

FRANK.RG

Детский банкинг в России 2024

Весело о серьезном: копилки, карты с котиками и сердечки в чате

DEMO

Сентябрь 2024

Содержание

Исследование детского банкинга

1. Цели и методика исследования [1]
2. Основные тенденции и выводы о состоянии и развитии рынка детского банкинга в 2023-24 гг. [2]
3. Обзор рынка детских карт [3]
 - 3.1 Оценка рынка и долей участников [3.1]
 - 3.2 Анализ международного опыта развития детского банкинга [3.2]
 - 3.3 Юридические аспекты детского банкинга [3.3]
4. Digital banking [4]
 - 4.1 Исследование функционала ДБО для родителей [4.1]
 - 4.2 Исследование функционала ДБО для детей [4.2]
5. Исследование клиентского опыта и клиентского пути открытия новой детской карты [5]
6. Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки детских карт [6]
7. Анализ опыта пользования и предпочтений клиентов при выборе детской карты (Voice of Customer) [7]
8. Актуальные вопросы развития детского банкинга (по итогам экспертных интервью) [8]
9. Рейтинг детского банкинга [9]

Приложение 1. Детские профили трат

Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

Представляем вашему вниманию первое исследование детского банкинга в России 2024 – первое самостоятельное исследование комплекса банковских сервисов и решений для детей в возрасте от 6 до 13 лет и их родителей, объединяющее детские карты, детские мобильные приложения, а также образовательный и развлекательный контент и мероприятия для детей.

Frank RG исследует рынок детских карт с 2021 года в рамках исследования банковских дебетовых карт, анализируя ценностное предложение, динамику рынка и проникновение банкинга в сегмент. Исследование 2024 года объединяет анализ условий продукта, клиентский опыт пользования и клиентский путь оформления детских карт, оценку функциональности мобильных приложений детей и родителей, мнения экспертов рынка, а также ключевые метрики рынка и доли основных участников.

Развитие банковских продуктов и сервисов для детей – это инвестиции в будущее поколения клиентов, а также эффективный способ удержания их родителей среди активной клиентской базы. В ближайшие 2-3 года в сегменте детей от 6 до 13 лет будет наблюдаться максимальная численность за всю постсоветскую историю, и это отличный шанс для банков получить базу лояльных клиентов на долгие годы.

Перед банками стоит сложнейшая задача – предложить сервис, который бы устроил и родителей, и детей. И если для родителей факторы выбора банка и карты совпадают с критериями выбора обычной дебетовой карты, то для нового поколения требуется особое отношение – от оригинального дизайна карт до выделенной линии поддержки с профессиональными психологами и креативным контентом в приложении.

Мы бесконечно благодарны банкам-участникам исследования за их неоценимую помощь и поддержку наших инициатив. Мы надеемся, что исследование станет регулярным и будут помогать вам принимать решения в будущем.

С уважением,

Команда Cards Frank RG



Анна Стогниенко
Старший проектный лидер
stognienko@frankrg.com



Анастасия Шишкина
Старший аналитик
shishkina@frankrg.com



Яна Хромова
Ведущий аналитик
khromova@frankrg.com



Владимир Медведев
Ассистент аналитика
medvedev@frankrg.com



Александр Бережной
Проектный лидер
berezhnoy@frankrg.com



Дарья Богдашкина
Старший аналитик
bogdashkina@frankrg.com



Екатерина Каменева
Ведущий аналитик
kameneva@frankrg.com



Екатерина Южакова
Ассистент аналитика
yuzhakova@frankrg.com



Мария Ханамирян
Старший аналитик
hanamiryan@frankrg.com



Дарья Петракова
Аналитик
petrakova@frankrg.com

1 Цели и методика исследования

Об исследовании

Исследование детского банкинга как комплекса сервисов и решений проводится Frank RG впервые. Исследование продуктового предложения и оценка рынка детских карт проводится с 2021 г. в составе комплексного исследования рынка дебетовых карт.

Детский банкинг – комплекс банковских сервисов и решений для детей от 6 до 13 лет и их родителей в части организации детских трат и сбережений. В комплекс сервисов детского банкинга входят:

- детские финансовые инструменты (детская карта, выпускаемая на имя ребенка на счет родителя, и накопительный счет – «копилка»);
- мобильное приложение – версия банковского приложения, адаптированная под детскую аудиторию с точки зрения дизайна, контента и функционала;
- образовательно-развлекательный контент в онлайн- и офлайн-формате, направленный на повышение финансовой грамотности и вовлечение в пользование банковскими услугами.

Цели и методика исследования

Цели и задачи исследования:

- Определить расстановку сил и приоритетов среди банков на рынке и сформулировать основные тенденции развития рынка детских карт и детского банкинга;
- Описать основные изменения на рынке (2021 г. – 2024 гг.);
- Сравнить уровень клиентской выгоды и условия обслуживания детских карт;
- Оценить основные метрики эффективности управления портфелями детских карт и динамики развития рынка в будущем;
- Выяснить предпочтения и опыт клиентов банков в детских картах и мобильных приложениях.

Сроки проведения исследования: июнь 2024 – сентябрь 2024 г.

Объекты исследования: детские карты, выпускаемые крупнейшими банками (ТОП-20 банков*).

Параметры исследования. Анализ данных проведен на основе первичных данных, собранных по итогам:

- Кабинетного исследования (сборник тарифов с количественными и качественными параметрами детских карт, включая reward-программы);
- 7 экспертных интервью с представителями банков, отвечающих за развитие детского банкинга и управление портфелями детских карт;
- Исследования функционала «детских» и «взрослых» версий онлайн-банков (мобильных приложений) 5 банков;
- Исследования клиентского пути оформления детской карты в 5 банках;
- Voice of the Customer – онлайн-опроса более 1,5 тыс. родителей с детьми от 6 до 13 лет, в т.ч. не менее 800 держателей активных дебетовых (детских) карт и активных пользователей цифровых каналов обслуживания.

Уникальность исследования:

- Первое и единственное на рынке исследование детского банкинга как комплекса сервисов и решений, основанное на анализе как качественных, так и количественных данных, в частности, данных проекта «Клиентские сегменты», характеризующих экономическую эффективность портфелей;
- Взгляд банковского специалиста и аналитика дополнен анализом клиентских предпочтений в рамках исследования Voice of the Customer.

* по остаткам на текущих и накопительных счетах на 01 июля 2024 г.

Основные разделы исследования



Анализ продуктового предложения. Анализ выгоды детских карт. Калькулятор

- Обобщение условий обслуживания детских карт основных участников рынка
- Модель сравнения чистой выгоды по детским картам для различных клиентских сегментов



Глобальные тренды

Международный опыт развития детских карт



Оценка рынка и долей основных участников

- Проникновение банкинга в сегмент. Динамика развития и оценка долей рынка
- Анализ бизнес-показателей (обороты, средние чеки) портфелей детских карт по сегментам



Digital Banking

- Кабинетное исследование: исследование функционала мобильных приложений родителей и детей
- Рейтинг мобильных приложений



Экспертные интервью

Мнения руководителей подразделений, ответственных за развитие детского банкинга и управление портфелями детских карт



Клиентское исследование

- Онлайн-анкетирование 1 500+ родителей с детьми от 6 до 13 лет
- Тестирование клиентского пути открытия детской карты тайными покупателями в онлайн- и офлайн-каналах



Рейтинги

- Расчет рейтингов детских карт и детского банкинга
- Рэнкинги карт по чистой выгоде для клиента по клиентским сегментам и профилям

Участники исследования

Анализ продуктового предложения проводился на основании каталога банковских карт и «Калькулятора выгоды», включающего все детские карты крупнейших банков.

Каталог включает дебетовые карты и reward-программы следующих банков:

1. СберБанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Т-Банк
5. Банк Санкт-Петербург
6. Совкомбанк
7. Ак Барс Банк
8. МТС Банк

2 Основные тенденции и выводы о состоянии рынка детского банкинга в 2024 г.

Основные выводы исследования детского банкинга

Blank lined area for notes, consisting of 12 horizontal rows with a dashed midline and a solid top and bottom line. Each row is preceded by a blue right-pointing triangle.



XX млн детей –
банковских клиентов



+X млн детей
потенциал рынка



XX%
проникновение карт
в сегмент 6-13 лет



XX% детей
пользуются детским
приложением



XX баллов (оценка
родителей)



XX баллов (оценка
детей)



XX% родителей
предпочитают
офлайн-канал
оформления карты

Развитие детского банкинга – инвестиции в будущую клиентскую базу

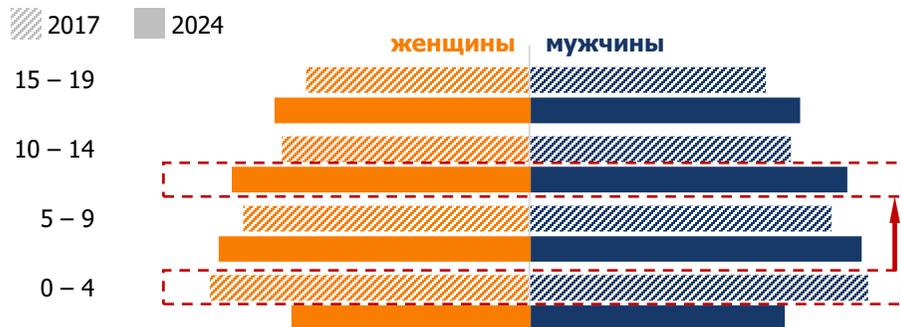
- Placeholder text block 1
- Placeholder text block 2
- Placeholder text block 3



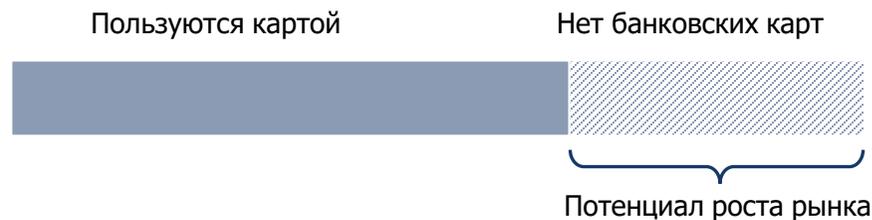
- Placeholder text block 4
- Placeholder text block 5
- Placeholder text block 6

Эксперты банков-участников исследования

Возрастная пирамида жителей РФ 0-19 лет, 2017-2024, тыс. чел.



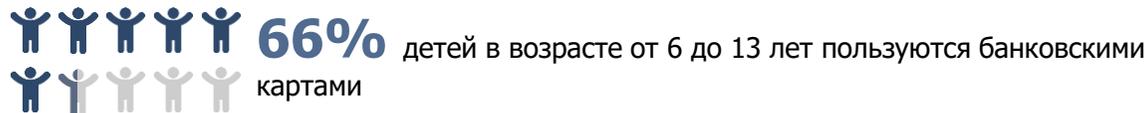
Пользование банковскими картами и потенциал роста рынка в сегменте 6-13 лет, 2024, млн чел.



Источник: Росстат, оценка Frank RG, результаты онлайн-опроса 1500+ родителей с детьми в возрасте от 6 до 13 лет, 2024

XX млн детей в возрасте 6-13 лет уже сейчас пользуются банковскими картами

Пользование банковскими картами детьми в возрасте от 6 до 13 лет, 2024, %

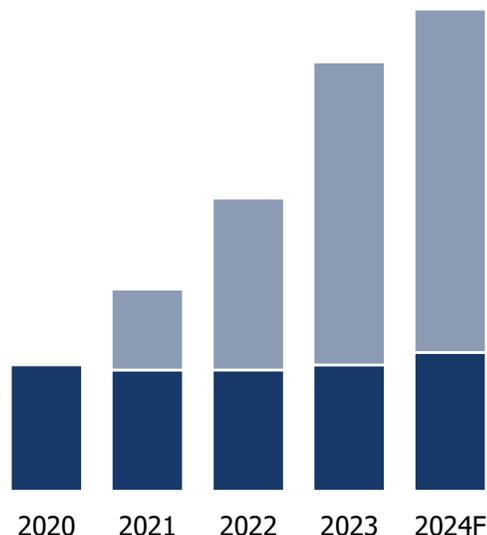


Количество активных клиентов банков в возрасте 6-13 лет, 2020-2024 гг., млн чел.



Детские карты

Карты родителей



Детский банкинг – комплекс банковских сервисов и решений для детей и родителей

По мнению экспертов рынка, понятие детского банкинга включает в себя 3 основных составляющих: детская карта, мобильное приложение (доступ к функционалу daily banking) и комплекс образовательно-развлекательного контента и мероприятий для детей.

