



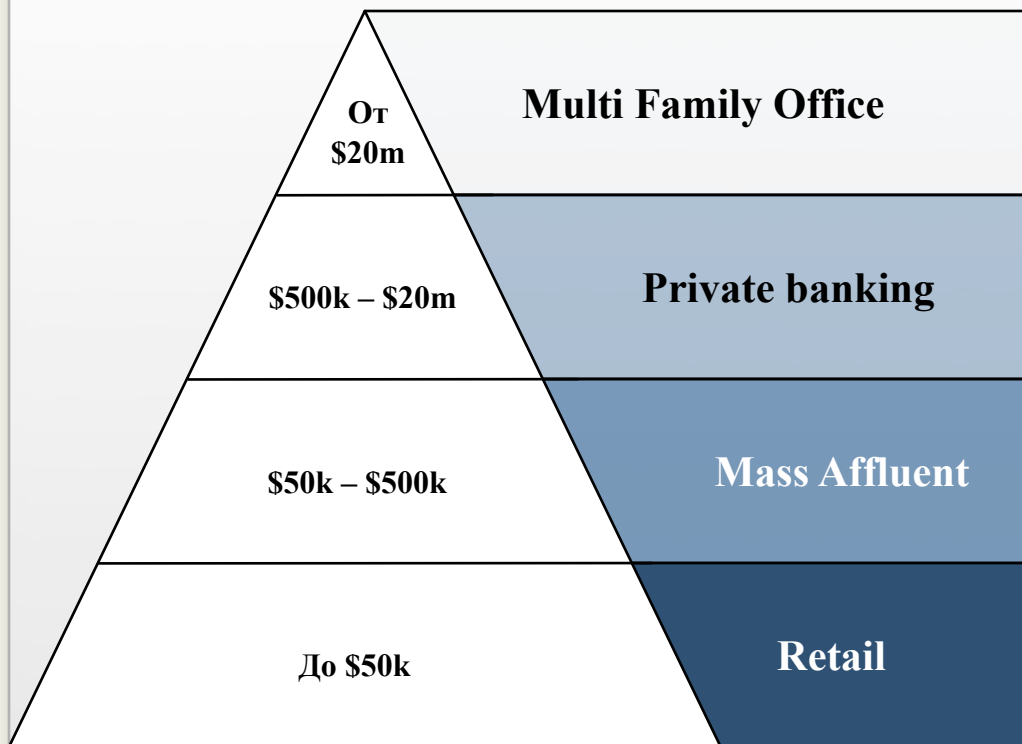
Сегментация потребителей финансовых продуктов и услуг

Новое потребительское поведение - новые финансовые решения

17 мая 2012

Мария Мурашова

Сегментация по располагаемому объему денежных средств



Источник: Ситибанк, Исследование сегмента обеспеченных россиян (Mass Affluent) в контексте глобального финансово-экономического кризиса, 2009

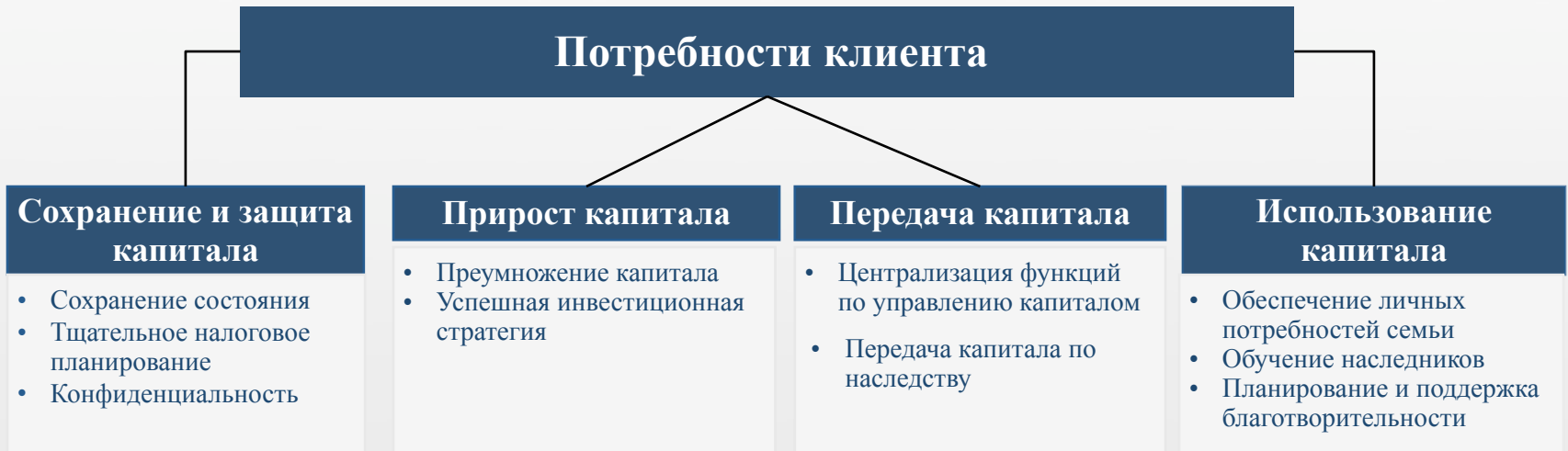
Название банка	Минимальный порог входа для продуктов и услуг mass affluent
ЮниКредит Банк	700 000 рублей
Промсвязьбанк	1 000 000 рублей
Альфа Банк	50 тыс.долл.
ВТБ 24	1 500 000 рублей
Райффайзен Банк	2 000 000 рублей
Ситибанк	2 500 000 рублей
Номос Банк	2 500 000 рублей
М2М Банк *	100 тыс.долл
Зенит *	6 000 000 рублей
МДМ *	7 500 000 рублей

