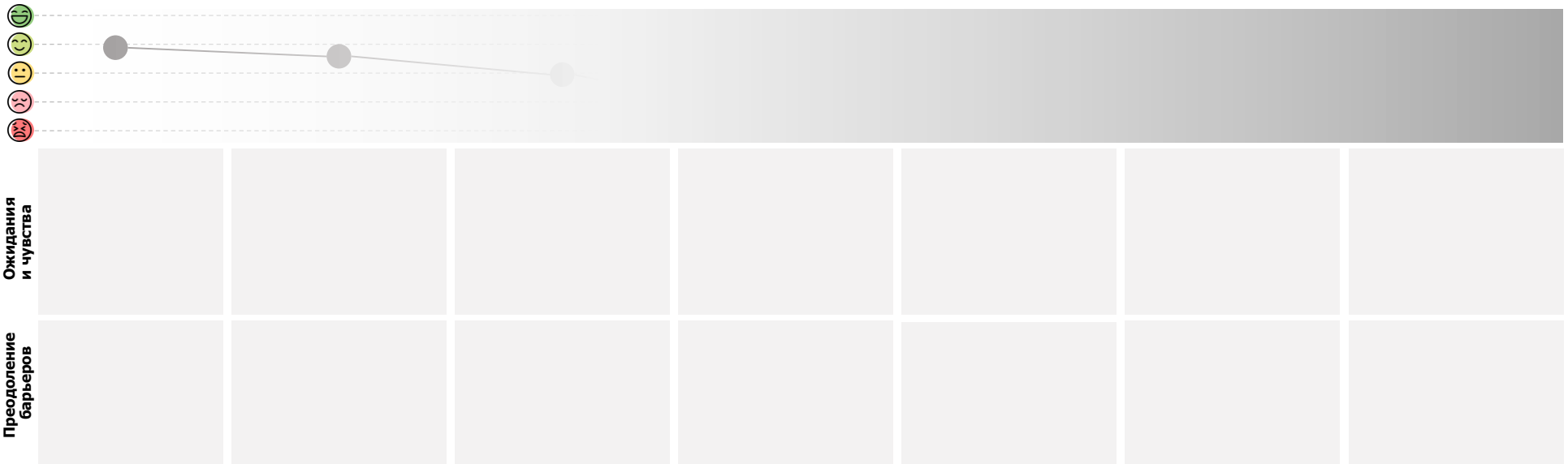
+ ещё **71 слайд** в разделе в
полной версии отчета

5 Клиентский путь – открытие премиального пакета

CJM. Путь клиента к премиальному обслуживанию через отделения

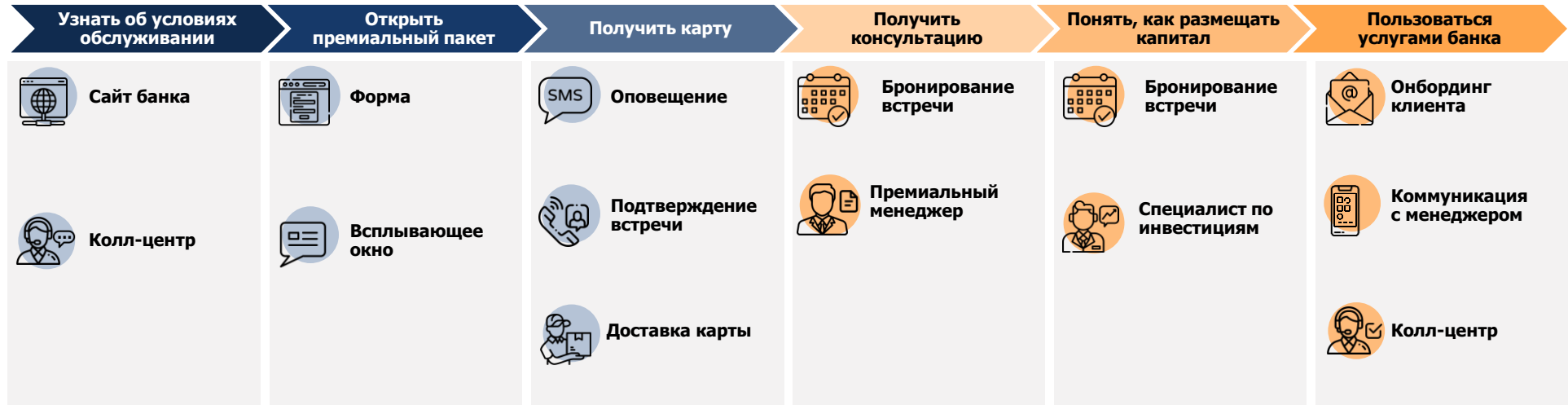


Впечатления тайных покупателей на каждом из этапов, балл посчитан в среднем по банкам от максимально возможного значения в группе

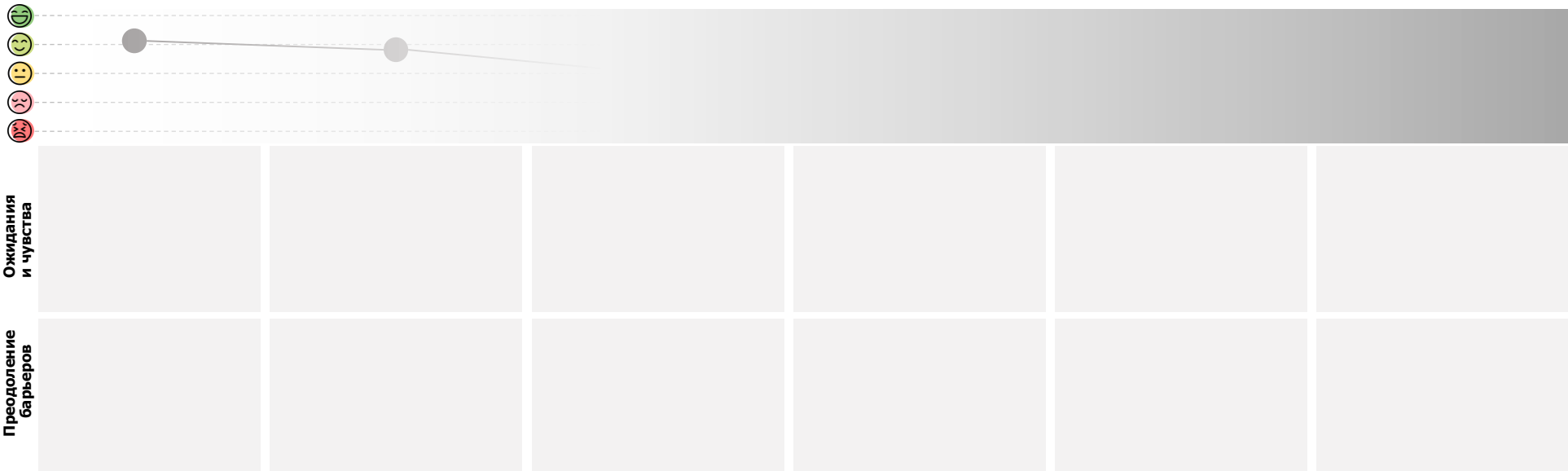


Источник: Frank RG, результаты mystery shopping, 2023 г.

CJM. Путь клиента к премиальному обслуживанию дистанционно



Впечатления тайных покупателей на каждом из этапов, балл посчитан в среднем по банкам от максимально возможного значения в группе



Источник: Frank RG, результаты mystery shopping, 2023 г.

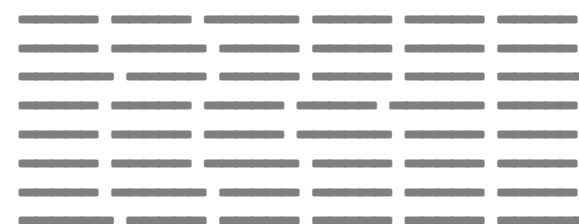
5.1 **Получение информации о премиальном обслуживании**

CSI сайта банка. В Банке 1 самая высокая удовлетворенность сайтом банка, на втором месте – Банк 2

Результаты замера CSI сайта банка

Банк	Программа премиум	Оценка клиентов из баз конкурентов	Оценка клиентов из базы банка	CSI	Клиенты банка из базы:	
					конкурентов	банка
Банк 1	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 2	👑	██████████	██████████	X		X
Банк 3	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 4	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 5	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 6	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 7	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 8	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 9	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 10	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 11	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 12	👑	██████████	██████████	X		X
Банк 13	☉	██████████	██████████	X		X

Наибольшая степень удовлетворенности сайтом банка



Банк 2 занял второе место по удовлетворенности работой сайта:



Значения CSI по сайту в целом по анализируемым банкам



- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- ☉ Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- █ Оценка клиентов из баз конкурентов
- █ Оценка клиентов из базы банка
- ▤ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

+ ещё **4 слайда** в разделе в
полной версии отчета

5.2 Визит в отделение

CSI отделения. Банк 1 — безусловный лидер по удовлетворенности обслуживанием в отделении

Результаты замера CSI обслуживания в отделении

Банк	Программа	CSI	Клиенты банка из базы:		Frank RG
			конкурентов	банка	
Банк 1	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 2	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 3	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 4	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 5	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 6	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 7	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 8	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 9	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 10	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 11	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 12	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 13	👑	X	██████████	██████████	X

Наибольшая степень удовлетворенности обслуживанием в отделениях у



Существенный дисбаланс в оценках наблюдается у



Наименьшая степень удовлетворенности обслуживанием в отделениях у клиентов



- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- 👑 Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- █ Оценка клиентов из баз конкурентов
- █ Оценка клиентов из базы банка
- ▤ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

+ ещё **3 слайда** в разделе в
полной версии отчета

5.3 Личность менеджера

CSI персонального менеджера. В Банке 1 самая высокая удовлетворенность работой персонального менеджера

Результаты замера CSI работы персонального менеджера

Банк	Программа премиум	CSI конкурентов	CSI банка	Клиенты банка из базы:	
				конкурентов	банка
Банк 1	☉	█	X		X
Банк 2	👑	█	X		X
Банк 3	☉	█	X		X
Банк 4	☉	█	X		X
Банк 5	☉	█	X		X
Банк 6	☉	█	X		X
Банк 7	☉	█	X		X
Банк 8	👑	█	X		X
Банк 9	☉	█	X		X
Банк 10	☉	█	X		X
Банк 11	👑	█	X		X
Банк 12	☉	█	X		X
Банк 13	☉	█	X		X
Банк 14	☉	█	X		X