Онлайн-банк

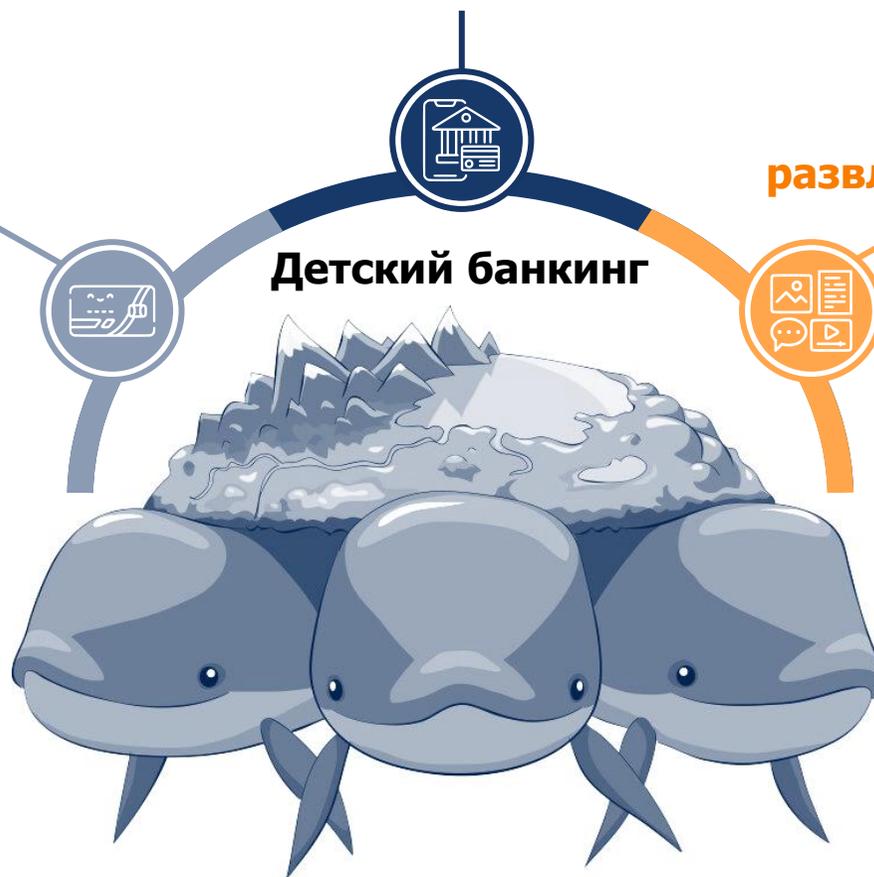
Версия банковского приложения, адаптированная под детскую аудиторию с точки зрения дизайна, контента и функционала

Детская карта

Является ключевой составляющей продуктового предложения, с которой начинается детский банкинг

Образование и развлекательный контент

Может быть как в онлайн-, так и в офлайн-формате, направлен на повышение финансовой грамотности и вовлечение в пользование банковскими услугами



Факторы выбора детской карты схожи со взрослой дебетовой

Факторы выбора детской и дебетовой карты, 2023-2024 гг.,
приоритизация по кол-ву упоминаний / 10-балльной оценке важности

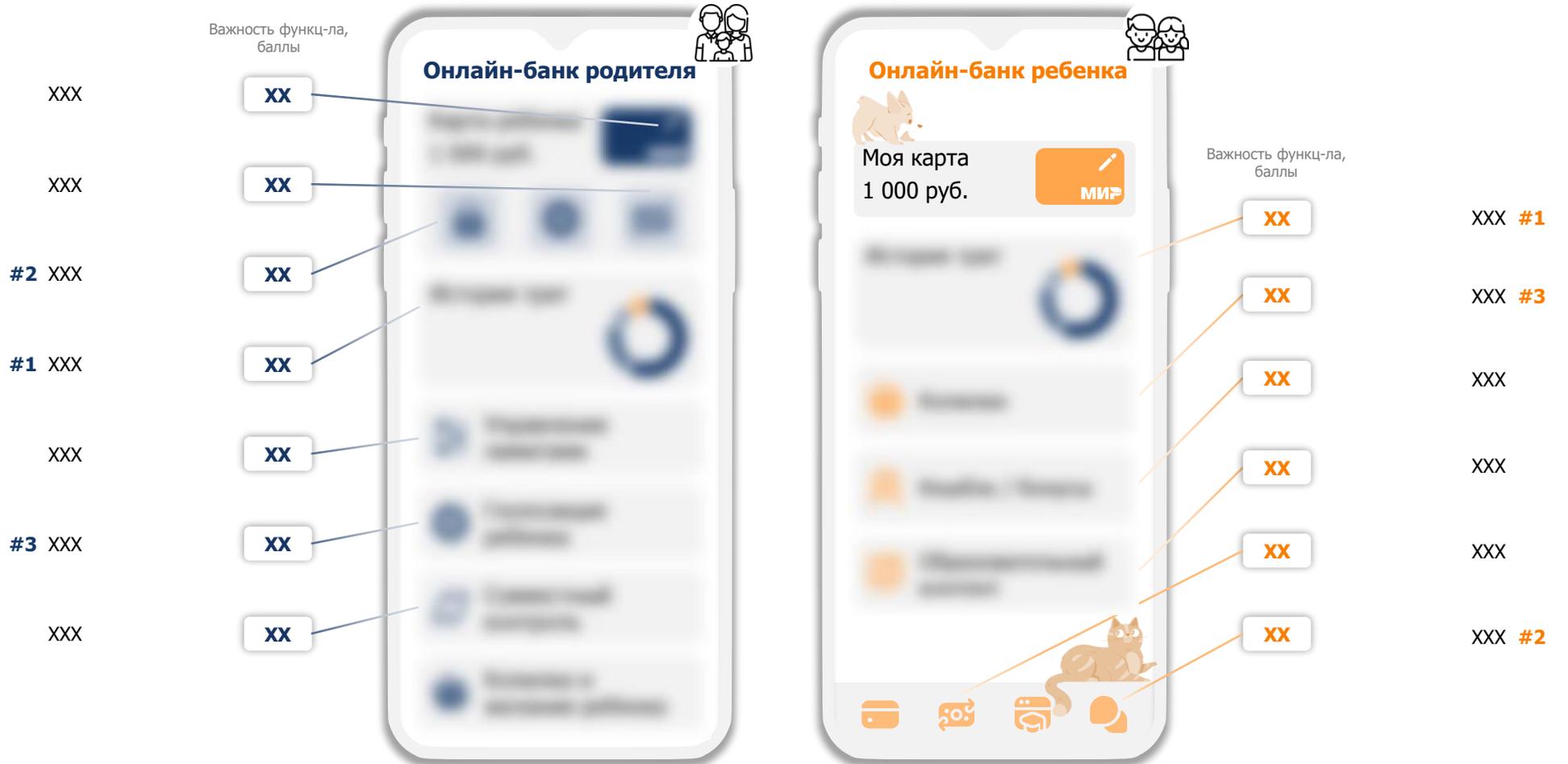
Детская карта			Дебетовая карта	
XXX	1		2	XXX
XXX	2		3	XXX
XXX	3		1	XXX
XXX	4		—	XXX
XXX	5		4-5	XXX
XXX	6		6	XXX
Прочие				

-
-
-
-
-



Эксперты банков-участников исследования

Идеальный функционал мобильных приложений



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 1 500 родителей с детьми, 2024

Стратегия развития детского банкинга: предпосылки, проблемы, решения



+9 слайдов
в полной версии отчета

3 Обзор рынка детских карт

3.1 Оценка рынка и долей участников

Рынок детских и подростковых карт в цифрах

**XX**

млн чел.

Количество клиентов

**XX**

млн чел.

**XX%**

Проникновение карт в сегмент

**XX%****XX**

тыс. руб.

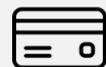
Средний оборот по карте в месяц

**XX**

тыс. руб.

XX

Частота покупок (POS) в месяц

**XX****XX%**

Доля переводов через СБП

**XX%**

Основной потенциал проникновения в новую клиентскую базу молодого поколения – XXX

Пользование банковскими картами и потенциал роста рынка в сегменте 6-17 лет, 2024, млн чел.

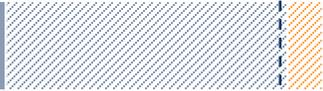


6-13

Пользуются картой



Нет банковских карт



Потенциал роста рынка



14-17

Пользуются картой



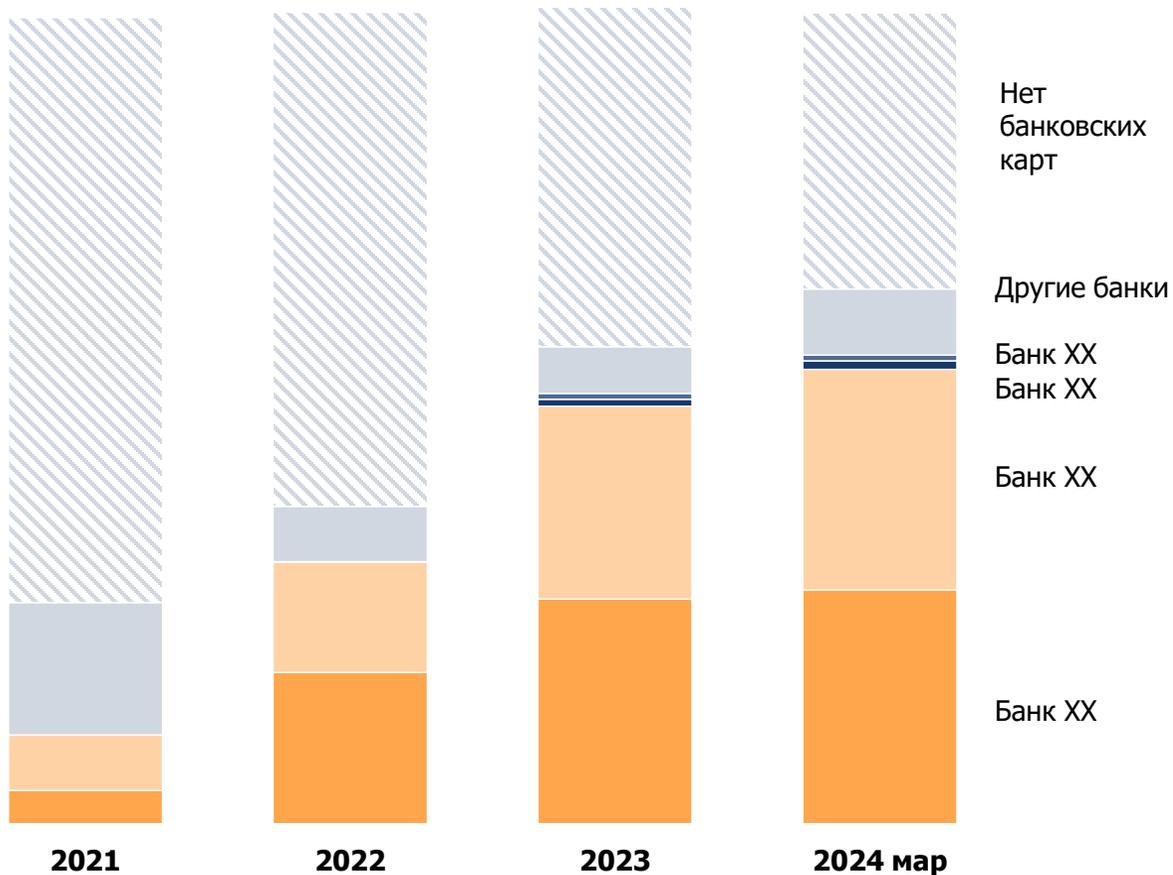
- _____

- _____

- _____

XXX – безусловные лидеры рынка детского банкинга

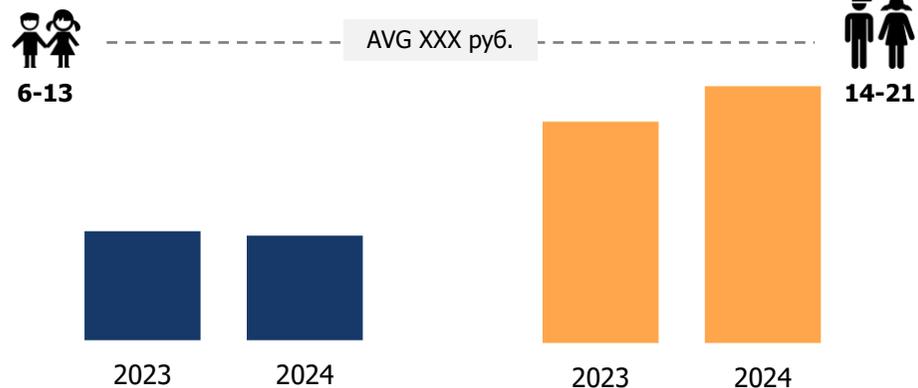
Структура рынка детских карт (6-13 лет) и доли основных игроков, %