* объем денежных средств, от которого банк готов предлагать услуги Private Banking

Формирование денежных средств



Базовые потребности потребителей финансовых услуг



По данным исследования Barclays, 2005



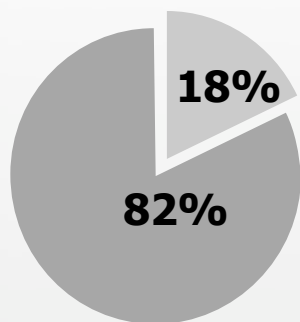
Определение российского сегмента mass affluent – портрет представителя сегмента

- преимущественно **мужчина** (трое из четырех),
- средний возраст **44 года** (мужчины старше 45 лет обладают почти в 2 раза большими средствами, чем женщины и молодые мужчины),
- в основном **семьи с одним ребенком** (новые клиенты - в основном женщины и молодые мужчины, не имеющие детей),
- **топ-менеджеры или владельцы** собственного бизнеса,
- ценят здоровье, гармонию в семейной жизни, и независимость, ведут активный образ жизни,
- **чрезвычайно заняты на работе**, а потому располагают малым количеством свободного времени, которое уделяют своим семьям,
- увлечения - спорт, театр, кино, музеи,
- имеют автомобиль иностранной марки и дачу.



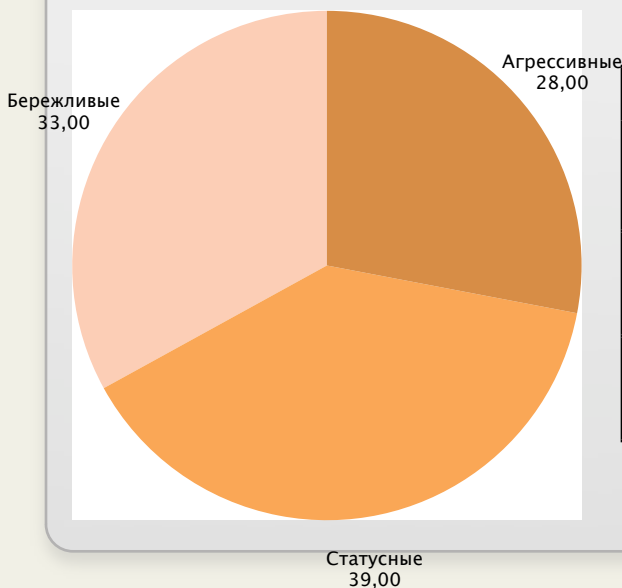
*По данным опроса, организованным Ситибанком и РБК в декабре 2009 года на сайте www.rbc.ru, в котором участвовали 9038 человек

Определение российского сегмента mass affluent – портрет представителя сегмента



Группа	Инвестиционное поведение
более 50% обеспеченных людей	90 - 100% своих ликвидных активов хранит в наличной форме и на банковских депозитах
порядка 30% обеспеченных людей	75% своих средств инвестируют в международные (офшорные) инвестиционные инструменты
порядка 20% обеспеченных людей	70 - 75% своих средств инвестируют в локальные инвестиции

По данным исследования Ситибанка и РЭШ , 2008



Тип	Описание
«Агрессивные»	готовы идти на риск, стремятся получить максимальную прибыль от инвестиций
«Бережливые»	ищут стабильности, инвестируют для достижения определенного уровня жизни на пенсии
«Статусные »	стремится к определенному уровню достатка, цель инвестирования - достигнуть свои финансовые задачи

По данным исследования Ситибанка и РБК , 2009

Определение российского сегмента mass affluent – объем рынка и прогноз развития

Источник	Определение МА с точки зрения объема активов	Оценка рынка (дата)	Прогноз (дата)
Исследование Citigold и РЭШ	1,3 – 13 млн. рублей	990 тыс. человек 3,4 трлн. руб. (2008-2009)	1,5 млн. человек 5,5 трлн. рублей (2013)
Исследования Delloitte	1 - 5 млн. долларов	269 тыс. домохозяйств (2011)	1 млн. домохозяйств рост капитала - на 242% (2020)
Эксперты рынка финансовых услуг, ориентированных на сегмент МА	100 тыс. – 1 млн. долларов	1,1 - 1,7 млн. человек 6,16 трлн.руб. (2011)	рост рынка - 15% (ежегодно ближайшие 3-4 года)