Оценки CSI персонального менеджера из собственных баз банков в целом



Наибольшая степень удовлетворенности работой персонального менеджера у клиентов



Значительная полярность оценок заметна в

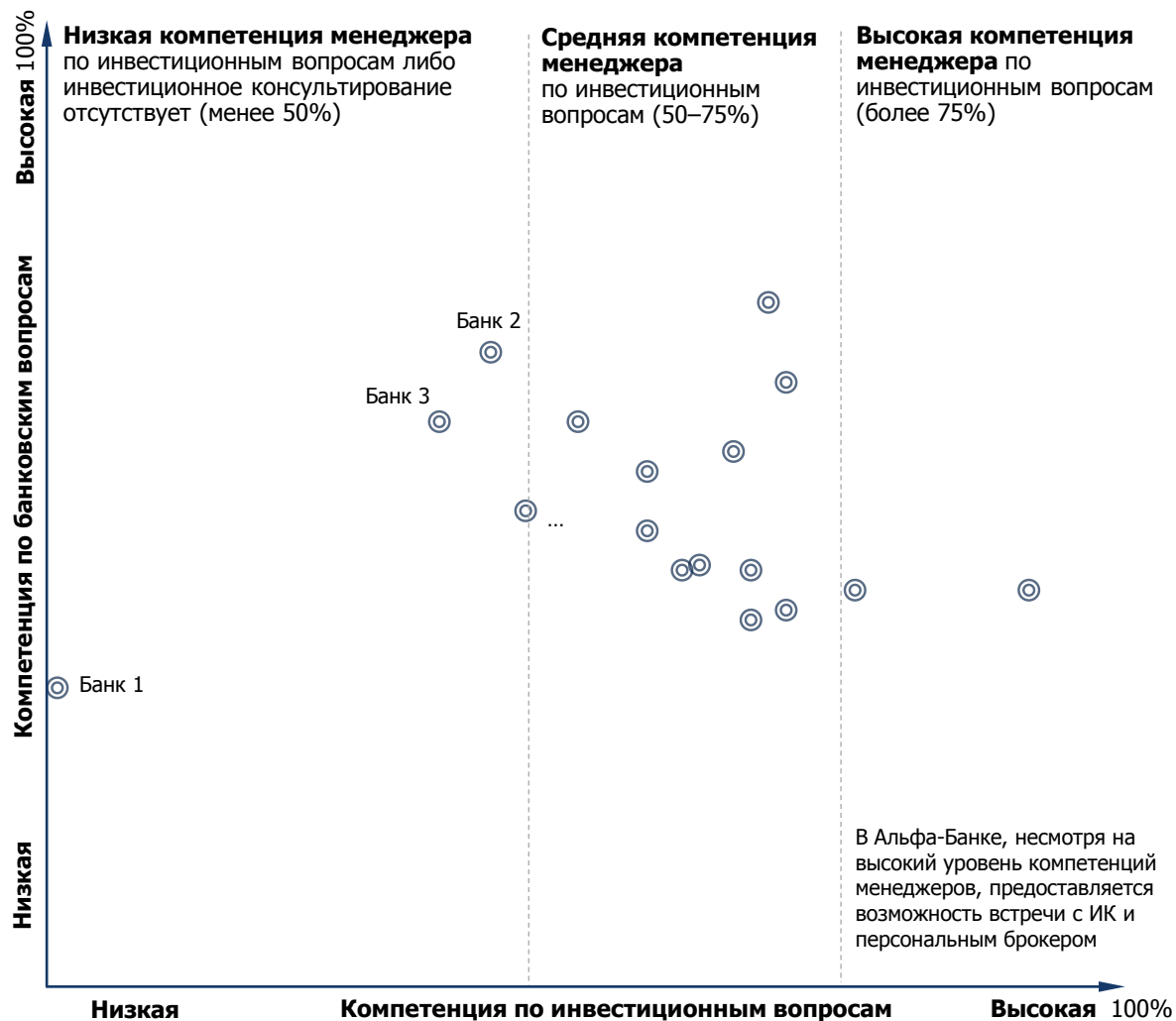


Лучшая оценка от Frank RG у



- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- ☉ Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- █ Оценка клиентов из баз конкурентов
- █ Оценка клиентов из базы банка
- ▤ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

Модель обслуживания менеджером



Уровень компетенций менеджеров по инвестиционным вопросам

Высокий в процессе всех замеров либо компетенции отсутствуют и консультирует ИК (всегда в отделении)

Компетенции отсутствуют, консультирует только ИК на отдельной встрече

Высокий в процессе одного замера, второй менеджер имеет средний уровень, встреча с ИК не предлагалась

Низкий/средний в процессе всех замеров, один менеджер предложил консультацию с ИК

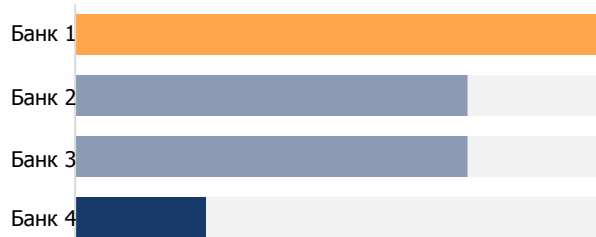
Низкий/средний в процессе всех замеров, встреча с ИК не предлагалась

Банк 1	X%
Банк 2	X%
Банк 3	X%
Банк 4	X%
Банк 5	X%
Банк 6	X%
Банк 7	X%
Банк 8	X%
Банк 9	X%
Банк 10	X%
Банк 11	X%
Банк 12	X%
Банк 13	X%
Банк 14	X%
Банк 15	X%
Банк 16	X%
Банк 17	X%

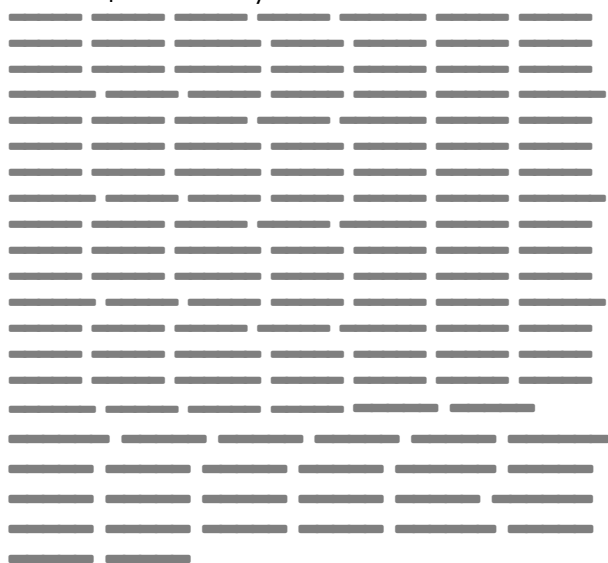
Инвестиционная консультация. Не все инвестиционные специалисты имеют высокий уровень компетенций

Общая оценка уровня компетенций инвестиционного консультанта, %

76-100% 51-75% <50%

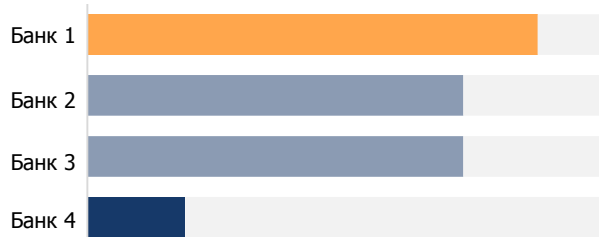


Наиболее **высоким уровнем** компетенций обладают инвестиционные консультанты

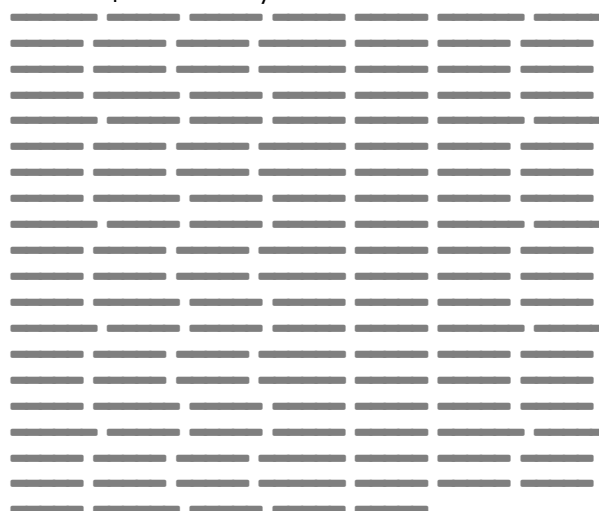


Уровень понимания рынка и механики работы инвестиционных продуктов, %

76-100% 51-75% <50%

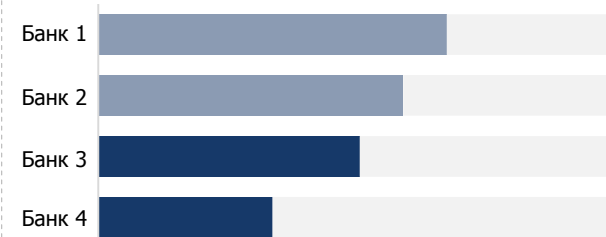


Инвестиционный консультант **Банка 1**

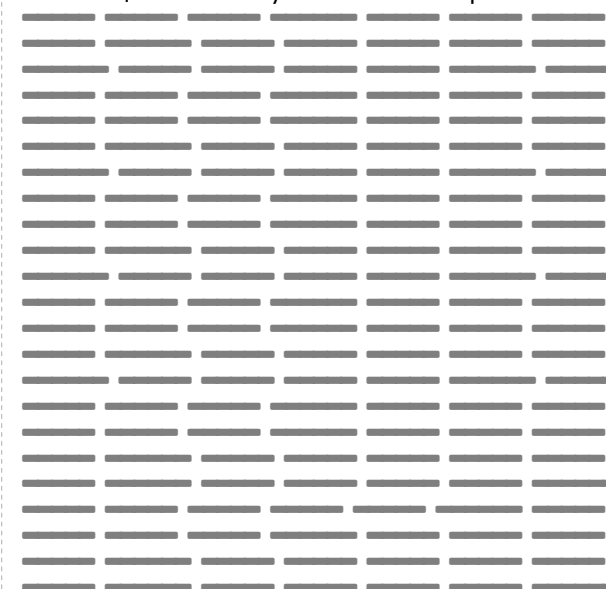


Уровень компетенций в части комиссий и налогообложения, %

76-100% 51-75% <50%



Инвестиционный консультант **Банка 2** рассказал



+ ещё **20 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

6 Клиентский путь – обслуживание в премиальном банке

CSI интернет-банка. Банк 1 — лидер по удовлетворенности работой интернет-банка

Результаты замера CSI интернет-банка

Банк	CSI	Клиенты банка из базы:		Frank RG
		конкурентов	банка	
Банк 1	👑		X	X
Банк 2	👑		X	X
Банк 3	👑		X	X
Банк 4	👑		X	X
Банк 5	👑		X	X
Банк 6	👑		X	X
Банк 7	👑		X	X
Банк 8	👑		X	X
Банк 9	👑		X	X
Банк 10	👑		X	X
Банк 11	👑		X	X
Банк 12	👑		X	X
Банк 13	👑		X	X

Наибольшая степень удовлетворенности интернет-банком у клиентов



Лучшая оценка Frank RG



Наименьшая степень удовлетворенности работой интернет-банка у клиентов



- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- 👑 Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- Оценка клиентов из баз конкурентов
- Оценка клиентов из базы банка
- ▨ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов и digital-тестирования, актуально на дату 01.09.2023.