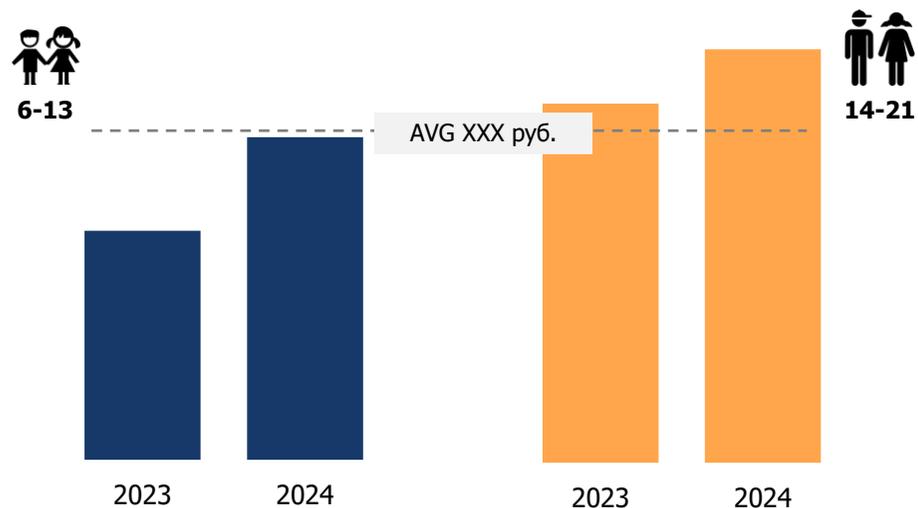
Источник: оценка Frank RG, 2024

Обороты по детским картам affluent сегмента ...

Среднемесячный объем трат на карту, mass сегмент, руб.



Среднемесячный объем трат на карту, affluent сегмент, руб.

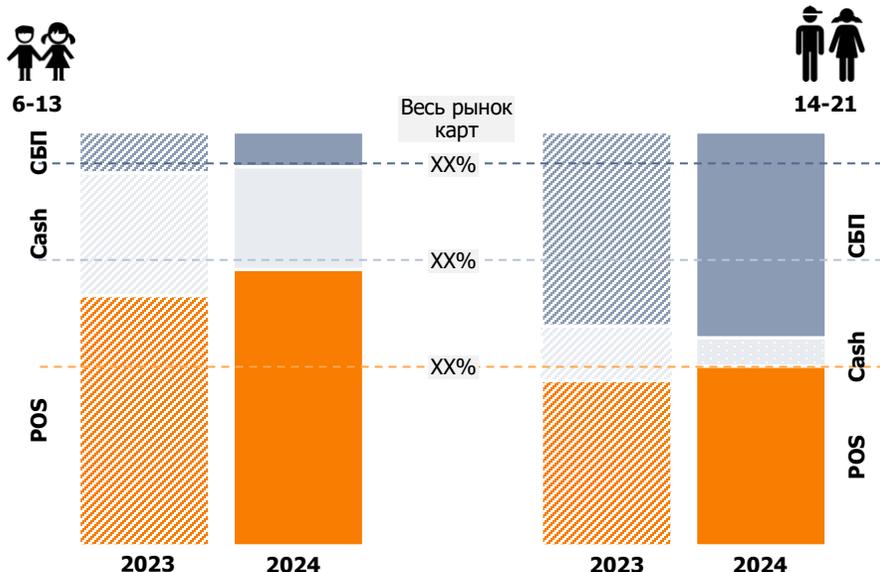


Placeholder for text or additional data.

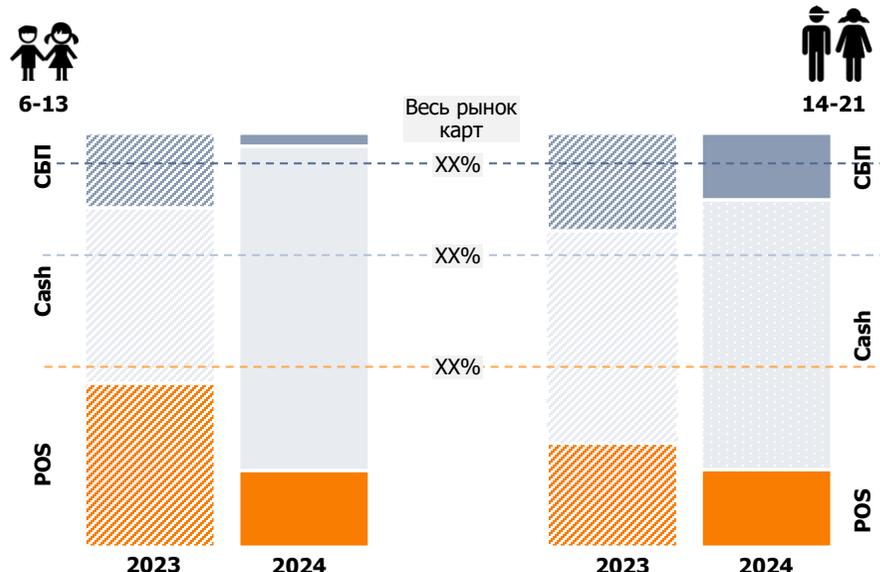
Источник: Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», 2023-2024 г., бенчмарк-исследование дебетовых карт, 2023

Структура оборота по детским и подростковым банковским картам

Структура трат по картам клиентов mass сегмента, %



Структура трат по картам клиентов affluent сегмента, %



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Источник: Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», 2023-2024 г.

+ 6 слайдов
в полной версии отчета

3.2 Анализ международного опыта развития детского банкинга

Зарубежные практики детского банкинга



XXX



XXX



XXX



XXX



XXX



XXX



XXX



XXX

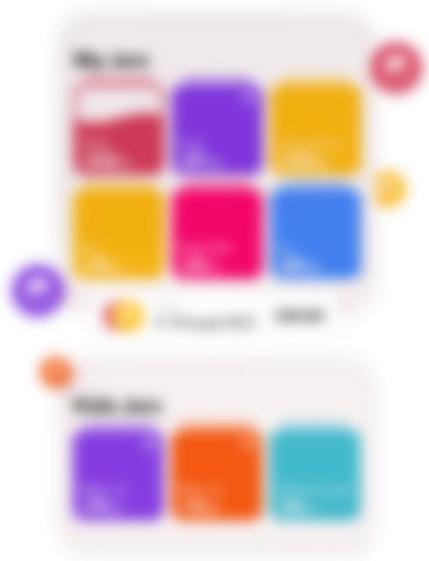
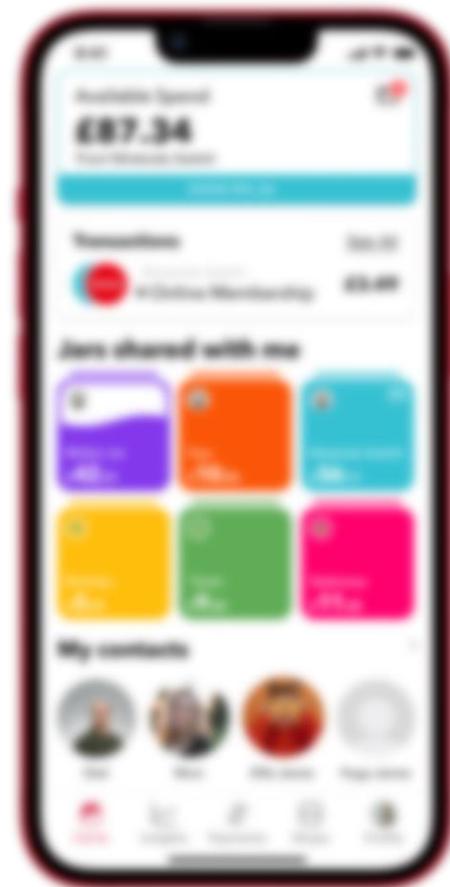
Управление деньгами ...

xxx

- _____

- _____

- _____



Программы лояльности, кэшбек и бонусы на детских картах

Условия детских карт в разных странах



XXX

XXX

XXX

XXX

XXX

XXX



XXX



XXX



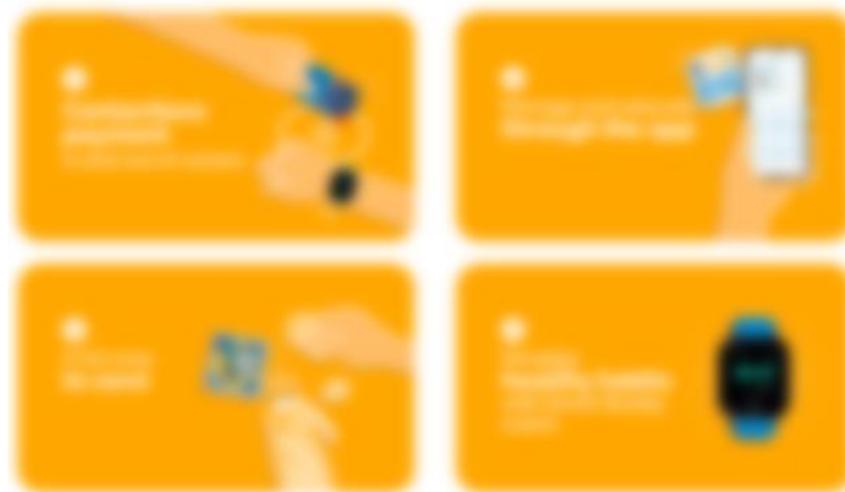
XXX



XXX

Бесконтактные платежи и контроль за здоровьем

XXX, Сингапур

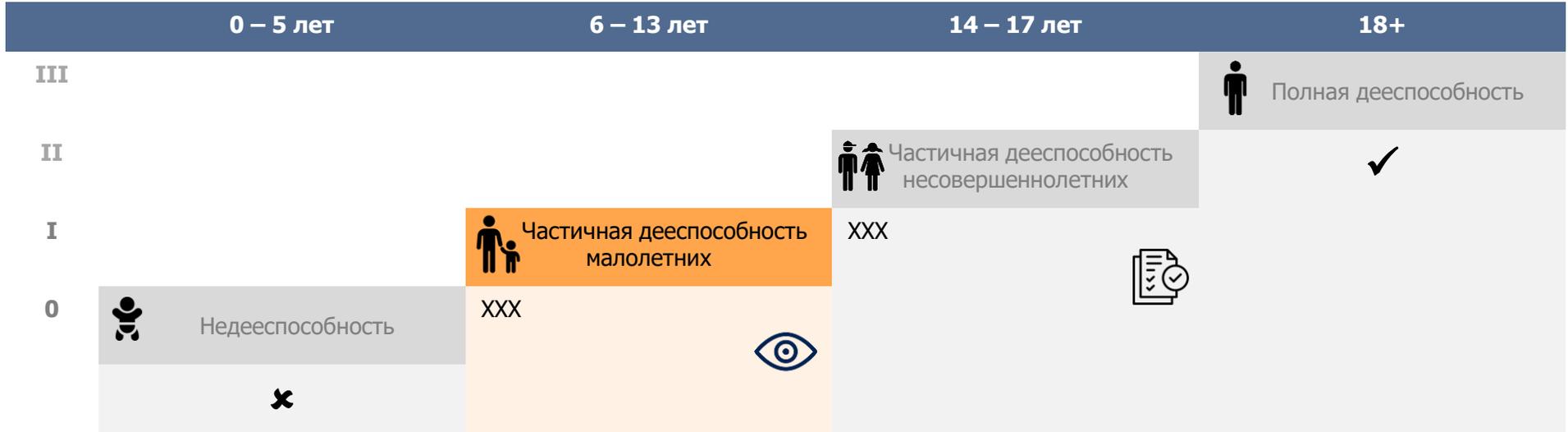


+ 5 слайдов
в полной версии отчета

3.3 Юридические аспекты детского банкинга

За детей от 6 до 13 лет решения принимают родители

Уровни дееспособности детей в возрасте от 0 до 18 лет с точки зрения банковских операций



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

... и за детей в возрасте 14-17 тоже

Уровни дееспособности детей в возрасте от 0 до 18 лет с точки зрения банковских операций

	0 – 5 лет	6 – 13 лет	14 – 17 лет	18+
III				 Полная дееспособность
II			 Частичная дееспособность несовершеннолетних	✓
I		 Частичная дееспособность малолетних	XXX	
0	 Недееспособность	XXX		
	✘			

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Банковское приложение расширяет возможности детей в осуществлении своих прав, не теряя необходимого контроля...

