

# Кому и как продавать розничные услуги ДБО?

---

Людмила Преснякова, директор исследовательской группы «Человек и деньги».



# «Человек и деньги»: специальный проект ФОМ с 2006 года

## Клиенты проекта:

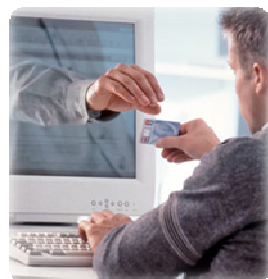


## Темы исследований:

Георейтинг Депозиты  
Инвестирование Интернет Ипотека **Кредиты**  
ММВБ Пластиковые карты Сбербанк **Сбережения**  
Финансовая культура  
**Кризис** Бюджет **Банки** Белая зарплата **Вклады**  
Девальвация Дефолт **Евро Доллар** Инфляция  
**Интернет-банкинг**  
Материальное положение  
Налоги **Нефть**  
Пенсия **Рубль**  
Фондовый рынок Экономика

<http://invest.fom.ru>

# ДБО сегодня



➤ Интернет-банкинг

6 %

от городской месячной  
аудитории интернета



➤ Электронные деньги

7 %

от городской месячной  
аудитории интернета



➤ Пластиковые карты

28 %

от всего населения



➤ Терминалы  
самообслуживания

51 %

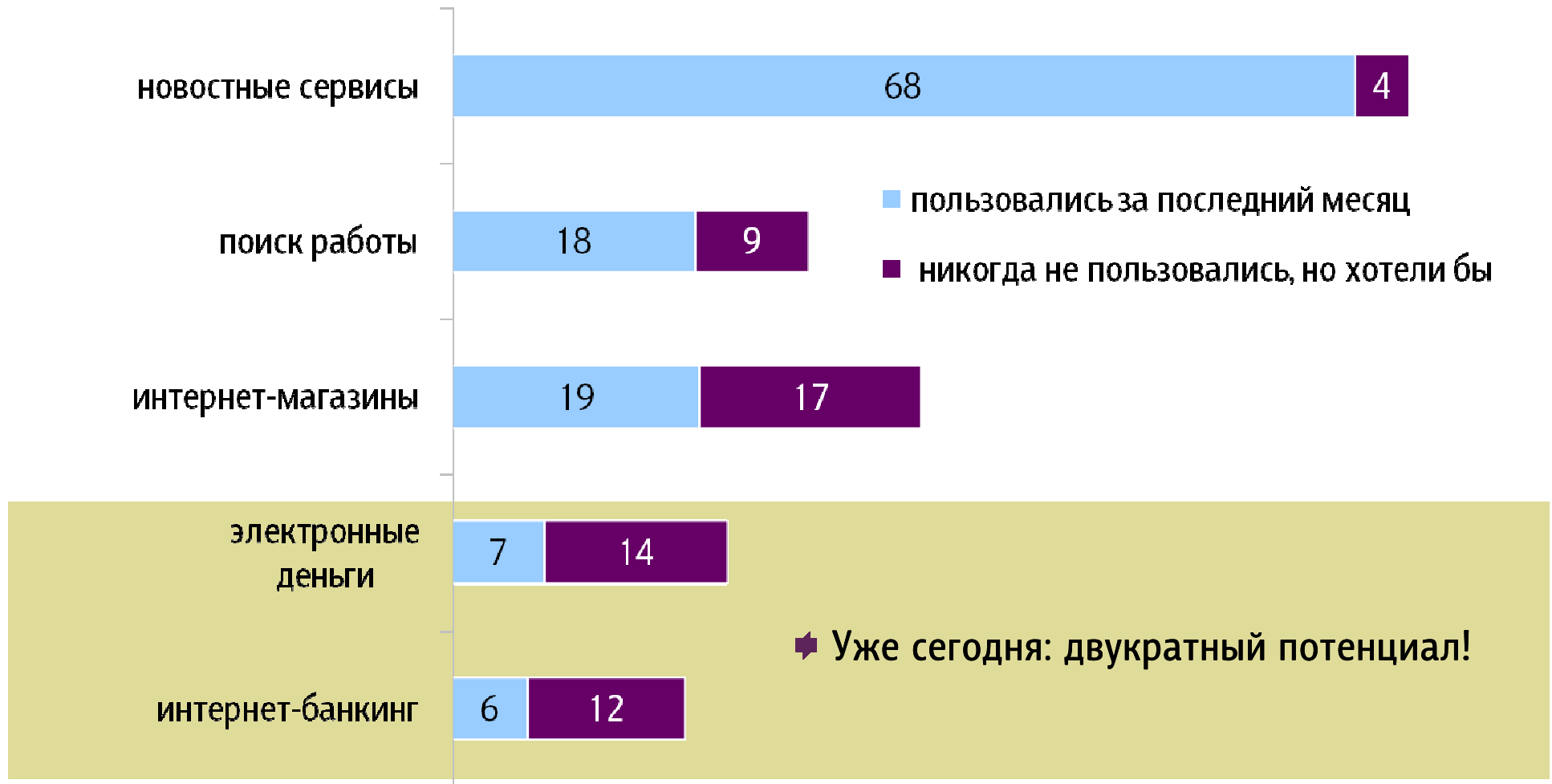
от всего населения

# Интернет в России стал массовым

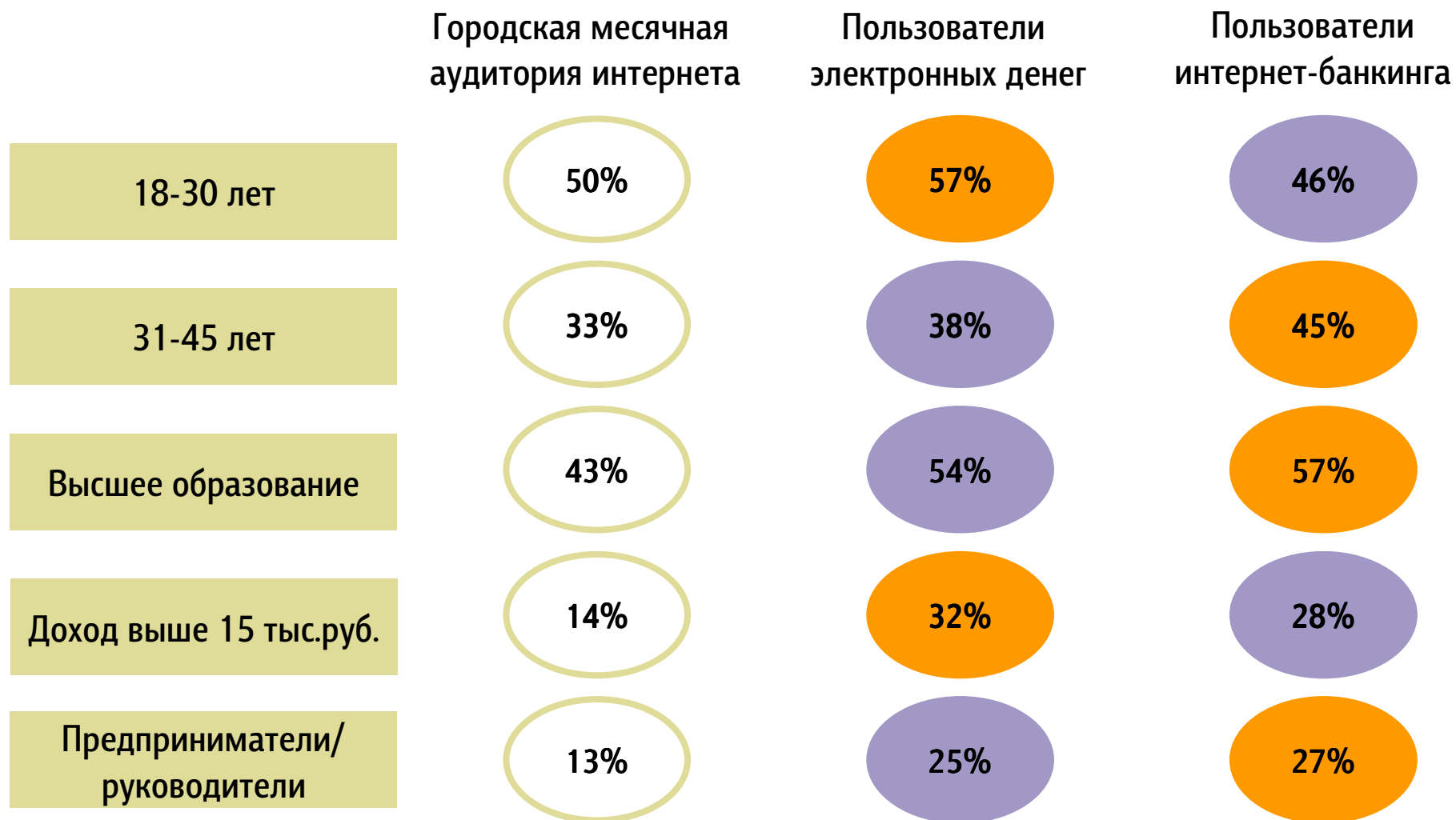
- ✦ 39, 2 млн. - в Сети ежемесячно (*каждый третий россиянин, 93% горожан*).
- ✦ 23, 9 млн. – каждый день.
- ✦ 54% пользователей – трудоспособные горожане.
- ✦ 43% – с высшим образованием.
- ✦ **72%** – **финансово активные** (*пользуются офлайновыми банковскими услугами*).