+ ещё **2 слайда** в разделе в
полной версии отчета

6.1 Обслуживание: Коммуникация с банком

CSI чата в мобильном приложении. В Банке 1 самая высокая удовлетворенность работой чата в мобильном приложении по мнению клиентов

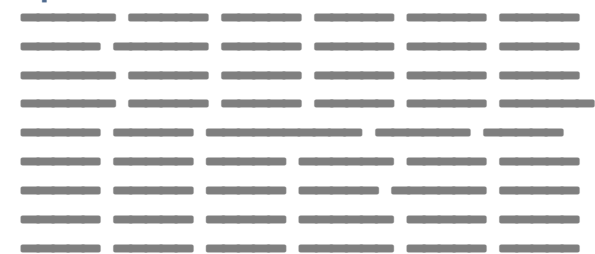
Результаты замера CSI работы чата в мобильном приложении

Банк	Программа премиум	Оценки конкурентов	Оценки банка	CSI	Клиенты банка из базы:	
					конкурентов	банка
Банк 1	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 2	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 3	👑	██████████	██████████	X		X
Банк 4	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 5	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 6	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 7	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 8	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 9	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 10	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 11	☉	██████████	██████████	X		X
Банк 12	👑	██████████	██████████	X		X
Банк 13	☉	██████████	██████████	X		X

Лидером по степени удовлетворенности работой чата в мобильном приложении является



Более состоятельные клиенты выше оценивают работу чата в мобильном приложении



Наибольшее несоответствие в оценках клиентов у



- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- ☉ Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- █ Оценка клиентов из баз конкурентов
- █ Оценка клиентов из базы банка
- ▤ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

+ ещё **8 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

6.2 Обслуживание: Daily banking — платежи и переводы, обмен валюты

CSI наполнения пакета банковскими продуктами. В Банке 1 самая высокая удовлетворенность наполнением пакета банковскими продуктами

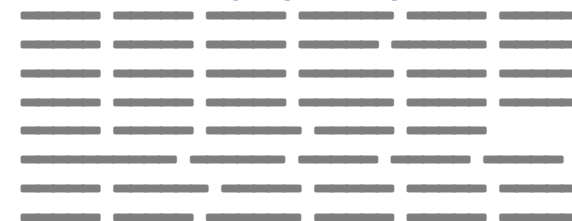
Результаты замера CSI наполнения пакета банковскими продуктами и условий по ним

Банк	Программа	CSI	Клиенты банка из базы:		
			конкурентов	банка	Frank RG
Банк 1	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 2	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 3	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 4	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 5	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 6	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 7	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 8	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 9	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 10	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 11	👑	X	██████████	██████████	X
Банк 12	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 13	☉	X	██████████	██████████	X
Банк 14	☉	X	██████████	██████████	X

Значение оценок CSI наполнения пакета банковскими продуктами и условий по ним от клиентов из собственных баз банков



Самый высокий уровень удовлетворенности наполнением пакета банковскими продуктами у клиентов



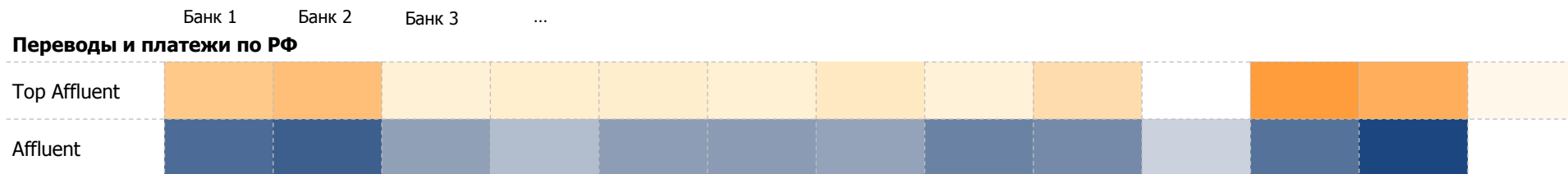
Банк 2 занимает второе место, получив самую высокую оценку от клиентов из баз сторонних банков.



- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- ☉ Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- █ Оценка клиентов из баз конкурентов
- █ Оценка клиентов из базы банка
- ▤ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

Совершение платежей и переводов в digital формате – приоритет для клиентов

Интенсивность пользования платежами и переводами по РФ в банках
(доля клиентов — пользователей продукта, от всех премиальных клиентов банка)



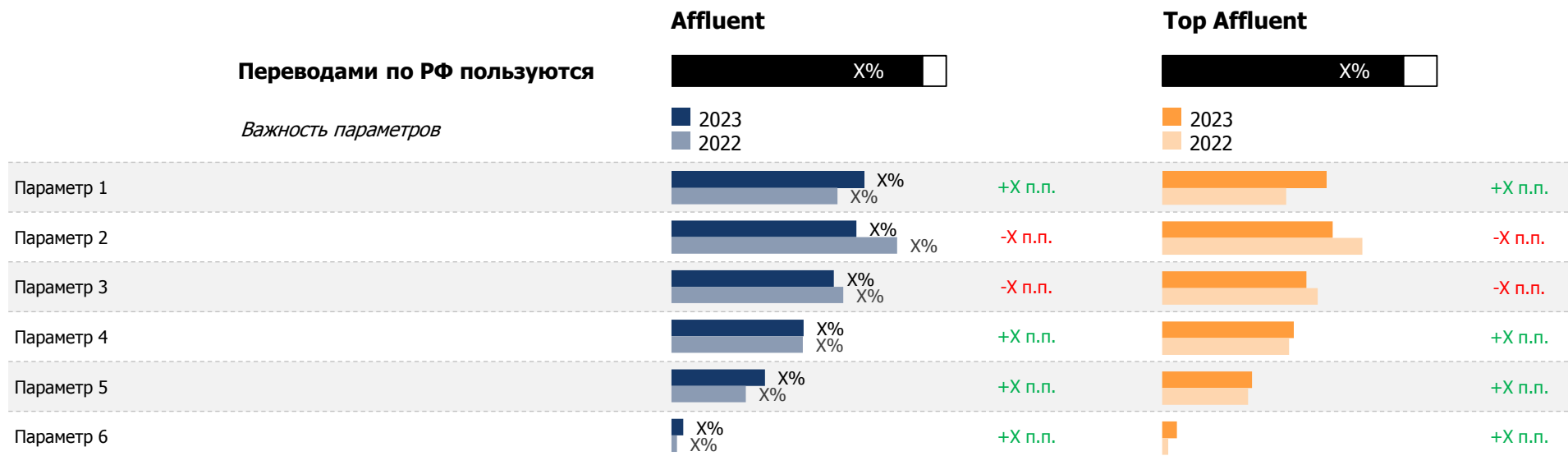
Предпочитаю:	совершить повседневный платеж...		совершить крупный платеж...	
	Affluent	Top Affluent	Affluent	Top Affluent
в отделении				
у персонального менеджера	X%	~10%	~20%	~15%
у любого сотрудника	X%	~5%	~5%	~5%
удаленно с сотрудником				
по телефону / мессенджеру у персонального менеджера	X%	~10%	~10%	~10%
по телефону в колл-центре	X%	~5%	~5%	~5%
в чате поддержки	X%	~5%	~5%	~5%
самостоятельно				
интернет-банк, мобильное приложение	X%	~25%	~20%	~20%

Наибольшая интенсивность пользования платежами и переводами по РФ среди – среди клиентов сегмента Top Affluent в

С ростом капитала увеличивается и значимость

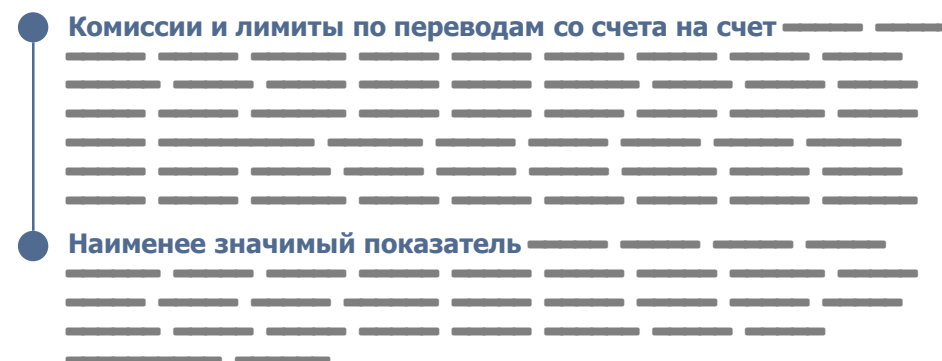
Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

Платежи и переводы. Клиенты с разным уровнем капитала отдают предпочтение переводам через СБП



Объем выборки: 2023: 2022:

2023: 2022:



Источник: ЦБ РФ, Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2022 и 2023 г.

В Банке 1, Банке 2 и Банке 3 лучшие условия по переводам по РФ

	Лидеры Банк 1, Банк 2	Преследователи Банк 3, Банк 4, Банк 5	Адаптирующиеся ...	Отстающие
 <p>Переводы внутри банка со счета на счет (3-му лицу)</p>	<p>Без комиссии в любых каналах.</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Без комиссии в любых каналах</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Без комиссии в любых каналах</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Без комиссии в отделении</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
 <p>Переводы внутри банка с карты на карту (3-му лицу)</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
 <p>Переводы в другой банк со счета на счет (3-му лицу)</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
 <p>Переводы в другой банк с карты на карту (3-му лицу)</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
 <p>Переводы через СБП</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Источник: Frank RG, Мониторинг тарифов, актуально на дату 01.09.2023.



Расчет выгоды совершения **внутрибанковских переводов со счета на счет в отделении**

Сумма комиссии за внутренние переводы (3-му лицу) с текущего счета на текущий счет **в отделении банка**

Банк	Сумма переводов в месяц, руб.					
	150 000	500 000	1 000 000	3 000 000	6 000 000	10 000 000
Банк 1	0	0	0	0	0	0
Банк 2	0	0	0	0	0	0
Банк 3	0	0	0	0	0	0
Банк 4	0	0	0	0	0	0
Банк 5	0	0	0	0	0	0
Банк 6	0	< 2500	< 2500	< 2500	< 2500	< 2500
Банк 7	0	0	0	0	0	0
Банк 8 ▲	0	0	0	0	0	0
Банк 9	0	0	0	0	0	0
Банк 10	0	0	0	0	0	0
Банк 11	0	0	0	0	0	0
Банк 12 ▲	0	0	0	0	0	0
Банк 13	0	0	0	0	0	0
Банк 14	< 2500	< 5000	< 5000	< 5000	< 5000	< 5000
Банк 15	0	0	0	0	0	0

0 < 2500 < 5000 < 10 000 ≥ 10 000

Наиболее выгодно совершать внутрибанковский перевод со счета на счет через отделение в _____

Наименее выгодные условия по переводам через отделение как и в программах premium в _____



Работа с валютой. Доступные валюты для льготной конвертации (1/2)

Банк	Канал	USD	EUR	CNY	KZT	TRY	BYN	AMD	AED	AZN	IRR	INR	VND	HKD	GBP	JPY	AUD	NOK	PLN	CAD	CHF	KGS	TJS	SGD	Кол-во	
Банк 1	М	■	■	■																						
	МП/ИБ	■	■	■																						
	БС	■	■	■		■	■	■								■										
Банк 2	М	■	■	■											■	■	■	■	■	■	■					
	МП/ИБ	■	■	■											■	■	■	■	■	■	■					
	БС	Нет																								
Банк 3	М	■	■	■																						
	МП/ИБ	■	■	■																						
	БС			■	■	■	■	■																		
Банк 4	М	■	■	■										■												
	МП/ИБ	■	■	■										■								■				
	БС	■	■	■										■												
Банк 5	М	■	■	■																						
	МП/ИБ	Нет																								
	БС	■	■	■											■											
Банк 6	М			■	■			■	■														■	■		
	МП/ИБ	Нет																								
	БС	Нет																								
Банк 7	М	■	■	■																						
	МП/ИБ	■	■	■																						
	БС	■	■	■		■	■	■							■											
Банк 8	М	■	■	■																						
	МП/ИБ	Нет																								
	БС	■	■	■																						

● М – конвертация через менеджера; ● ИБ / МП – конвертация через мобильное приложение и интернет-банк; ● БС – конвертация через брокерский счет (комиссия за сделку).

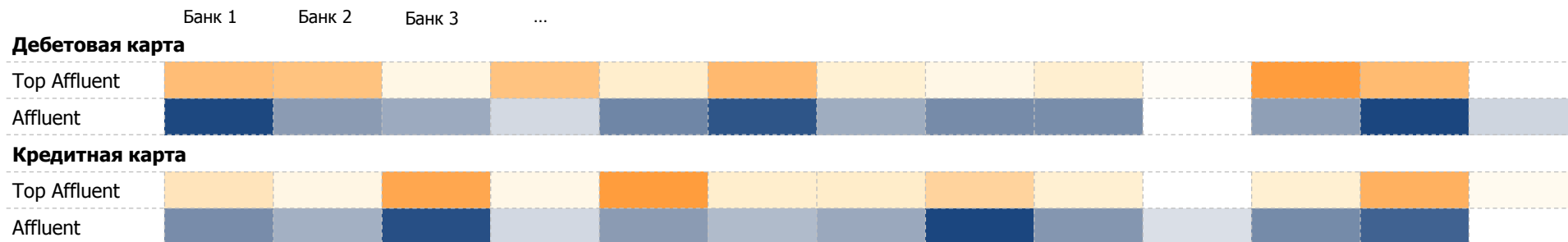
Источник: Frank RG, Мониторинг тарифов, актуально на дату 01.09.2023.