Операции	6-13		14-17	
	Ребенок	Родитель / Опекун	Ребенок	Родитель / Опекун
XXX 	✗	 XXX	✓	 XXX
XXX 	✓	 XXX	✓	
XXX 	✗		✓	
XXX  	✓ XXX	 XXX	✓	 ✗
XXX  	✓ XXX	 ✓	✓	 XXX
XXX 	✓ XXX	 XXX	✓ XXX  XXX	 XXX
XXX  	XXX		 XXX	✗
XXX 	✓	 XXX	✓	✗



требования законодательства



предложение банка



ограничения



контроль

4 Digital banking

Методология исследования

Методология:

- В рамках исследования тестировались:
 - мобильные приложения на платформе Android.
- Период исследования: август 2024 г.
- Исследовался функционал мобильных приложений:
 - управление картой;
 - вход в приложение и кастомизация; 
 - наполненность тарифов;
 - онбординг;
 - история транзакций;
 - информирование о программе лояльности;
 - пополнение детской карты;
 - оформление других продуктов;
 - транзакции; 
 - problem solving; 
 - уникальные функции.
- Анализировались лучшие и худшие практики, а также самые интересные примеры реализации функционала.
- В оценках не принимались во внимание:
 - внешний вид приложения;
 - субъективная оценка удобства / эстетическая оценка.
- По итогам анализа функционала был составлен рейтинг удобства дистанционного банковского обслуживания.

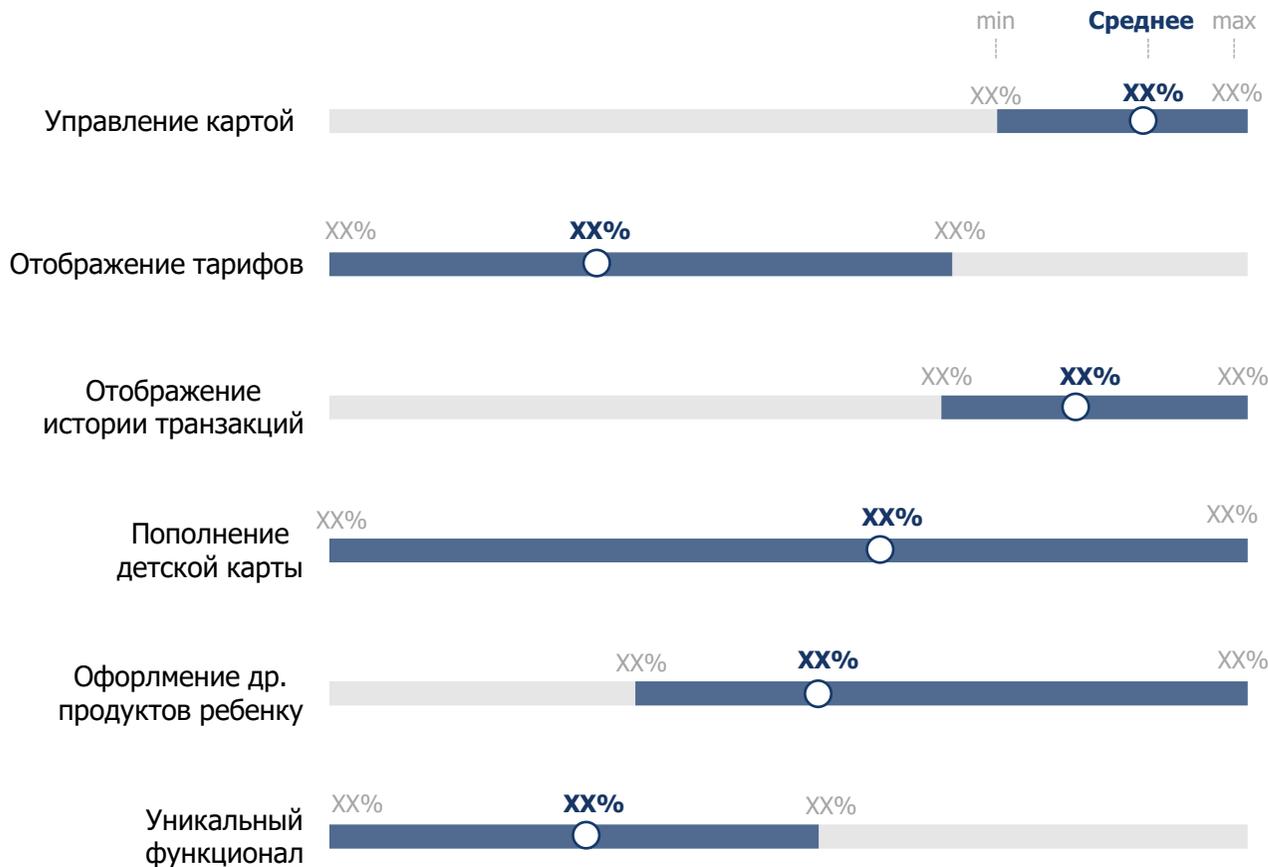
Исследуемые банки:

1. СберБанк
2. Т-Банк
3. Альфа-Банк
4. ВТБ
5. Совкомбанк

4.1 Исследование функционала ДБО для родителей

Функционал мобильного банка для родителей реализован в среднем на XX%

Реализация функционала мобильного приложения по разделам,
% от максимального количества функций в разделе, реализованная банками



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Управление картой. XXX



Глубина реализации функционала по банкам, %

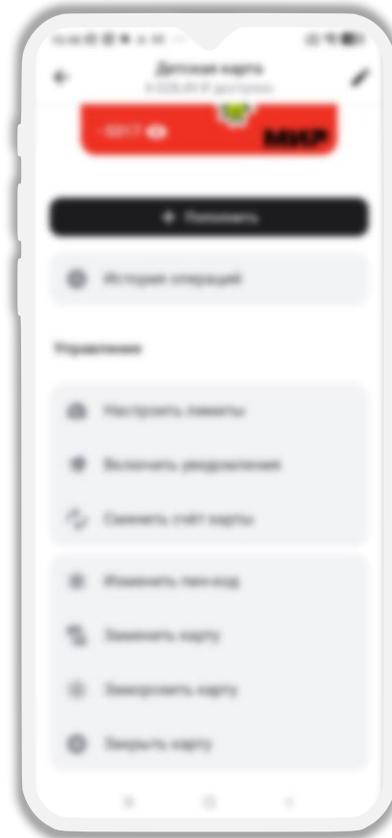
	Охват	Банк XX				
XXX	XX%	●	●	●	●	●
XXX	XX%	○	●	●	●	●
XXX	XX%	○	●	●	●	●
XXX	XX%	●	●	●	●	●
XXX	XX%	●	●	●	○	○
XXX	XX%	●	●	●	●	●
XXX	XX%	●	●	●	●	●
XXX	XX%	○	●	●	○	●
XXX	XX%	●	●	●	●	●
XXX	XX%	○	●	●	●	○

○ - отсутствие функционала ● - наличие функционала

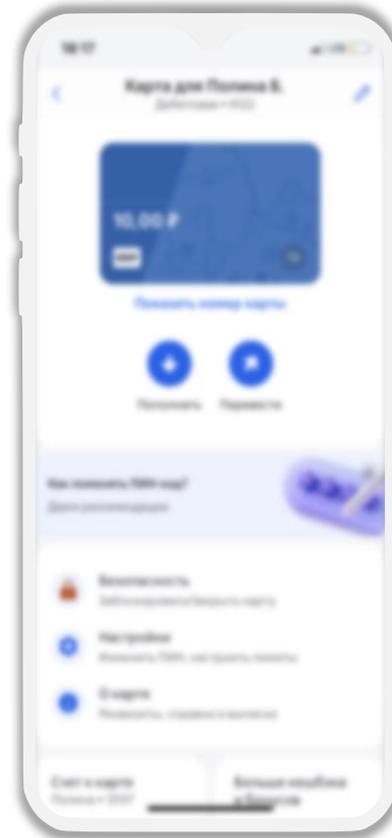
Требуется максимальный контроль и гибкость управления детской картой для родителей



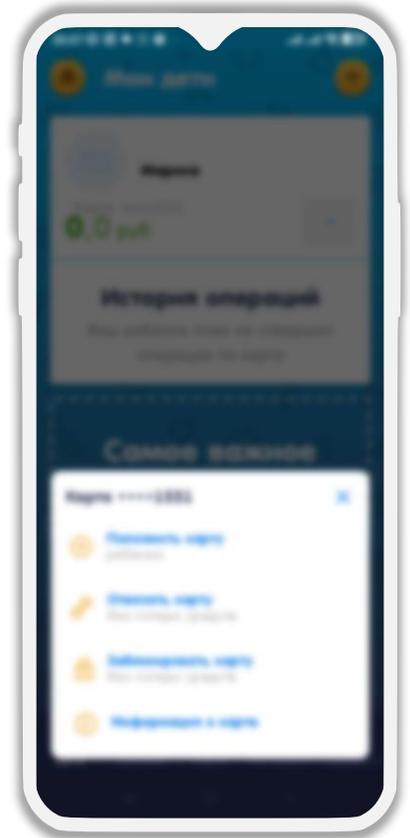
Управление картой. XXX



Банк XX



Банк XX

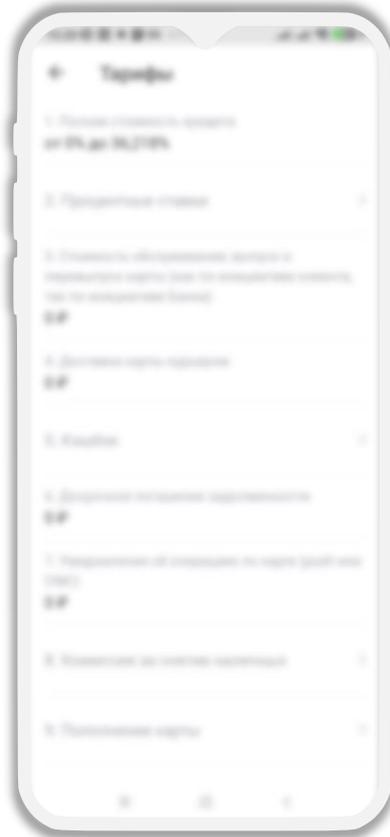


Банк XX

Полнота отображения тарифов ...

! Точка роста !

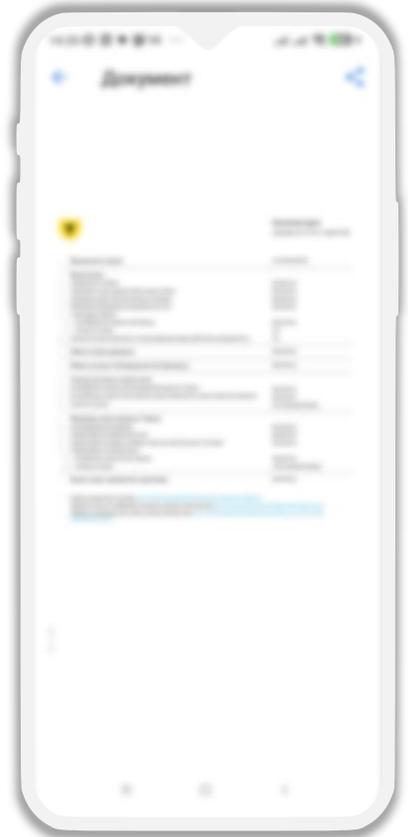
Тарифы. Отображение условий обслуживания



Банк XX



Банк XX



Банк XX

Полноценное управление детским счетом = удобство для родителя



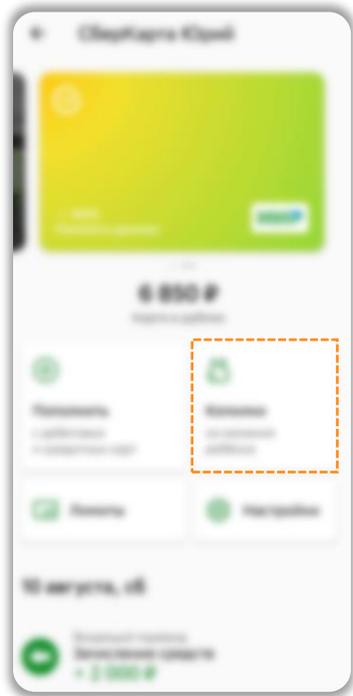
★ Уникальные практики ★
Уникальный функционал. XXX



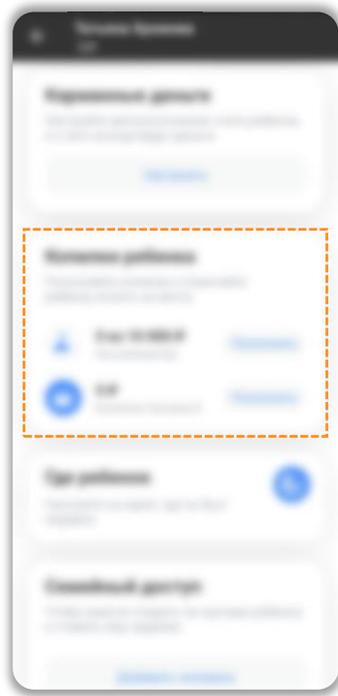
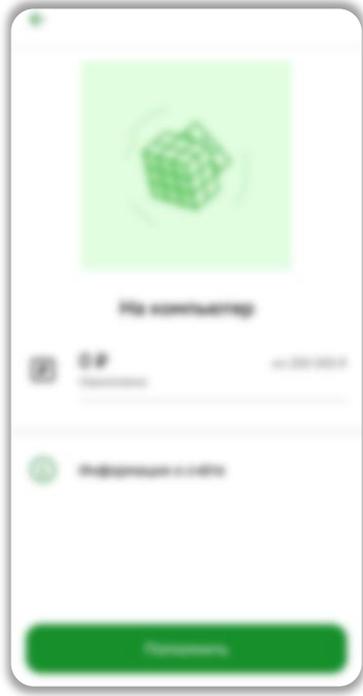
XXX – удобный способ управления ...