# Потенциал финансовых сервисов в Сети

% от городской месячной интернет-аудитории

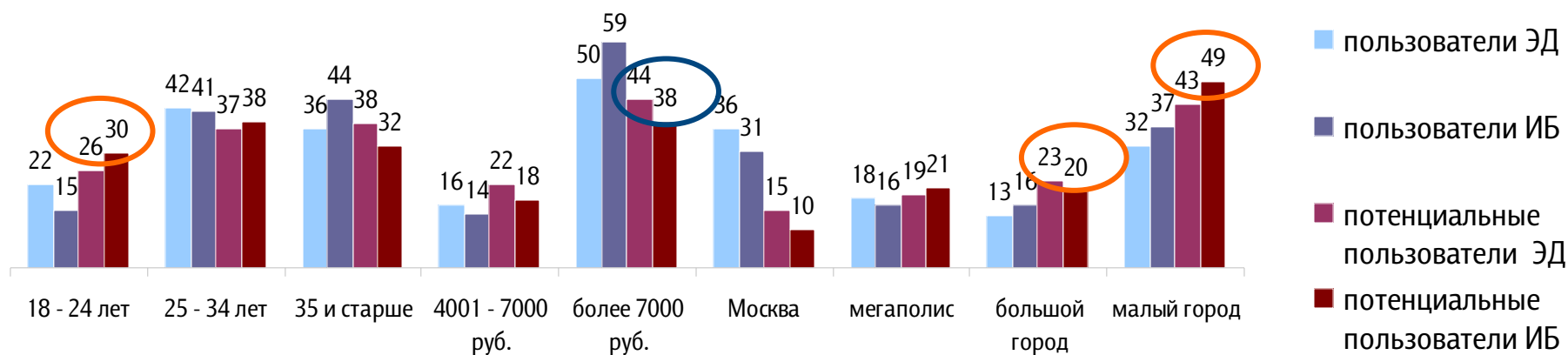


# Кто они – сегодняшние пользователи финансовых сервисов Сети?



# Сегодняшние и завтрашние: в чем отличия?

- Больше молодежи до 24 лет.
- Меньше москвичей, зато больше жителей крупных и небольших городов.
- Меньше людей с относительно высоким доходом.



# Потенциальные пользователи услуг ДБО: жизнь в Интернете

- ◆ **63%** потенциальных пользователей интернет-банкинга общаются в социальных сетях, **23%** - на форумах и чатах, **9%** имеют собственный блог.
- ◆ **45%** внимательно прислушиваются к мнению других пользователей Сети.
- ◆ **21%** размещают свой фото- и видео- контент на тематических площадках.
- ◆ **44%** пользуются платными интернет-сервисами.

# Отношение к рекламе в Сети

Потенциальные пользователи  
электронных денег      интернет-банкинга

✦ Относятся к рекламе спокойно, без раздражения.	50%	50%
✦ Часто переходят по рекламным ссылкам.	32%	24%
✦ Считают рекламу удобным способом получения информации о товаре или услуге.	38%	32%
✦ Больше всего доверяют интернету как источнику информации.	26%	27%

# Как тратятся деньги в интернете



Электронные деньги тратятся иначе, чем реальные купюры!

- ◆ Используются преимущественно для **оплаты услуг** (интернета и мобильной связи), а не товаров.
- ◆ Виртуальные деньги тратятся **легче и быстрее**.
- ◆ Размер допустимой траты на одну вещь – в **сети гораздо ниже**.

# Что настораживает пользователей и мешает развиваться

- ✦ **Опасения мошенничества** и непрозрачность механизмов работы сервисов.
- ✦ **Высокие комиссии** за платежи.
- ✦ **Ограниченный перечень** товаров и услуг, доступных за интернет-деньги.
- ✦ **Сложная конвертируемость** интернет-денег в реальные деньги.

# Вопросы ?

---

## ◆ Директор исследовательской группы «Человек и деньги»

Людмила Преснякова

тел.: +7 (495) 745-87-65, доб. 2220

E-mail: [presnyakova@fom.ru](mailto:presnyakova@fom.ru)

Фонд Общественное Мнение

Москва, ул. Островная, вл. 2.

тел.: +7 (495) 745-87-65

факс: +7 (495) 745-89-03