+ ещё **38 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

6.3 Обслуживание: Daily banking — карты

Клиенты сегмента Top Affluent менее вовлечены в карточное предложение банков

Интенсивность пользования дебетовыми и кредитными картами в банках
(доля клиентов — пользователей продукта, от всех премиальных клиентов банка)



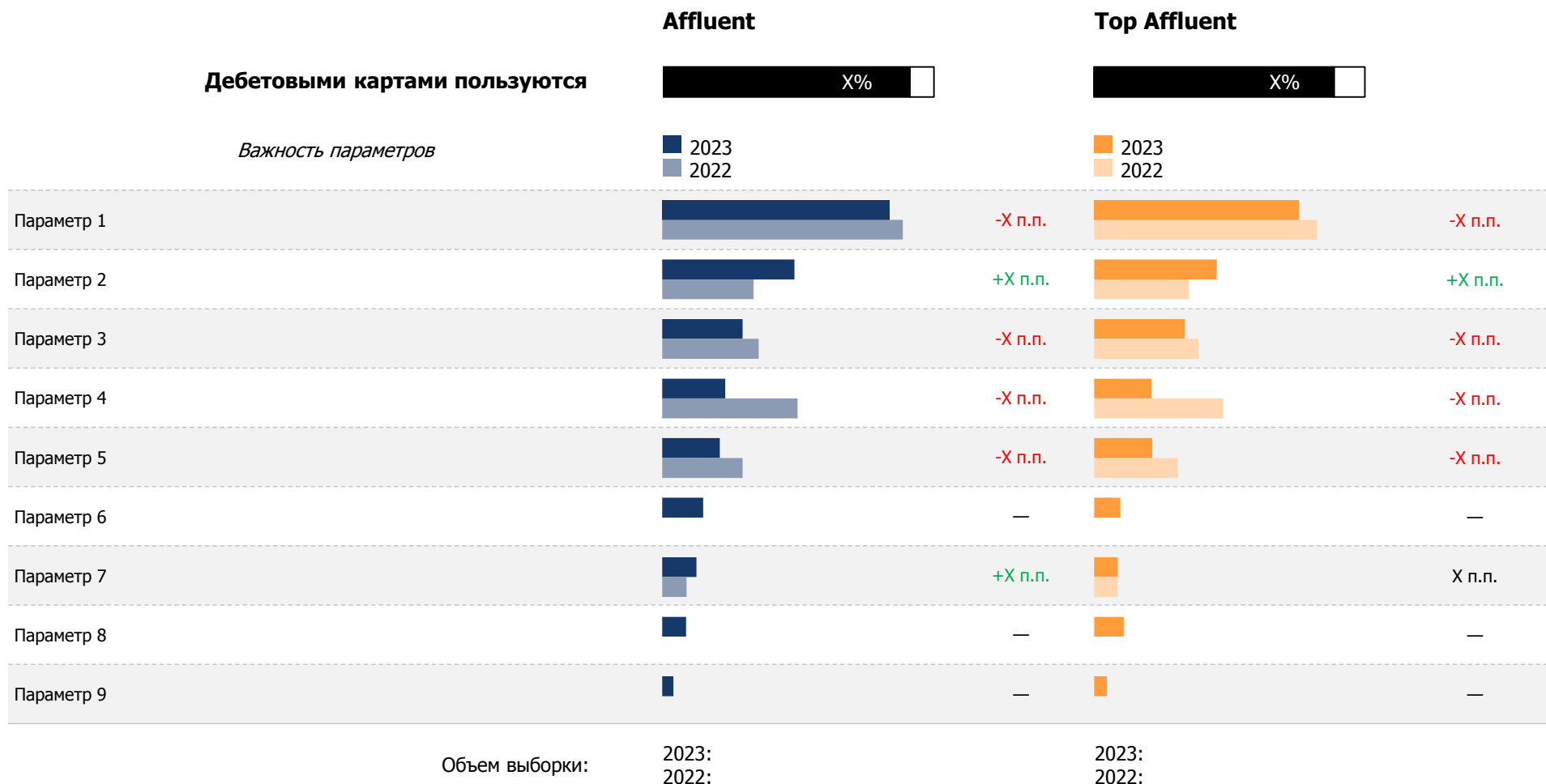
	Предпочитаю: оформить любую карту...		получить карту...	
	Affluent	Top Affluent	Affluent	Top Affluent
в отделении				
у персонального менеджера	█ X%	█	█	█
у любого сотрудника	█ X%	█	█	█
удаленно с сотрудником				
по телефону / мессенджеру у персонального менеджера	█ X%	█	—	—
по телефону в колл-центре	█ X%	█	—	—
в чате поддержки	█ X%	█	—	—
самостоятельно				
интернет-банк, мобильное приложение	█ X%	█	—	—
доставка				
представителем банка	—	—	█	█
курьерской службой	—	—	█	█
Объем выборки:				

● В большинстве исследуемых банков вовлеченность в пользование картами

● Для оформления карты клиенты с разным уровнем капитала выбирают

● Премиальные клиенты предпочитают получать карту

Дебетовые карты. Параметры карточного предложения важны клиентам с разным уровнем капитала



* Параметр не измерялся в 2022 г.

Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2022 и 2023 гг.

В Банке 1 лучшее предложение **дебетовых карт** для премиальных клиентов

	Лидеры Банк 1, Банк 2	Преследователи Банк 3, Банк 4, Банк 5	Адаптирующиеся ...	Отстающие
 Общее наполнение премиального пакета	=====	=====	=====	=====
 Характеристика программы лояльности	=====	=====	=====	=====
 Программа лояльности «кешбэк»	=====	=====	=====	=====
 Программа лояльности «мили»	=====	=====	=====	=====
 Бонусная программа лояльности	=====	=====	=====	=====

Источник: Frank RG, Мониторинг тарифов, актуально на дату 01.09.2023.



Дебетовые карты. Карточное предложение (1/2)

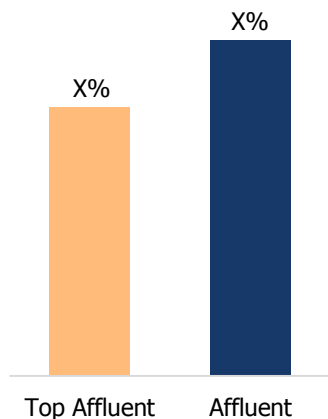
Общие условия наполнения ПУ

Банк	Пакет услуг	Общее наполнение пакета картами		Платежная система / категория		Программа лояльности					Привязка разных программ на 1 карту	Овердрафт	
		Кол-во бесплатных карт		МИР	UnionPay								
		Осн.	Доп.										
Банк 1						—	✓	—	—	✓			
Банк 2						—	✓	—	—	—			
Банк 3						—	—	✓	—	—			
Банк 4						—	—	✓	—	—			
Банк 5						—	✓	—	—	✓			
Банк 6						—	✓	—	—	—			
Банк 7						✓	—	—	—	—			
Банк 8						—	✓	—	—	—			
Банк 9						—	✓	✓	—	—			



Дебетовые карты. Кешбэк – наиболее востребованная программа лояльности

Важность доп. выгод по карте для премиальных клиентов, % опрошенных



Важность разных программ лояльности для премиальных клиентов, % опрошенных

	Top Affluent	Affluent
Кешбэк	X%	X%
Мили	X%	X%
Бонусные баллы	X%	X%

Кешбэк

- Прямой кешбэк** – прямое зачисление рублей на счет в конце периода без вовлечения клиента.
- Бонусный кешбэк** – зачисление бонусных рублей, которые могут быть конвертированы клиентом в рубли или компенсировать покупки.
- Гибридный кешбэк** – зачисление бонусных рублей возможно, но банк ограничивает прямой обмен на рубли курсом и стимулирует опцию компенсации будущих покупок.

Мильная программа

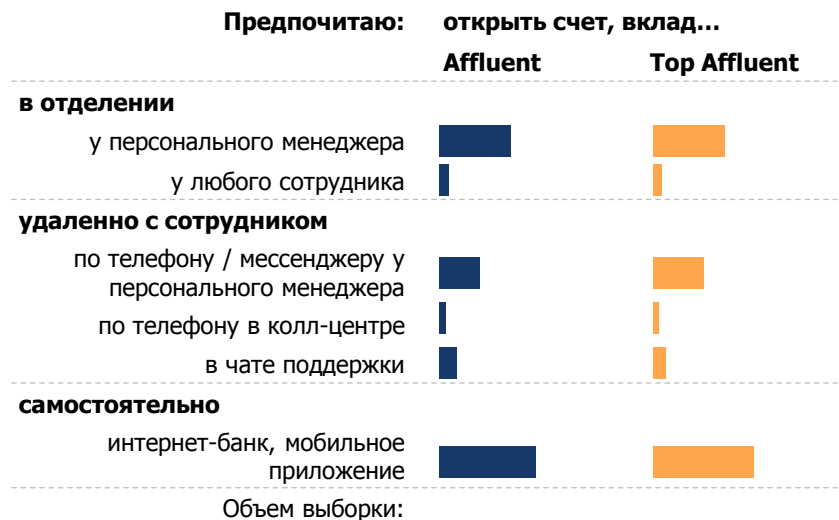
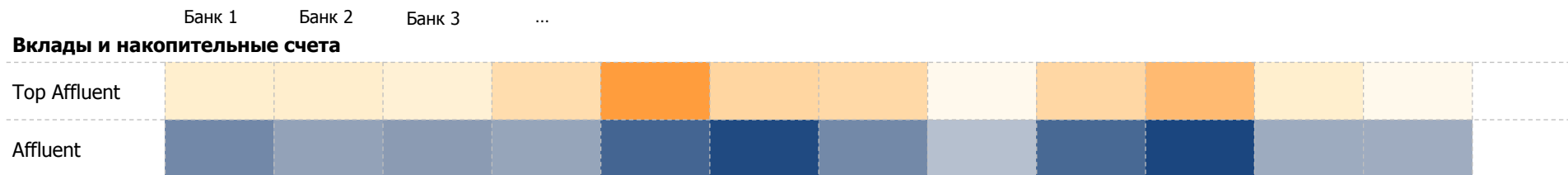
Бонусная программа