★ Уникальные практики ★

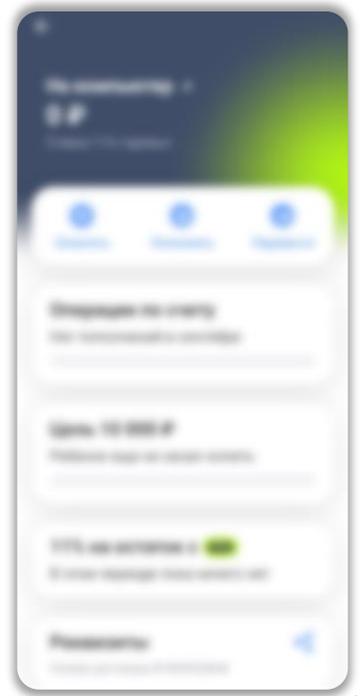
Оформление других продуктов. XXX



Банк XX



Банк XX

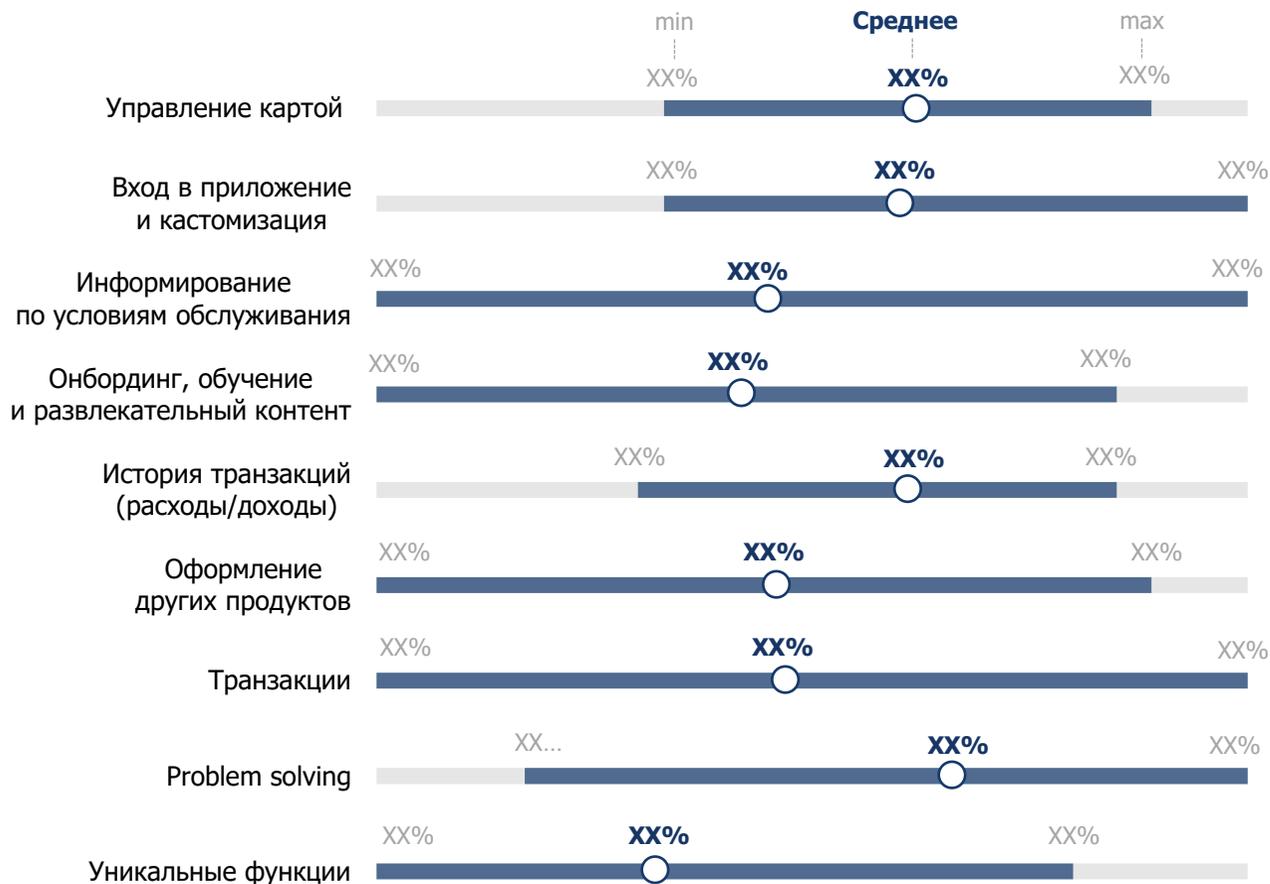


+ 10 слайдов
в полной версии отчета

4.2 Исследования функционала ДБО для детей

Функционал детского мобильного банка реализован в среднем на XX%

Реализация функционала мобильного приложения по разделам,
% от максимального количества функций в разделе, реализованная банками



Управление картой. Ограничение функционала ребенка ...



Глубина реализации функционала по банкам, %

	Охват	Банк XX				
XXX	XX%	●	●	●	●	●
XXX	XX%	○	●	●	●	○
XXX	XX%	○	●	●	●	○
XXX	XX%	○	●	●	○	○
XXX	XX%	○	●	●	●	○
XXX	XX%	●	●	○	●	○
XXX	XX%	○	●	●	○	○
XXX	XX%	○	○	○	●	○
XXX	XX%	○	●	○	○	○
XXX	XX%	●	○	○	○	●

○ - отсутствие функционала ● - наличие функционала

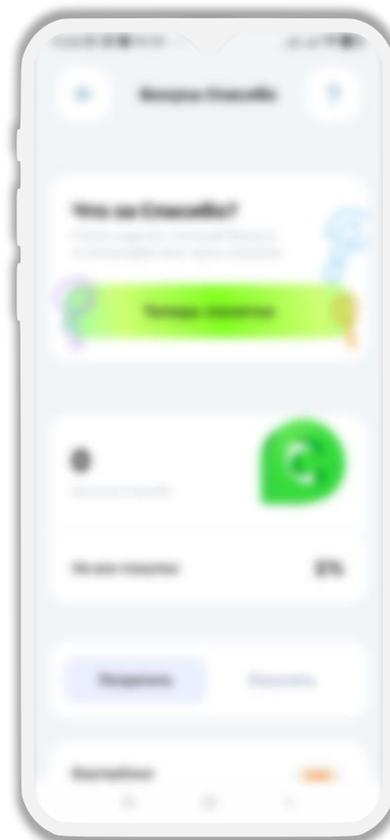
Графическое информирование по ...



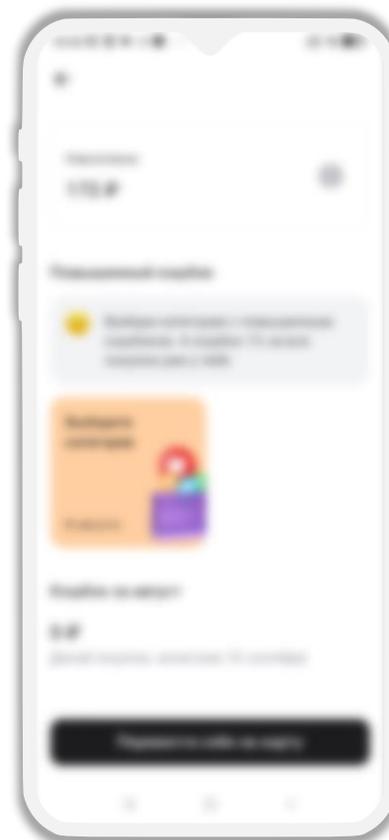
Информирование об условиях. XXX



Банк XX



Банк XX



Банк XX

История транзакций (расходы/доходы). Детализация в детском приложении ...



Глубина реализации функционала по банкам, %

	Охват					
XXX	XX%					
XXX	XX%					
XXX	XX%					
XXX	XX%					
XXX	XX%					

- отсутствие функционала - наличие функционала

XXX – must have обслуживания в мобильном приложении

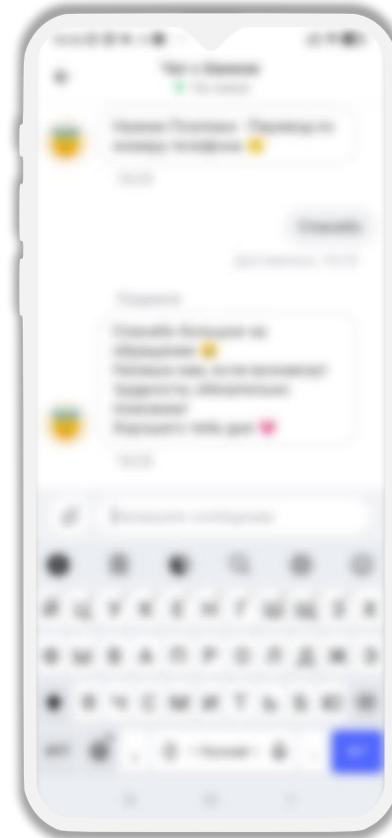


Problem solving. XXX

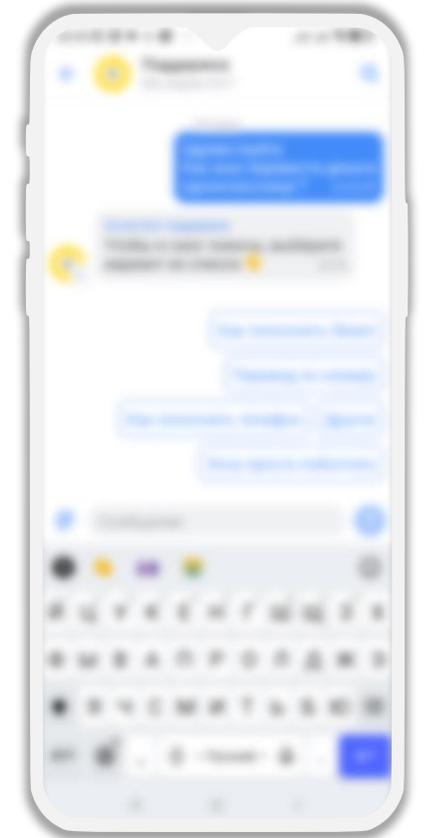
★ Уникальные практики ★

Problem solving. XXX

Банк XX



Банк XX



Банк XX

+ 15 слайдов
в полной версии отчета

5 Исследование клиентского опыта и клиентского пути открытия новой детской карты

Основные выводы: важные этапы клиентского пути, влияющие на опыт

Позитивный клиентский опыт

XXX

XXX

XXX

XXX

XXX

XXX

- _____

- _____

- _____

Негативный клиентский опыт

XXX

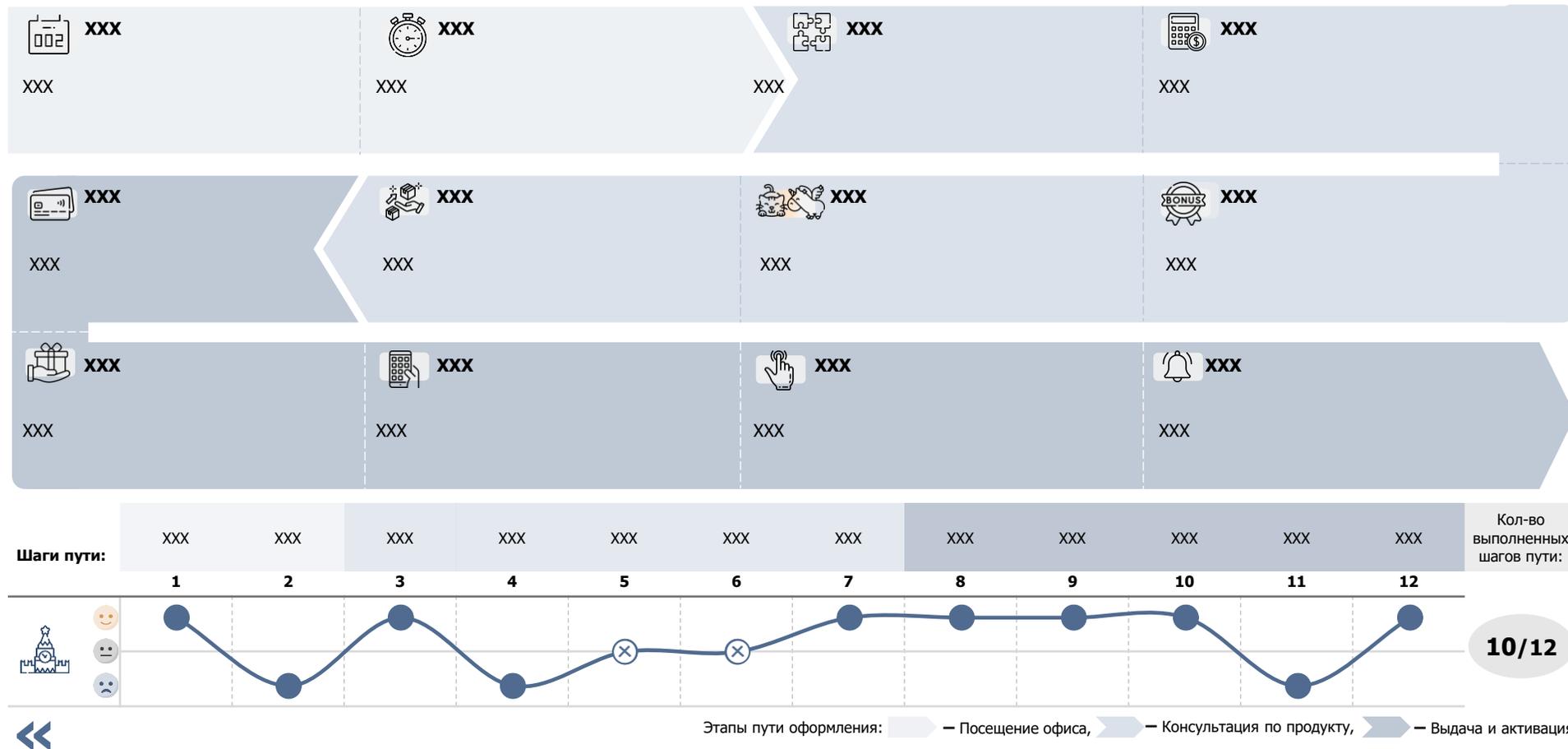
XXX

XXX

- _____

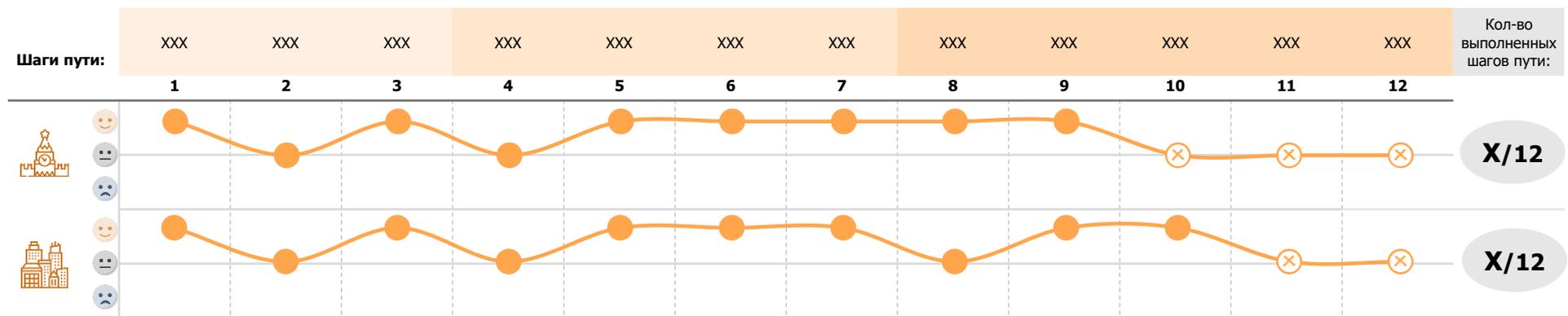
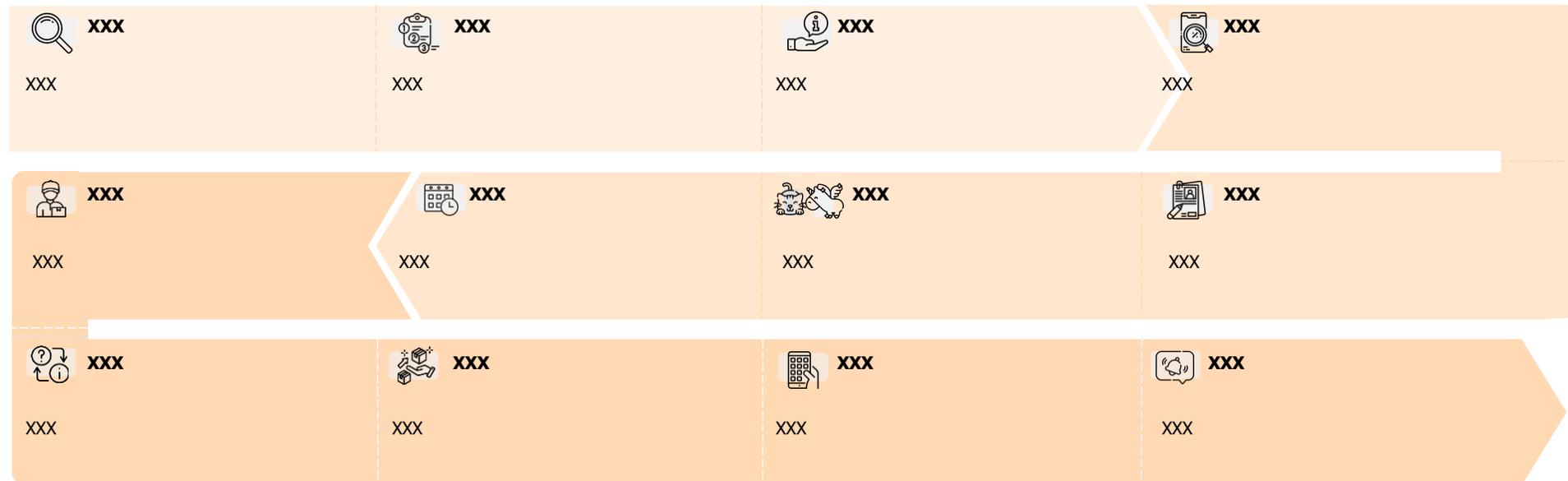
- _____

Клиентский путь: офлайн-оформление детской карты. Банк ХХ



Тайный покупатель Банка ХХ

Клиентский путь: онлайн-оформление детской карты. Банк ХХ



Этапы пути оформления: — Изучение информации о карте — Оформление заявки на карту — Получение кредитной карты курьером

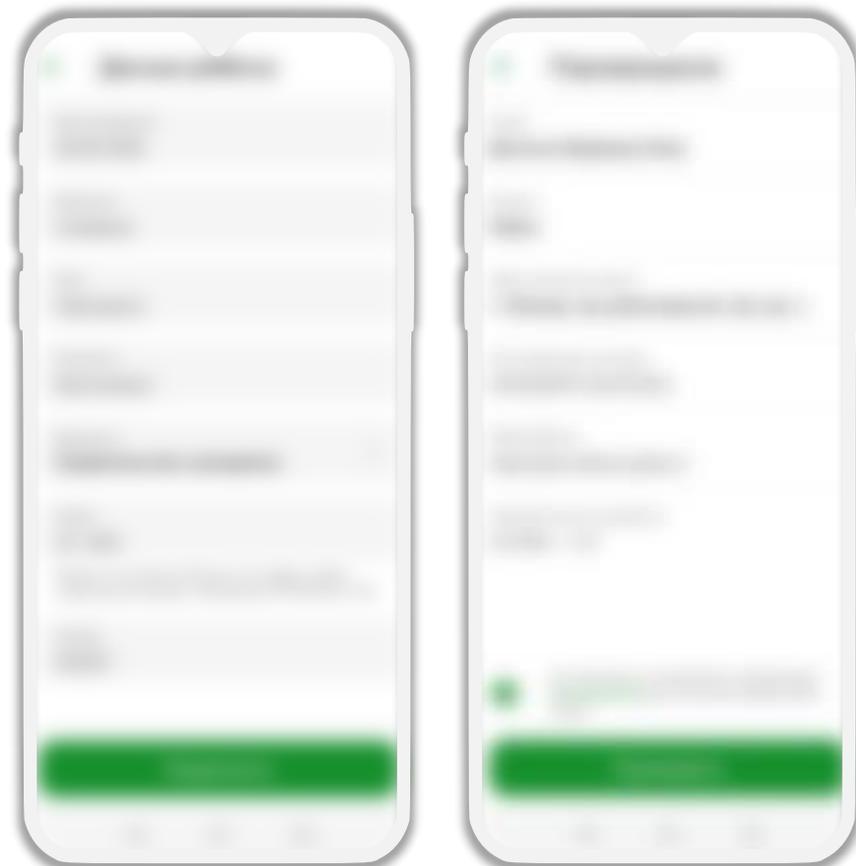
Банк ХХ предоставляет возможность клиенту ...



Банк:

Канал оформления: Онлайн

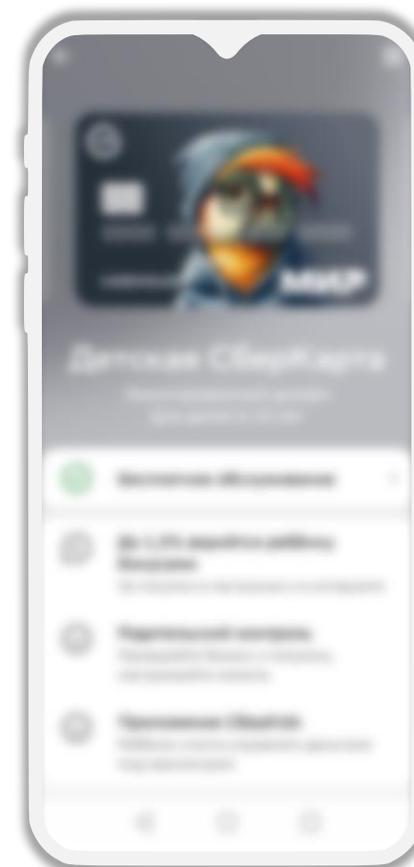
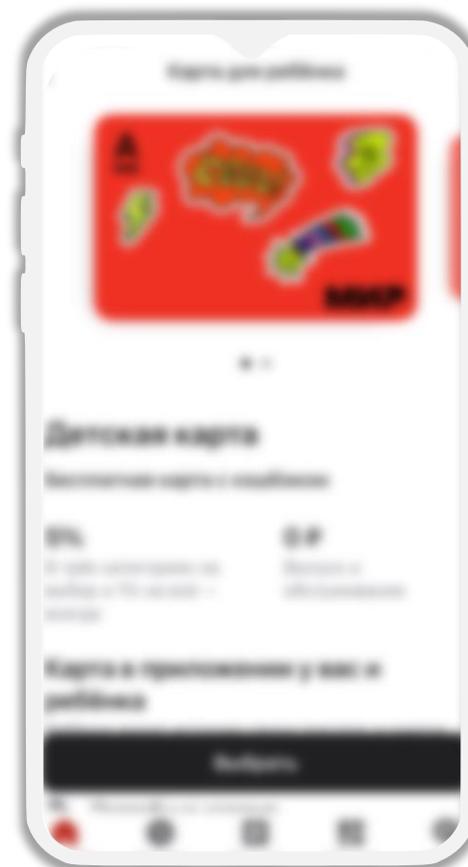
Кейс:



... следует включать информацию о ней в скрипт консультации



Банк	XXX	XXX	XXX
Банк XX	✓	✓	✓
Банк XX	✓	✓	✗
Банк XX	✓	✓	✗
Банк XX	✓	—	✗
Банк XX	✓	✓	—



+ 11 слайдов
в полной версии отчета

6 Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки детских карт

Основа ценностного предложения детских карт – ...