+ ещё **41 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

6.4 Обслуживание: Размещение капитала — вклады и счета

Клиенты Top Affluent более активные пользователи вкладов и накопительных счетов

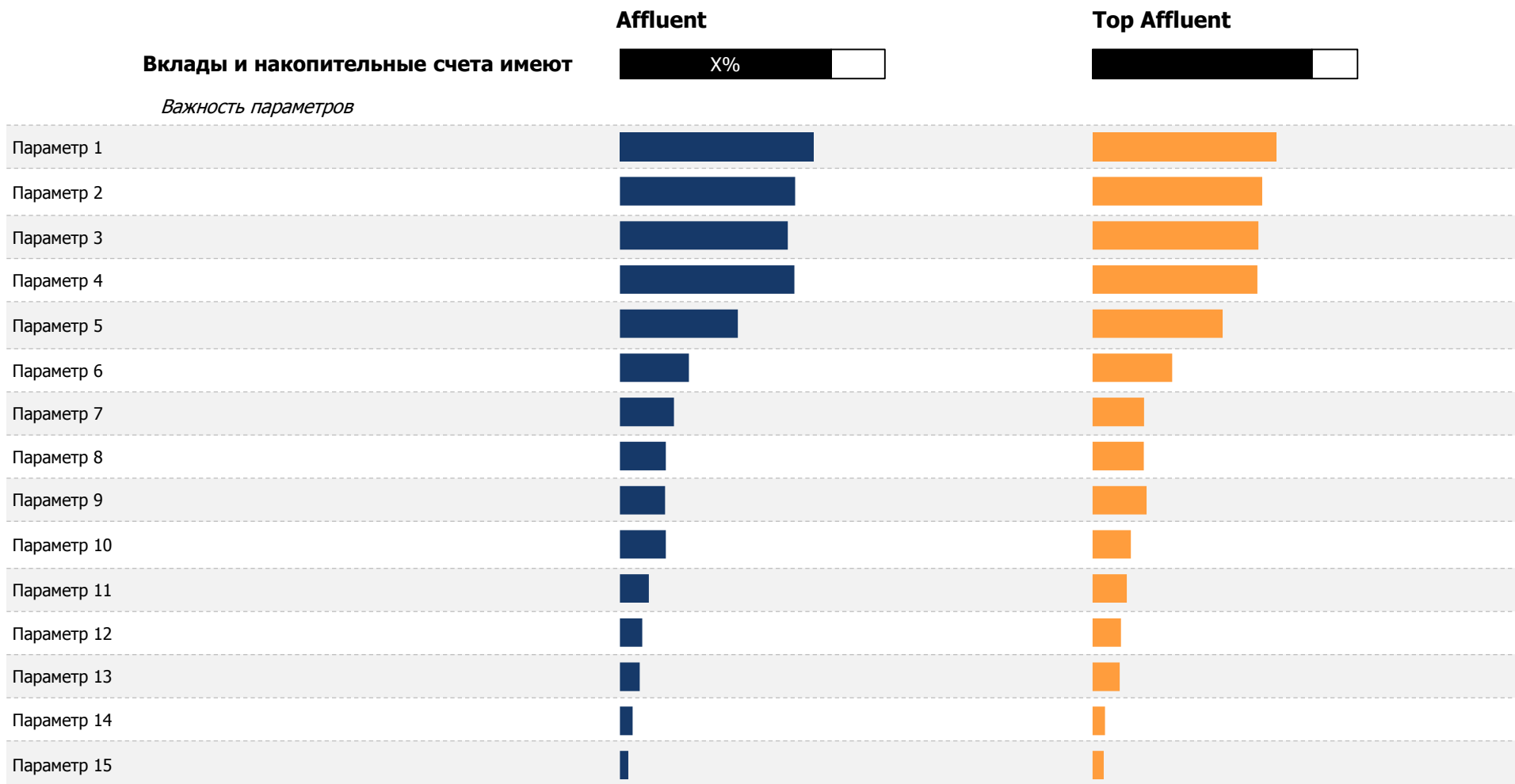
Интенсивность пользования вкладами и накопительными счетами в банках
(доля клиентов — пользователей продукта, от всех премиальных клиентов банка)



Премиальные клиенты в целом заинтересованы в сберегательных продуктах.

X% премиальных клиентов готовы оформить вклад самостоятельно в дистанционных каналах обслуживания.

Вклады и накопительные счета. Высокая ключевая ставка способствует сохранению интереса к вкладам у премиальных клиентов



Объем выборки (пользователи продуктом):

Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г.

Накопительные счета с процентом на минимальный остаток и на ежедневный одинаково распространены на рынке

Условия по накопительным счетам (1/2)

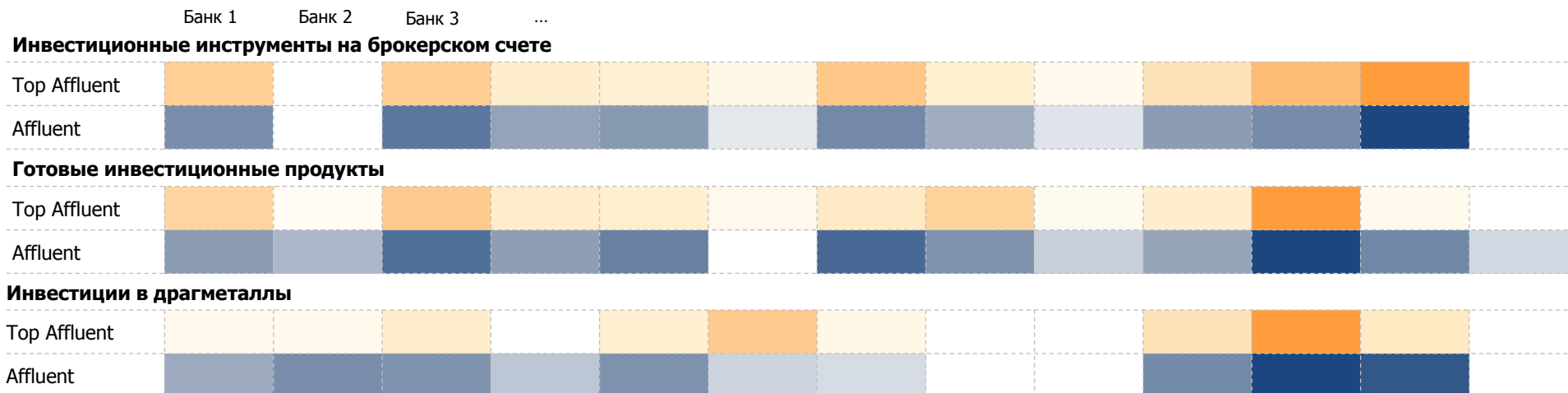
Банк	Название счета	Механизм начисления		Больше сумма – выше ставка	Надбавки за выполнение условий		
		На мин. остаток	На ежедне-вный остаток		Новый клиент в первые 2-3 мес.	POS-оборот по картам	Другие продукты (подписка, моб. связь)
Банк 1		●	—	—	●	●	—
Банк 2		●	—	—	●	●	—
Банк 3		—	●	—	●	—	—
Банк 4		●	—	—	●	—	●
Банк 5		—	●	—	●	●	—
Банк 6		—	●	—	●	●	—
Банк 7		—	●	—	●	●	—
Банк 8		●	—	—	●	●	—
Банк 9		●	—	●	—	—	—
Банк 10		—	●	—	—	—	—
		●	—	—	—	—	—

+ ещё **9 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

6.5 Обслуживание: Размещение капитала — инвестиции

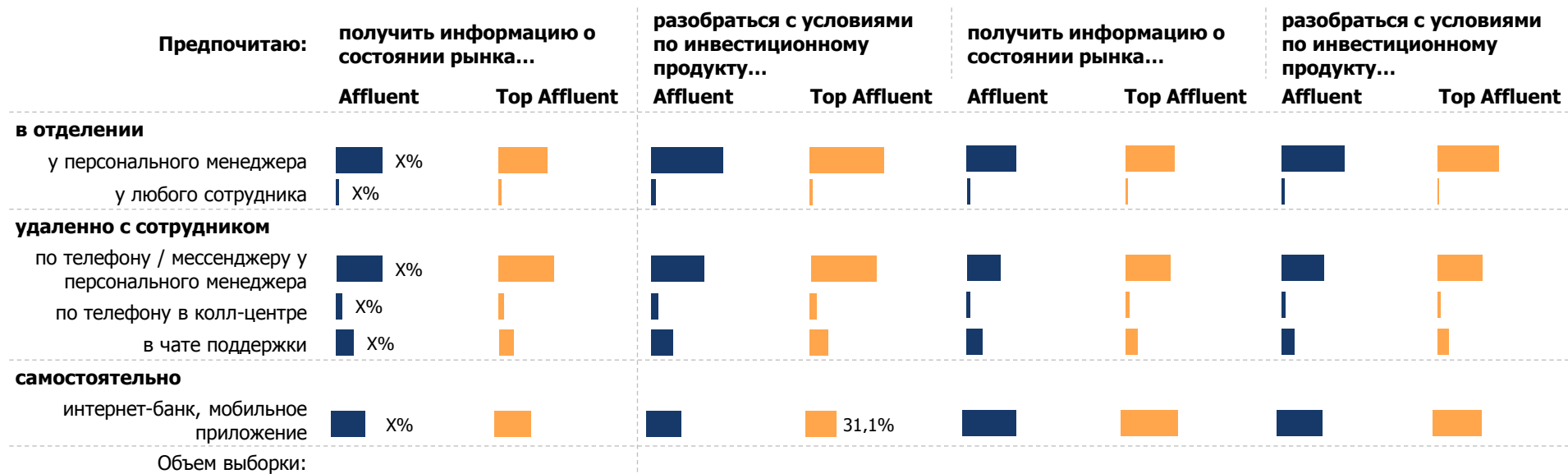
Клиенты Top Affluent чаще пользуются инвестиционными продуктами банка

Интенсивность пользования инвестиционными инструментами в банках
(доля клиентов — пользователей продукта, от всех премиальных клиентов банка)



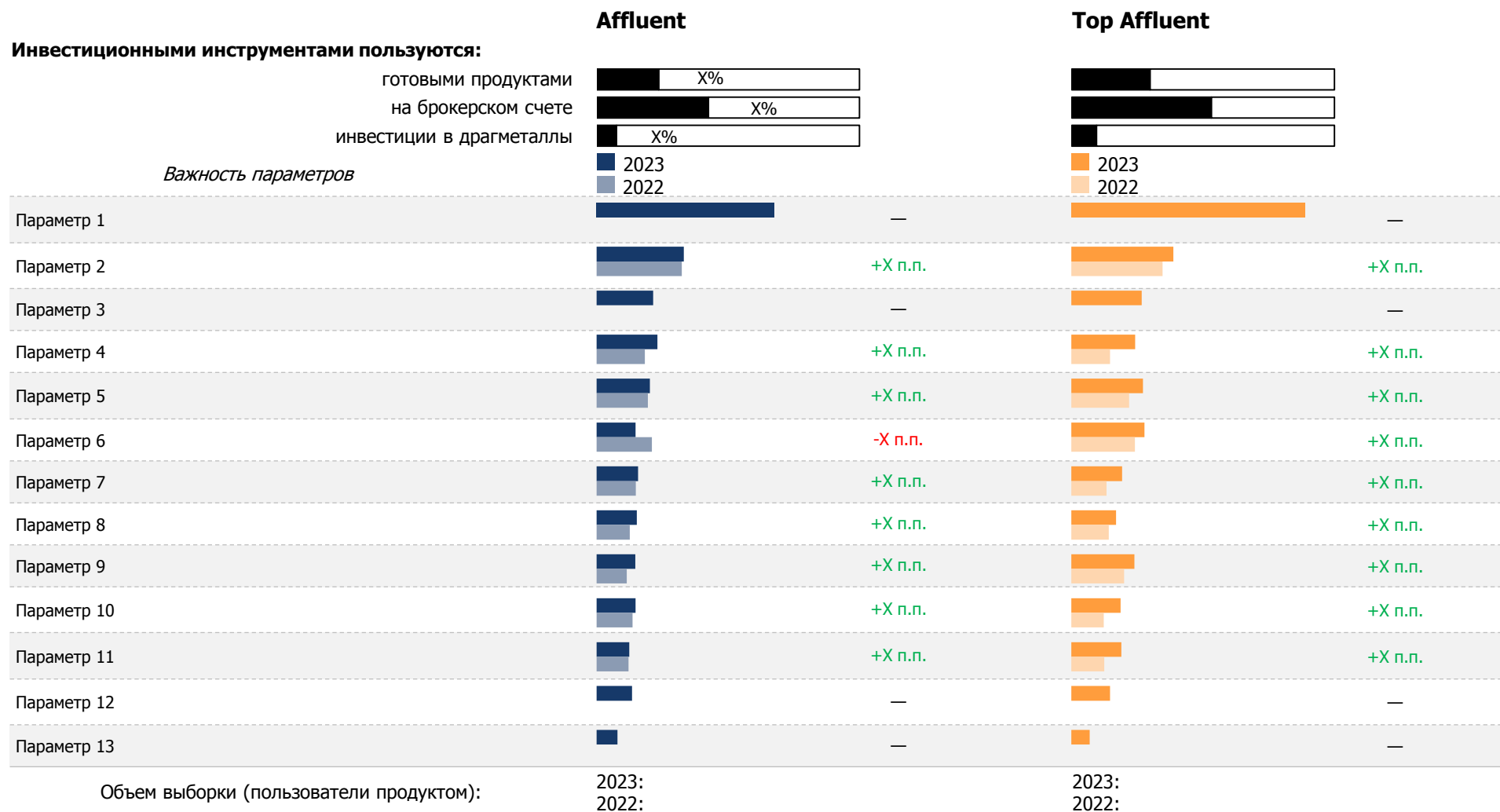
- **Лидер по интенсивности использования инструментов на брокерском счете —**
- **Готовые инвестиционные продукты используют менее**
- **Банк 1 — лидер по вовлеченности клиентов в драгметаллы.**

По вопросам инвестиций клиенты Top Affluent чаще предпочитают обращаться к менеджеру



- **Состоятельные клиенты чаще предпочитают** _____
- **Клиентам важно иметь возможность** _____
- **Клиенты Top Affluent чаще** _____

Инвестиции. Клиенты Top Affluent более активные пользователи инвестиционных продуктов банка



* Параметр не замерялся в 2022 г.

Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2022 и 2023 гг.

CSI полноты инвестиционных продуктов. Наиболее высокий уровень удовлетворенности линейкой инвестиционных продуктов у клиентов Банка 1

Результаты замера CSI полноты инвестиционных продуктов и качества стратегий

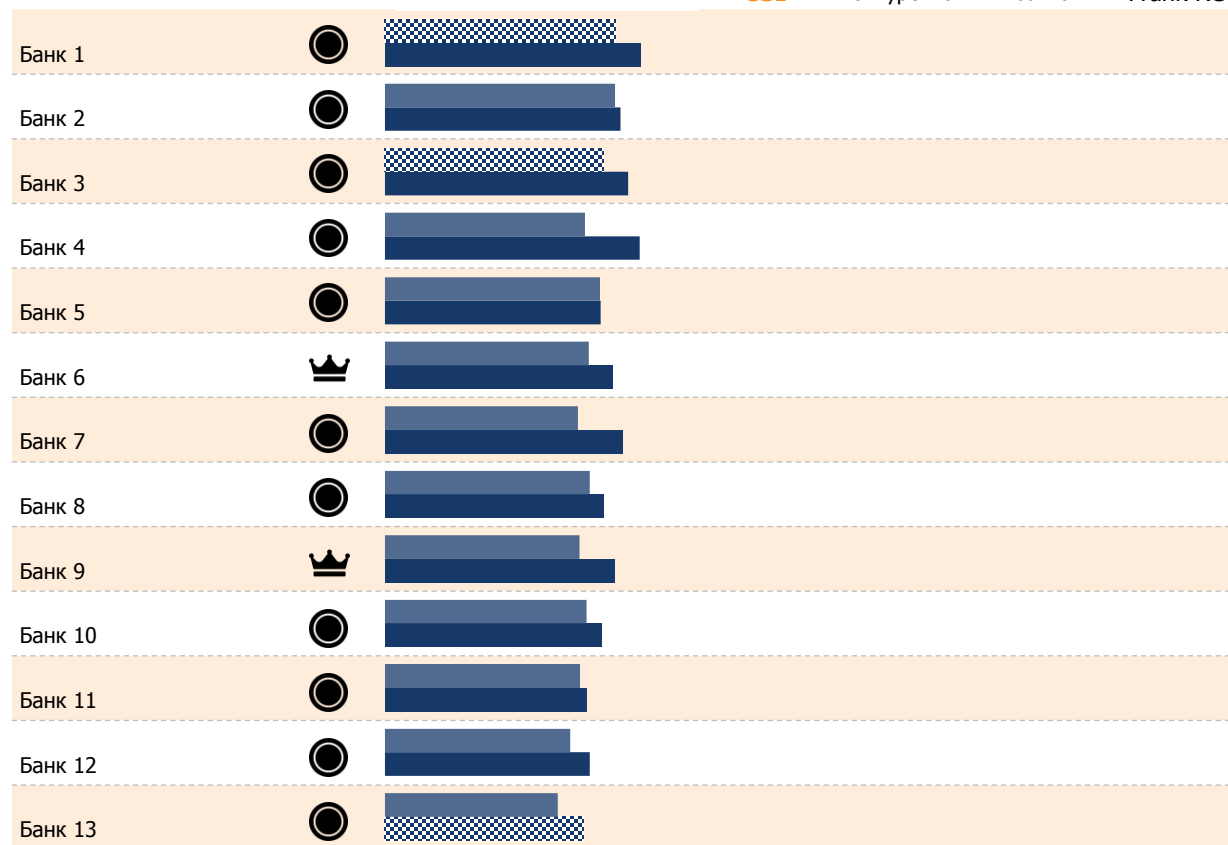
CSI

Клиенты банка из базы:

конкурентов

банка

Frank RG



Наибольшая степень удовлетворенности наполнением инвестиционных продуктов и качества предложенных стратегий у

Банк 2 занимает второе место, получив одинаково высокие оценки как от клиентов из собственной базы, так и от клиентов из баз конкурентов

Самую высокую оценку по результатам тестирования Frank RG получил

Наименьшая степень удовлетворенности наполнением инвестиционных продуктов у

- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- Оценка клиентов из баз конкурентов
- Оценка клиентов из базы банка
- Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- ⊗ Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- ⊗ Оценка по результатам тестирования Frank RG

В сегменте Top Affluent самые выгодные тарифы – у Банка 1 и Банка 2

Тарифы для пассивного и активного инвестора

Пассивный

Капитал: XXX руб.

Средняя сумма сделки: XXX руб.

Торгует на рынках:

Активный

Капитал: XXX руб.

Средняя сумма сделки: XXX руб.

Торгует на рынках:

Название тарифа	SPB	Комиссия, руб./год	Рынок
Банк 1	✗	■	X P
Банк 2	✗	■	X P
Банк 3	✗	■	X P
Банк 4	✗	■	X P
Банк 5	✗	■	X P
Банк 6	✗	■	X P
Банк 7	✓	■	X P
Банк 8	✓	■	X P
Банк 9	✗	■	X P
Банк 10	✗	■	X P
Банк 11	✓	■	X P
Банк 12	✗	■	X P
Банк 13	✗	■	X P
Банк 14	✗	■	X P
Банк 15	✗	■	X P
Банк 16	—	—	—
Банк 17	—	—	—

Название тарифа	SPB	Комиссия, руб./год	Рынок
Банк 1	✗	■	X P
Банк 2	✗	■	X P
Банк 3	✗	■	X P
Банк 4	✗	■	X P
Банк 5	✗	■	X P
Банк 6	✓	■	X P
Банк 7	✗	■	X P
Банк 8	✗	■	X P
Банк 9	✓	■	X P
Банк 10	✗	■	X P
Банк 11	✗	■	X P
Банк 12	✗	■	X P
Банк 13	✓	■	X P
Банк 14	✗	■	X P
Банк 15	✗	■	X P
Банк 16	—	—	—
Банк 17	—	—	—

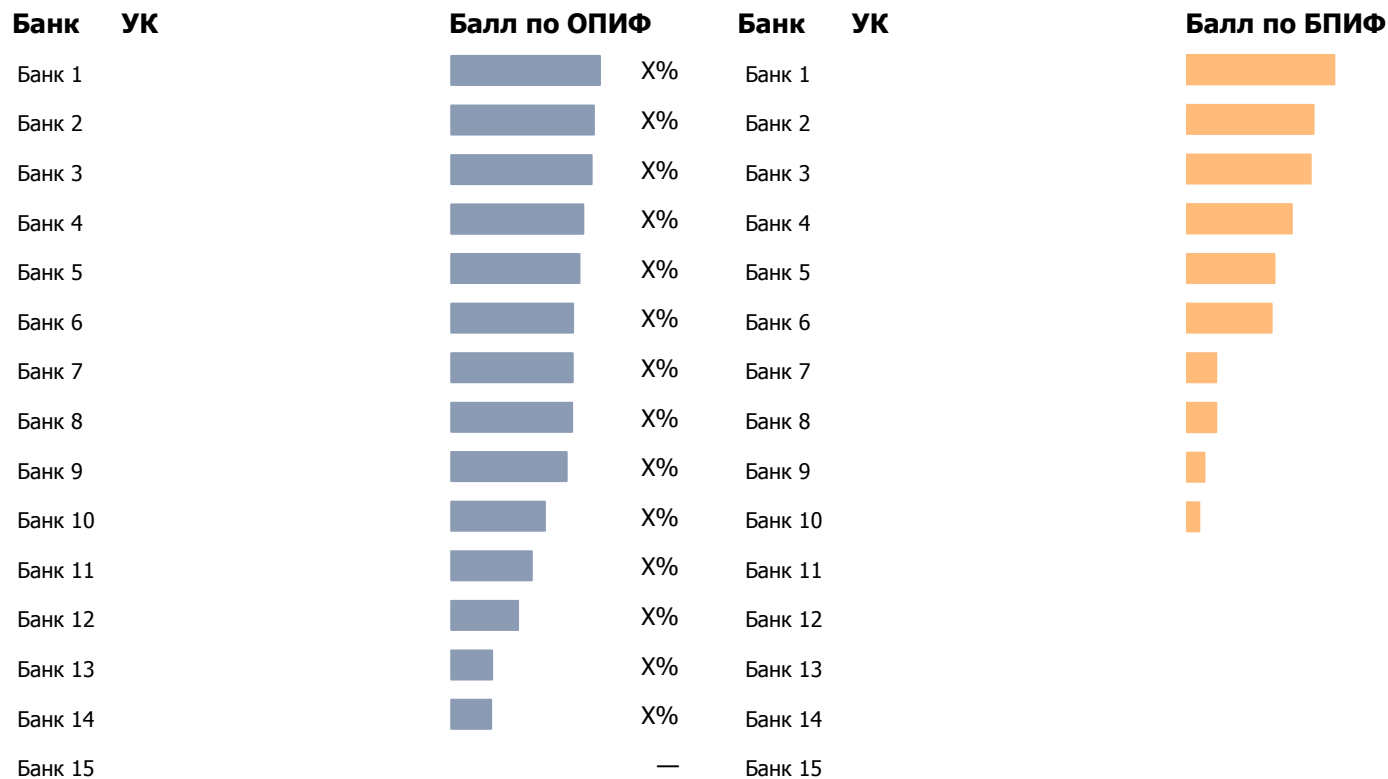
Для заданных клиентских портретов рассчитана итоговая годовая комиссия каждого тарифа. Эта комиссия, а также возможности предоставления доступа на СПБ биржу положены в основу общих рейтингов.

Итоговая комиссия является суммой комиссий по каждому рынку, на котором совершает сделки инвестор (с учетом наличия ежемесячных комиссий и минимальных комиссий за сделку).