Основа value proposition



XXX

Уникальные преимущества



XXX

Прочие преимущества



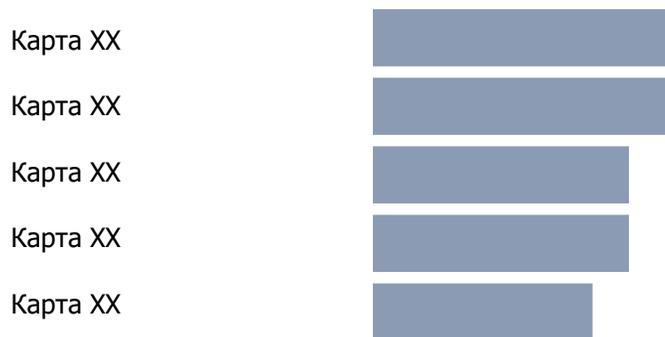
XXX

Обзор детских карт и стикеров (1/2)

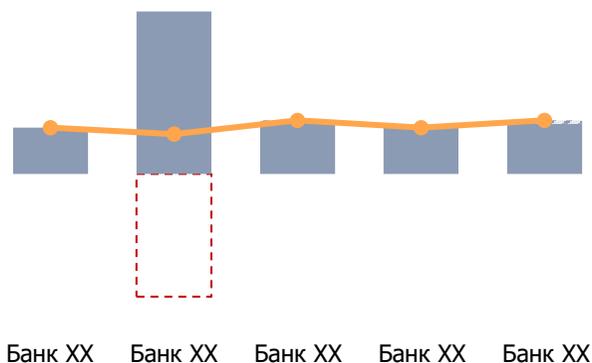
Карта	Стикер	Возраст	Возможности	Мобильное приложение	Эмоциональная вовлеченность	Накопление бонусов
Банк XX «Карта XXX»						
	нет	6-17 лет	<ul style="list-style-type: none">• XXX• XXX	XXX	XXX	XXX
Банк XX «Карта XXX»						
		6-14 лет	<ul style="list-style-type: none">• XXX• XXX	XXX	XXX	XXX
Банк XX «Карта XXX»						
		6-17 лет	<ul style="list-style-type: none">• XXX• XXX	XXX	XXX	XXX
Банк XX «Карта XXX»						
		6-17 лет	<ul style="list-style-type: none">• XXX• XXX	XXX	XXX	XXX

Выгода детских карт с reward-программами в массовом сегменте

Выгода* по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Москва), руб.



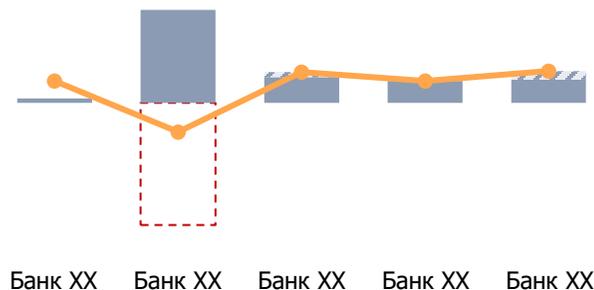
Компоненты выгоды по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Москва), руб.



Выгода* по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Регионы), руб.



Компоненты выгоды по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Регионы), руб.



■ — выгода от трат по карте; ▨ — накопительный счет; □ — расходы на обслуживание; —●— — совокупная выгода.

*Для целей настоящего исследования выгода по детской карте – сумма всех доходов, получаемых клиентом за 2 года рационального пользования картой за вычетом расходов на ее обслуживание.

+ 4 слайда
в полной версии отчета

7 Анализ опыта пользования и предпочтений клиентов при выборе детской карты (Voice of Customer)

Методика и участники клиентского опроса

Компания Frank RG провела панельный онлайн-опрос родителей с детьми, пользующихся банковскими продуктами для детей



Дата проведения опроса: июль 2024



Количество полностью заполненных анкет: 1 500 штук



Целевая аудитория: родители с детьми в возрасте 6-13 лет, дети которых пользуются картами (любыми) для оплаты покупок



Формат опроса: панельный онлайн-опрос



Цель опроса – выявление востребованности продуктов для детей, определение основных критериев выбора карты, ранжирование важности функционала ДБО родителями и детьми, оценка уровня удовлетворенности детскими картами и дистанционным банковским обслуживанием



Исследуемые банки:

1. СберБанк (700 ответов)
2. Т-Банк (258 ответов)
3. Альфа-Банк (143 ответа)
4. ВТБ (163 ответа)

Перечень задаваемых вопросов

1. Блок социально-демографических вопросов

2. Блок «пользование детской картой»

- Какой картой пользуется ребенок?
- Картой какого банка пользуется ребенок?
- Как у ребенка появилась карта?
- Критерии выбора банка для открытия детской карты
- Удовлетворенность картой, которой пользуется ребенок
- Причины, по которым ребенку нужна или не нужна отдельная банковская карта

3. Блок «ДБО»

- Важность функционала по управлению детской картой в детском онлайн-банке и в онлайн-банке родителя
- Пользование детским онлайн-банком
- Удовлетворенность детским и родительским онлайн-банком

4. Блок «операции»

- Частота и сумма пополнения детской карты в месяц
- Частота использования карты по разным типам транзакций: оплата покупок, переводы и снятие наличных

Социально-демографические характеристики выборки (1/2)

Дети

Распределение по полу

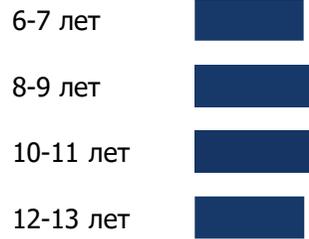
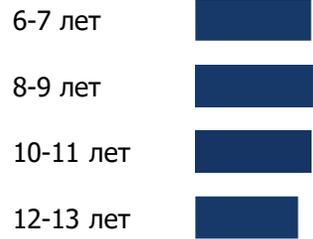
Участники опроса



Генеральная совокупность (Росстат)



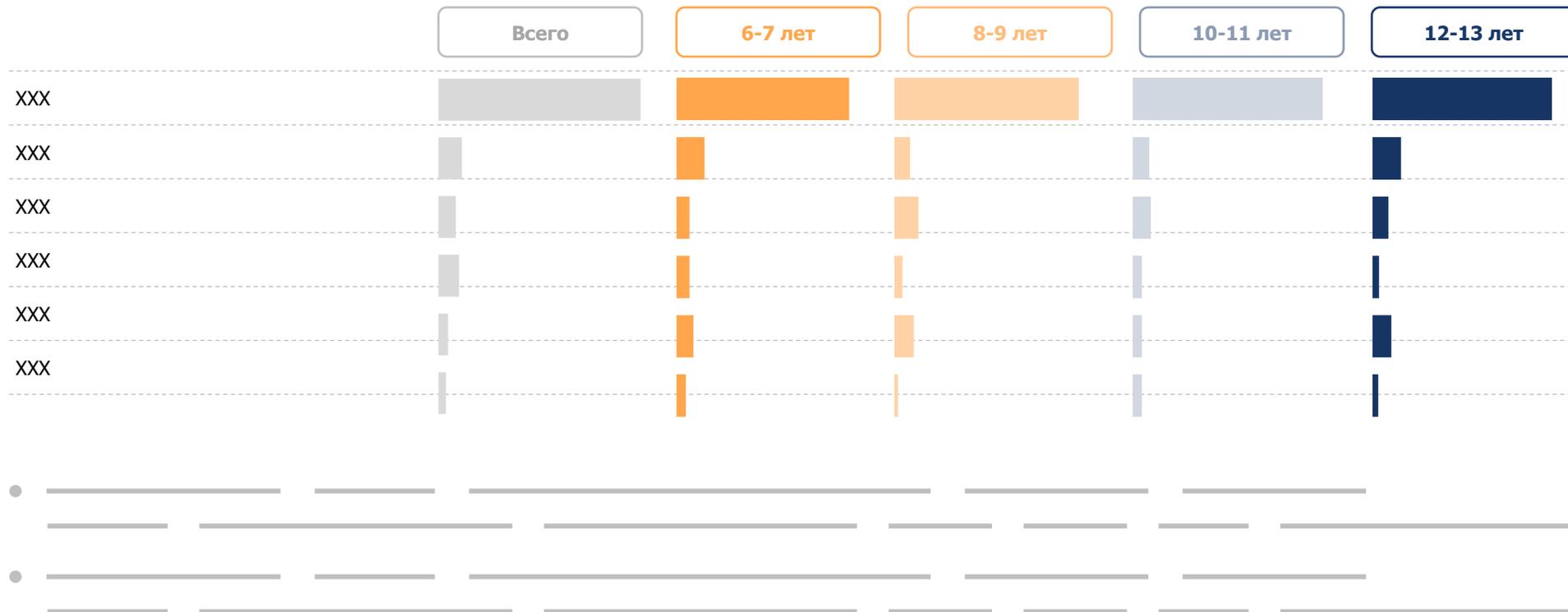
Распределение по возрасту



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

XX% детей, пользующихся банковскими картами, имеют детскую карту

Какой картой пользуется ваш ребенок?, % респондентов с детьми, пользующимися банковскими картами



Как правило, родители оформляют детские карты ...

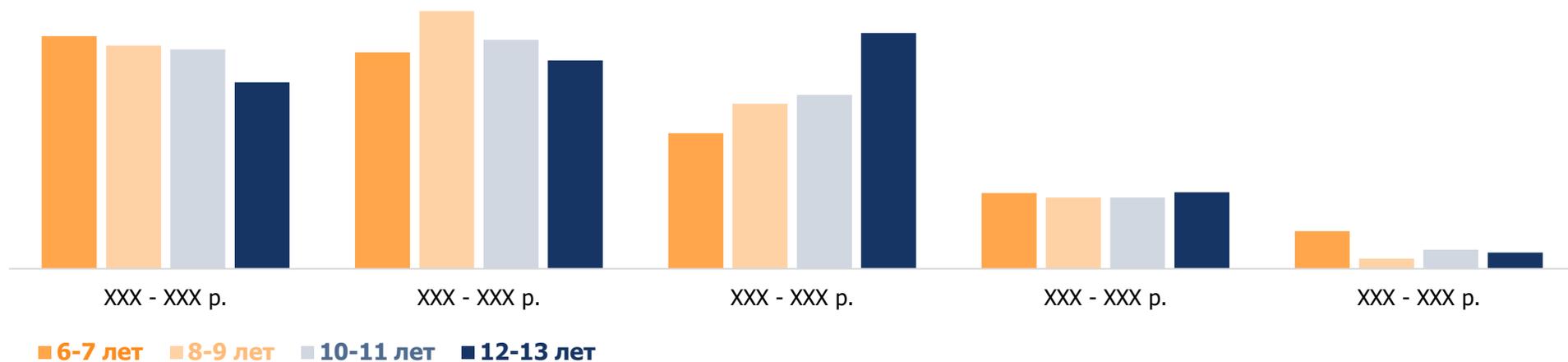
Зависимость между основным банком родителя и банком, где обслуживается ребенок, % респондентов

		Банк ребенка				
		Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Другие банки
Основной банк родителя	Банк XX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
	Банк XX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
	Банк XX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
	Банк XX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%



XX% детских карт пополняются не реже раза в неделю

Сколько денег в среднем в месяц вы переводите на карту ребенка?, % упоминаний



Как часто вы пополняете карту ребенка?, % респондентов



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 1 500 родителей с детьми, 2024

+ 10 слайдов
в полной версии отчета

8 Актуальные вопросы развития детского банкинга (по итогам экспертных интервью)

Участники экспертных интервью

Список банков-участников

 Ак Барс Банк

 Альфа-Банк

 Банк Санкт-Петербург

 ВТБ

 СберБанк

 Совкомбанк

 Т-Банк

Основные обсуждаемые темы:

- Определение детского банкинга и его состав
- Основные тренды на рынке детского банкинга
- Проникновение, потенциал и проблемы рынка детского банкинга
- Планы по развитию детского банкинга
- Факторы выбора детской карты
- Онбординг детей после достижения временной дееспособности и/или совершеннолетия
- Учет детей в системе банка
- Каналы продаж и продвижения детских карт
- Программы лояльности по детским картам
- Дизайн и форм-факторы детских карт: востребованность и реализация
- Родительский контроль: ограничения объемов транзакций, снятия наличных, переводов
- Положительные и дискуссионные практики на рынке детского банкинга
- Образовательный контент для знакомства с банкингом и повышения финансовой грамотности