В сегменте Top Affluent лидером рейтинга ОПИФ стал Банк 1, в БПИФ – Банк 1

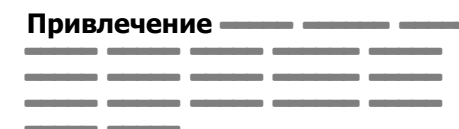
Рейтинг УК в сегменте Top Affluent, %



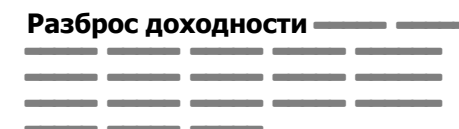

Инвестиции в паевые фонды
XXX руб.

Top-Affluent

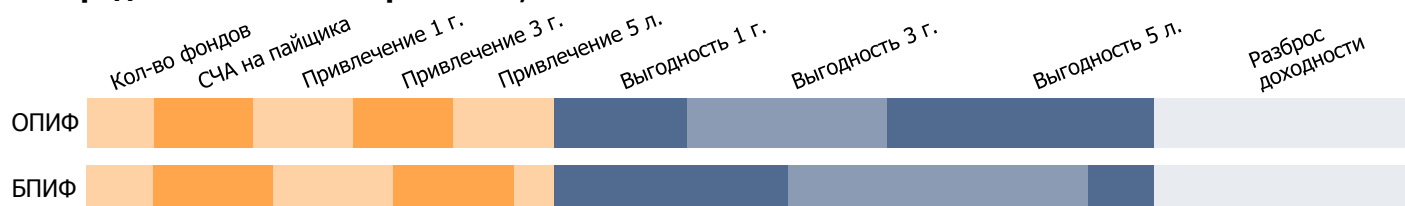
Итоговый рейтинг состоит из **трех компонентов**: привлечение, выгодность, разброс доходности.



Для расчета **выгодности** по каждому фонду взята



Распределение баллов в рейтинге, %



Источник: Frank RG, 2023 г.

В линейке только половины банков есть программы **НСЖ** с покрытием по трем **основным рискам** одновременно (ЛП, НС и ДТП)




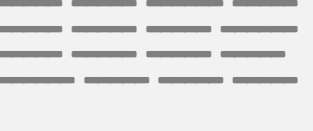


















	Уход из жизни				Инвалидность			
	ЛП*	НС**	ДТП	Крушение***	ЛП	НС	Травма	Check-up
Банк 1	+	+	+	-	-	+	-	+
	+	+	+	-	-	-	-	+
	+	-	+	-	-	-	-	-
	+	+	+	-	-	+	-	-
	+	-	-	-	-	-	-	-
	+	-	+	-	-	-	-	-
	+	-	+	-	-	-	-	-
	+	-	+	-	-	-	-	-
	+	+	-	-	-	-	-	-
Банк 2	+	-	-	-	+	-	-	-
	+	+	-	-	-	-	-	+
	+	+	-	-	-	-	+	-
	+	-	+	-	-	-	-	-
Банк 3	+	+	+	-	+	+	-	-
	+	+	-	-	-	-	-	-
	+	+	-	-	-	-	-	-

* Любая причина ** Несчастный случай
Источник: Frank RG, 2023 г.

*** Уход из жизни (кораблекрушение / авиакатастрофа / крушения поезда)

+/- – дополнительный пакет, не входящий в основную программу

В Банке 1 лучшее предложение по покупке драгоценных металлов

	Лидеры Банк 1, Банк 2	Преследователи Банк 3, Банк 4, Банк 5	Адаптирующиеся ...	Отстающие
 БСДМ				Нет продукта
 Золотые слитки	Доступны во всех банках. Ср. значение цены за слиток (млн. руб.): 50г  X 100г  X 250г  X 500г  X 1000г  X	Доступны во всех банках. Ср. значение цены за слиток (млн. руб.): 50г  100г  250г  500г  1000г 	Доступны во всех банках Ср. значение цены за слиток (млн. руб.): 50г  100г  250г  500г  1000г 	Нет продукта
 Инвестиционные монеты (золото)	Доступны во всех банках. Ср. значение цены монеты (тыс. руб.): 25 р.  X 50 р.  X 100 р.  X	Доступны во всех банках Ср. значение цены монеты (тыс. руб.): 25 р.  50 р.  100 р. 	Доступны только в Цена монет (тыс. руб.): 25 р.  50 р. <i>Недоступны</i> 100 р. 	Нет продукта

Условия покупки драгоценных металлов в программах top premium отличаются от программ premium

У Банка 1 самые низкие спреды на БСДМ по всем валютам (1/2)

Условия покупки/ продажи золота на БСДМ

Банк	Мин. объем, грамм	Цена продажи, руб.	Цена покупки, руб.	Спред, руб. за 1 грамм	Спред, %
Банк 1	X	XP	XP	X	
Банк 2	X	XP	XP	X	
Банк 3	X	XP	XP	X	
Банк 4	X	XP	XP	X	
Банк 5	X	XP	XP	X	
Банк 6	X	XP	XP	X	
Банк 7	X	XP	XP	X	
Банк 8	X	XP	XP	X	
	X	XP	XP	X	

Условия покупки/ продажи серебра на БСДМ

Банк	Мин. объем, грамм	Цена продажи, руб.	Цена покупки, руб.	Спред, руб. за 1 грамм	Спред, %
Банк 1					
Банк 2					
Банк 3					
Банк 4					
Банк 5					
Банк 6					
Банк 7					

Банк 8, Банк 9

Нет продукта

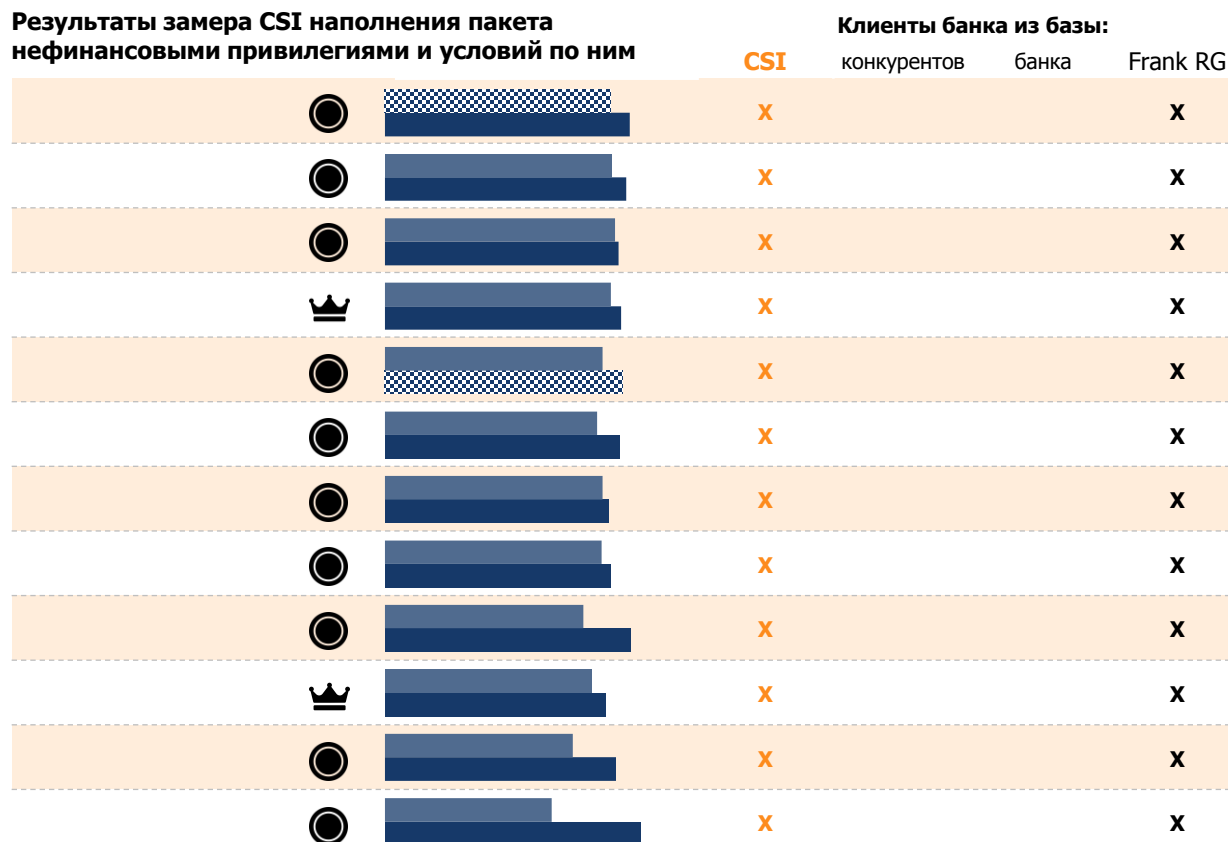
* По данным на 10 ноября 2023 г.

+ ещё **40 слайда** в разделе
в полной версии отчета

6.6 Обслуживание: Небанковские привилегии

CSI наполнения пакета нефинансовыми привилегиями. Банк 1 — лидер по удовлетворенности наполнением пакета нефинансовыми привилегиями

Результаты замера CSI наполнения пакета нефинансовыми привилегиями и условий по ним



Первое место по удовлетворенности наполнением пакета нефинансовыми привилегиями и условий по ним у

Клиенты высоко оценивают наполнение пакета нефинансовыми привилегиями в

Существенная разница в оценках разных сегментов наблюдается в

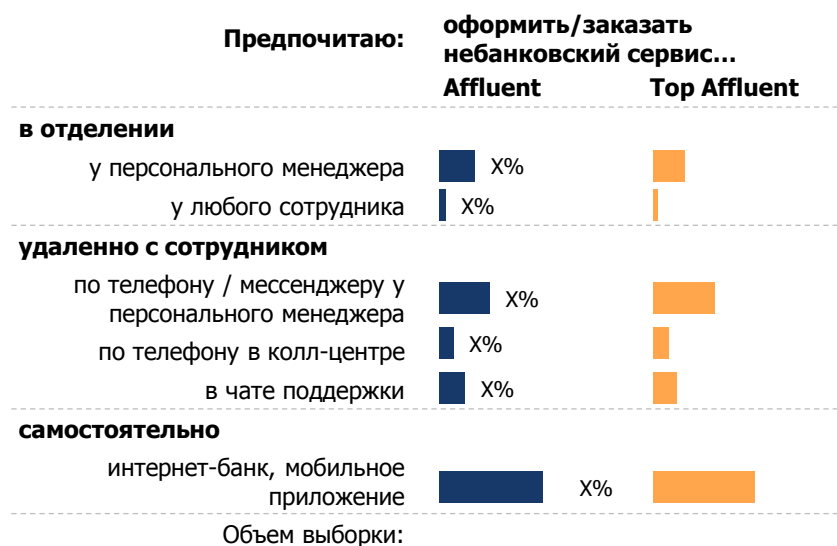
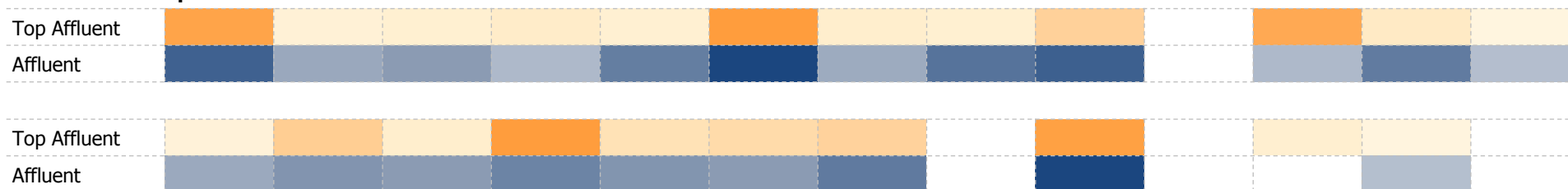
- 👑 Программа top premium с отдельным позиционированием
- Программа premium, оцененная клиентами Top Affluent
- Оценка клиентов из баз конкурентов
- Оценка клиентов из базы банка
- ▨ Оценка Frank RG для банков, не участвующих в исследовании или не набравших порога выборки
- X Расчетная оценка Frank RG по оценкам клиентов
- X Оценка по результатам тестирования Frank RG

Источник: Frank RG, результаты анкетирования клиентов, 2023 г. Мониторинг тарифов, актуально на дату 01.09.2023..