Основные тренды рынка детского банкинга в России

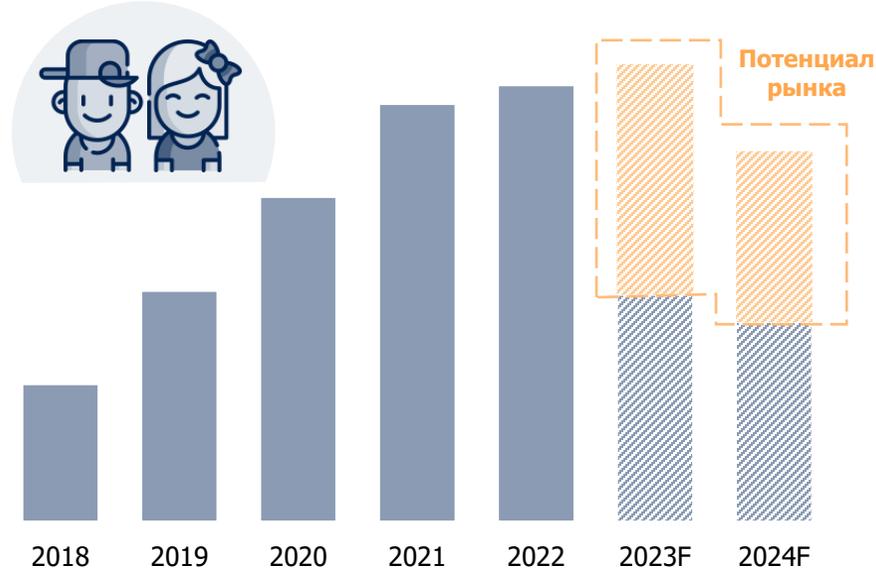


Эксперты банков-участников исследования

Несмотря на небольшой размер сегмента...



Детское население России в возрасте 6-13 лет, млн чел.



Эксперты банков-участников исследования

Детскую карту и банк для ее выпуска выбирает родитель

- _____

- _____



Факторы принятия решения родителем:

-  XXX
-  XXX
-  XXX
-  XXX
-  XXX

Согласно результатам исследования, родители чаще всего выбирают банк для выпуска детской карты на основе рекомендаций друзей и знакомых. При этом значительную роль играют такие факторы, как наличие бесплатных дополнительных карт для родителей и возможность получения наличных средств в банкоматах. Также родители обращают внимание на условия обслуживания клиентов и наличие мобильного приложения. В то же время, при выборе банка родители часто сталкиваются с недостатком информации о различных предложениях банков и условиях их использования. Это приводит к тому, что многие родители выбирают банк по умолчанию, не учитывая все преимущества и недостатки. Таким образом, для повышения привлекательности детских банковских продуктов необходимо улучшить информированность родителей о доступных вариантах и упростить процесс выбора.

Эксперты банков-участников исследования

Важно не упустить момент ...

- _____

- _____

- _____



XXX, количество ответивших



Эксперты банков-участников исследования

В ходе исследования были опрошены представители банков, участвующих в исследовании. В результате были выявлены следующие тенденции: большинство участников считают, что детский банкинг в России находится на стадии формирования. При этом отмечается значительный интерес к развитию данного направления со стороны регулятора и общественности. В то же время существуют определенные сложности, связанные с отсутствием законодательной базы и недостатком квалифицированных кадров. Несмотря на это, многие участники планируют вводить новые продукты и услуги в ближайшее время, что свидетельствует о позитивной динамике развития отрасли.

Эксперты банков-участников исследования

+ 13 слайдов
в полной версии отчета

9 **Рейтинг детского банкинга**

Содержание

Исследование детского банкинга

1. Методология расчета рейтинга детского банкинга
2. Интегральный рейтинг детского банкинга
3. Рэнкинги отдельных компонентов интегрального рейтинга:
 - Рейтинг удобства дистанционных каналов обслуживания детей и родителей
 - Рейтинг удобства клиентского пути оформления детской карты
 - Рейтинг клиентской удовлетворенности
 - Рейтинг удобства тарифных условий детских карт
 - Рейтинг выгоды детских карт с reward-программами

Методология расчета рейтинга детского банкинга

Рейтинг банковских сервисов для детей

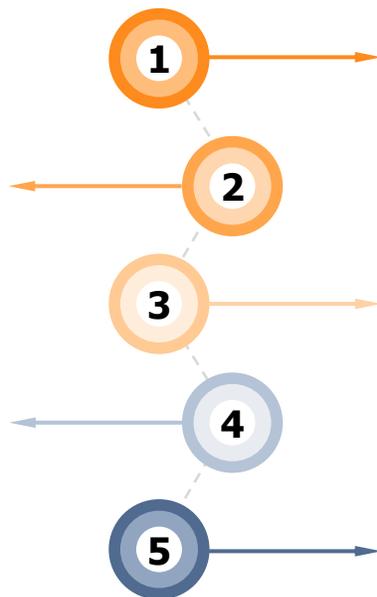
Интегральный рейтинг

Расчет рейтинга по детскому банкингу осуществлялся в несколько этапов.

Этапы составления рейтинга

Информация по тарифам и условиям обслуживания карт по каждому банку-участнику была собрана из открытых источников. На основании расчетной модели «Калькулятор лояльности» произведены расчеты чистой выгоды детских карт для клиентов.

Frank RG был проведен панельный онлайн-опрос клиентских предпочтений активных держателей детских карт. Получено и проанализировано 1 500 полностью заполненных анкет.



На основе опыта предыдущих исследований Frank RG, а также проведенных экспертных интервью с руководителями подразделений, отвечающих за развитие детского банкинга в банках-участниках исследования, были определены основные параметры оценки.

Проведено исследование клиентского пути оформления карты и тестирование интерфейса и функционала банковских приложений (UX/UI).

Банки-участники проанализированы по 5 основным параметрам:

- Чистая выгода для клиента;
- Условия обслуживания карт;
- Клиентский опыт (VOC);
- Клиентский путь (Mystery Shopping);
- Оценка ДБО.

Расчет весов основных параметров осуществлялся на основе консолидированной экспертной оценки Frank RG.

Рейтинг детского банкинга: основные параметры рейтинга

Параметры интегрального рейтинга



Опрос держателей детских карт и пользователей детского банкинга (клиентский опыт)

- Степень удовлетворенности продуктом родителей и детей, доля пользующихся и частота пользования картой
- Используемые метрики: уровень удовлетворенности (CSI) картой, онлайн-банком родителя и ребенка; доля пользующихся картой; доля детей, пользующихся детским онлайн-банком.

Дистанционное банковское обслуживание

- Оценка функционала, интерфейса и пользовательского опыта (UX/UI) банковских приложений для родителей и детей

Выгода

- Размер выгоды для клиента по детской карте – полученного клиентом вознаграждения (бонусов/cashback и % на остаток за счет размещения собственных средств) в рублевом эквиваленте за вычетом расходов на выпуск и обслуживание карты, рассчитанный по профилям трат детей, в % от трат

Тарифы

- Рейтинг условий обслуживания по параметрам, наиболее важным для клиентов с точки зрения выбора детской карты (на основании онлайн-опроса 1 500 родителей с детьми 6-13 лет)

Клиентский путь оформления карты

- Удобство клиентского пути открытия детской карты в офлайн- и онлайн-каналах на основании тайных покупок

+ 38 слайдов
в полной версии отчета

Приложение 1. Детские профили трат

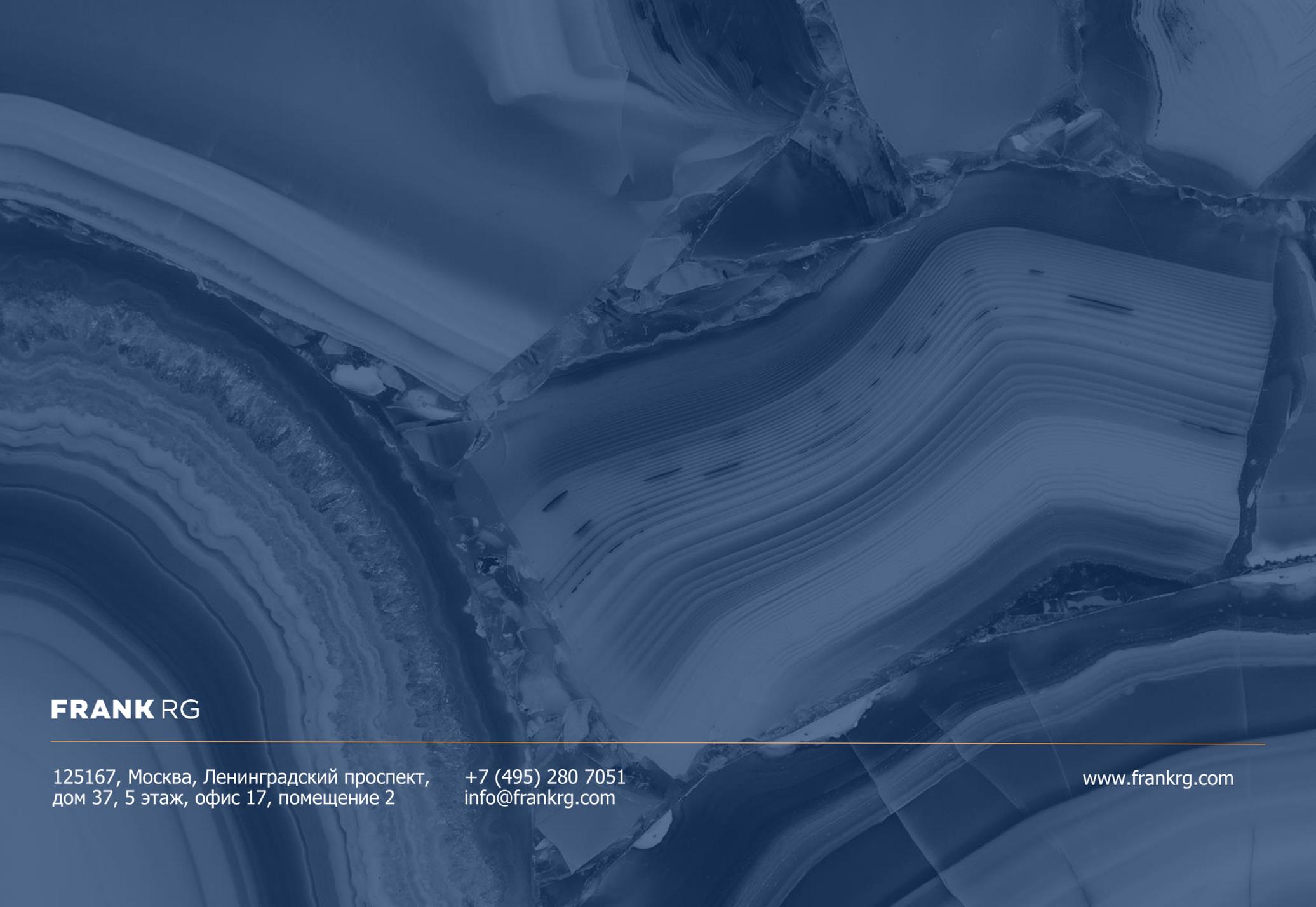
Детские профили трат

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Название профиля	1. Дети Mass (Москва)	2. Дети Affluent (Москва)	3. Дети Mass (Регионы)	4. Дети Affluent (Регионы)
Располагаемая сумма в месяц, руб.	4 000	8 000	2 000	5 000
Доля безналичных операций, %	99%	98%	95%	95%
Мин. остаток по счету, руб.	400	1 500	1 000	2 500
Траты по карте в месяц, руб.	3 960	7 850	1 900	4 750
Траты по карте в год, руб.	47 520	94 200	22 800	57 000

Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	30,3%	19,1%	42,1%	25,3%
Рестораны, фастфуд	20,2%	29,3%	26,3%	31,6%
Одежда, обувь, игрушки	12,6%	10,8%	15,8%	15,8%
Транспорт	9,1%	8,9%	5,3%	6,3%
Офлайн-развлечения	7,6%	12,7%	5,3%	5,3%
Онлайн-развлечения	7,6%	6,4%	5,3%	5,3%
Книги, канцтовары, хобби	12,6%	12,7%	0,0%	10,5%



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, 5 этаж, офис 17, помещение 2

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

www.frankrg.com