Банк 1 – лидер по вовлеченности в пользование небанковскими привилегиями

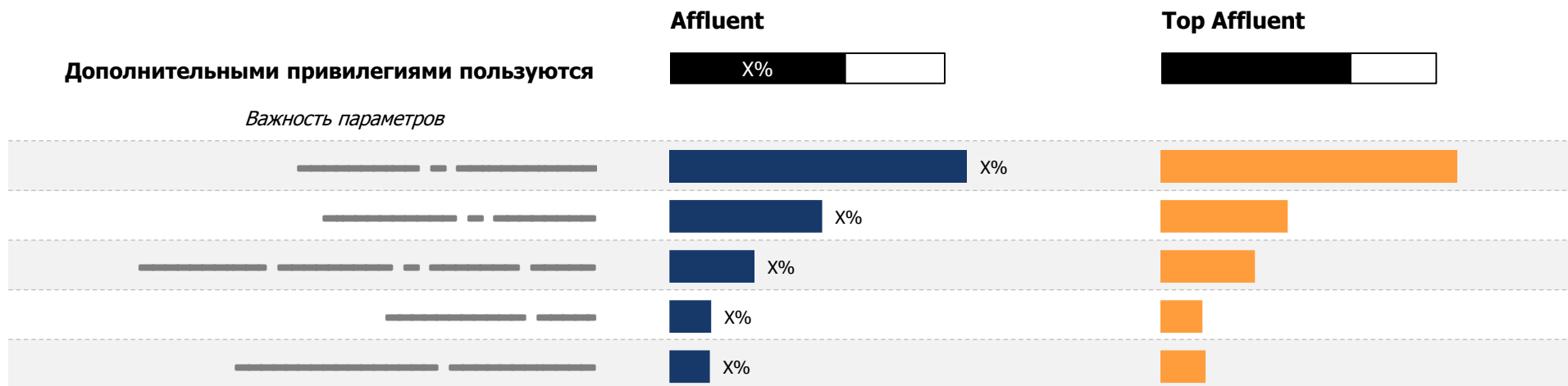
Интенсивность пользования небанковскими привилегиями в банках
(доля клиентов — пользователей продукта, от всех премиальных клиентов банка)

Небанковские привилегии



- **Вовлеченность в пользование небанковскими привилегиями выше в** _____
- **Консьерж-сервис актуален менее, чем для** _____
- **Приоритетный способ реализации доступной привилегии для обоих сегментов клиентов** _____

Небанковские привилегии. Востребованность небанковских привилегий увеличивается по мере роста капитала










Объем выборки:

- Клиенты сегмента Top Affluent
- Привилегии в путешествиях

- Второе место по важности среди небанковских привилегий занимает
- Привилегии, связанные с образом жизни, важны примерно для
- Направление «спорт» и профессиональные консультации

Предложение по **небанковским привилегиям** меняется у X банков в программах **top premium banking**

Сравнительная таблица по небанковским привилегиям top premium banking vs premium banking

Параметры сравнения	Top Premium	Premium
 Бизнес-залы	=====	=====
 Страхование ВЗР	=====	=====
 Такси и трансфер	=====	=====
 Консьерж-сервис	=====	=====
 Профессиональные консультации	=====	=====
 Дополнительные привилегии и подписки	=====	=====
 Мероприятия	=====	=====

Источник: Frank RG, Мониторинг тарифов, актуально на дату 01.09.2023.



Банк 1 и Банк 2 – лидеры по предоставлению услуги трансферов и такси

Количество поездок на такси и трансферах в год при выполнении условий, 2023 г.

Остатки на счетах, млн руб.			10		12				Top premium vs premium: сравнение
POS-оборот по карте в месяц, тыс. руб.					+10 +150		+ 10		
Банк	Механизм оплаты	Трансфер/ такси	Сумма макс. компенс., руб.		Количество проходов в год				
			1 поездка	в год					
Банк 1									— — — —
Банк 2									— — — —
Банк 3									— — — —
Банк 4									— — — —
Банк 5									— — — —
Банк 6									— — — —
Банк 7									— — — —
Банк 8									— — — —
Банк 9									— — — —
Банк 10									— — — —

Банк 11, Банк 12

Нет продукта

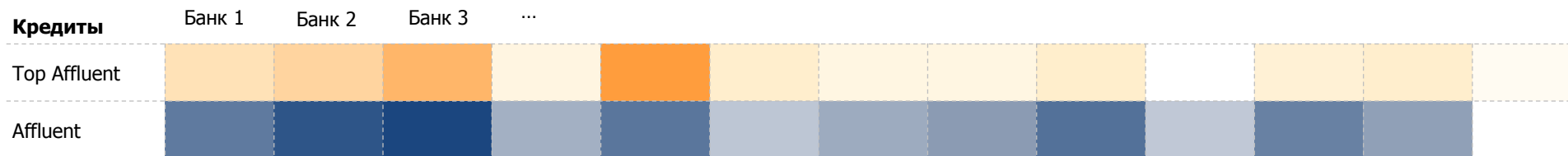
+ ещё **13 слайдов** в разделе
в полной версии отчета

6.7 Обслуживание: получение кредита

Кредиты в большей степени актуальны для сегмента Affluent, чем для Top Affluent

Интенсивность пользования кредитами в банках

(доля клиентов — пользователей продукта, от всех премиальных клиентов банка)



	Предпочитаю: открыть кредитный продукт...	
	Affluent	Top Affluent
в отделении		
у персонального менеджера	X%	
у любого сотрудника	X%	
удаленно с сотрудником		
по телефону / мессенджеру у персонального менеджера	X%	
по телефону в колл-центре	X%	
в чате поддержки	X%	
самостоятельно		
интернет-банк, мобильное приложение	X%	

Объем выборки:



В Банке 1, Банке 2 и Банке 3 самая широкая линейка кредитных продуктов

	Лидеры	Преследователи	Адаптирующиеся	Отстающие
Широта продуктовой линейки	Широкая (доступно 100% оцениваемых кредитных продуктов)	Широкая (доступно 60-90% оцениваемых кредитных продуктов)	Средняя (доступно 40-50% оцениваемых кредитных продуктов)	Узкая (доступно 10-40% оцениваемых кредитных продуктов)
Диапазон % ставки: кредит наличными	X X X	●—●	●	●—●—●
Диапазон % ставки: ипотека	X X X	●—●—●	●—●—●	●—●—●
Диапазон % ставки: автокредитование	X X X	●—●—●	Нет продуктов	Нет продуктов
Наличие специального предложения для премиальных клиентов (% ставка)	=====	=====	=====	=====

мин. ср. знач. макс.

- **Предложение кредитных продуктов отличается в программах top premium от программ premium** =====
- **Кредиты, так же как и коробочное страхование, не являются продуктами первого спроса премиальных клиентов.** =====
- **Банки редко адаптируют кредитные продукты для премиального сегмента** =====



Самые низкие ставки по кредиту на приобретение **нового автомобиля** предлагают **Банк 1 и Банк 2**

Автокредитование

Банк	Марка автомобиля	Макс. сумма, руб.	Срок, мес.		Спец. предложение для премиальных клиентов	Обязательные требования для получения кредита		Обязательные требования для получения мин. ставки		Мин. первоначальный взнос	Мин. % ставка для премиальных клиентов
			Мин.	Макс.		КАСКО	Страхование жизни	КАСКО	Страхование жизни		
Новый автомобиль											
Банк 1		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	X%	X%
Банк 2		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Нет	Да	X%	X%
Банк 3		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Да	Да	X%	X%
Банк 4		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Да	Нет	X%	X%
Банк 5		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	X%	X%
Банк 6		X	X	X	Нет	Да	Да	Да	Да	X%	X%
Банк 7		X	X	X	Нет	Да	Нет	Да	Да	X%	X%
Банк 8		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Нет	Да	X%	X%
Подержанный автомобиль											
Банк 1		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Да	Нет	X%	X%
Банк 2		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Нет	Да	X%	X%
Банк 3		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Да	Да	X%	X%
Банк 4		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	X%	X%
Банк 5		X	X	X	Нет	Нет	Нет	Нет	Да	X%	X%
Банк 6		X	X	X	Нет	Да	Да	Да	Да	X%	X%
Банк 7		X	X	X	Нет	Да	Нет	Да	Да	X%	X%

Источник: Frank RG, Мониторинг тарифов, актуально на дату 01.09.2023.

+ ещё **3 слайда** в разделе в
полной версии отчета

7 Методика расчета рейтинга

Определение весов основных категорий рейтинга

По результатам анкетирования была определена важность различных параметров премиального банковского обслуживания

Параметры премиального банковского обслуживания	Оценка клиентов
Параметр 1	X
Параметр 2	X
Параметр 3	X
Параметр 4	X
Параметр 5	X
Параметр 6	X
Параметр 7	X
Параметр 8	X
Параметр 9	X
Параметр 10	X
Параметр 11	X
Параметр 12	X
Параметр 13	X
Параметр 14	X
Параметр 15	X
Параметр 16	X
Параметр 17	X
Параметр 18	X
Параметр 19	X
Параметр 20	X

Распределение баллов рейтинга между основными категориями



Методика оценки репутации

Оценка репутации банка складывается из кредитного рейтинга, присвоенного аккредитованными агентствами, а также оценки важности премиальными клиентами банка отдельных аспектов репутации (online анкетирование).

Надежность



Параметр отражает **стабильность банков**, данные составлены на основе кредитных рейтингов «АКРА» и «Эксперт РА». В рейтингах оценивается **финансовая надежность и кредитоспособность банков**.

Уровень развития бренда



Респонденты оценивали важность **уровня развития бренда** банка, а также важность **эмоциональной окраски отзывов** о банке от коллег и знакомых, обслуживающихся в данном банке.

Юридический статус



Параметр включает оценку значимости для респондентов факта **участия государства в управлении** банком и нахождения банка **в списке системно значимых**.

Санкционность



Параметр включает оценку важности **отсутствия банка в санкционных списках США, Европы и Великобритании**, а также **наличие SWIFT-переводов**.

Результаты рейтинга Frank Premium Banking Award 2023. Top premium

№	Банк	Цифровой сервис	Сервис с участием человека	Надежность и репутация банка	РКО	Размещение денежных средств	Карты	Небанковские привилегии	Кредиты	Итого
1	Банк 1									
2	Банк 2									
3	Банк 3									
4	Банк 4									
5	Банк 5									
6	Банк 6									
7	Банк 7									
8	Банк 8									
9	Банк 9									
10*	Банк 10									
11	Банк 11									
12	Банк 12									
13	Банк 13									
14*	Банк 14									
15*	Банк 15									
		X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%

Буквенный рейтинг формируется исходя из отставания от лидера по показателю:

A B C D E

	A	B	C	D	E
Цифровой сервис					
Сервис с участием человека					
Репутация банка					
РКО					
Размещение денежных средств					
Карты					
Небанковские привилегии					
Кредиты					
Итого					

По результатам оценки мы присвоили каждому банку в каждой категории рейтинга оценки от А до Е в зависимости от отставания от лидера.

* Данные не верифицированы банками
Источник: Frank RG, 2023 г.

+ ещё **19 слайдов** в разделе
в полной версии отчета



FRANK RG

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

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

www.frankrg.com