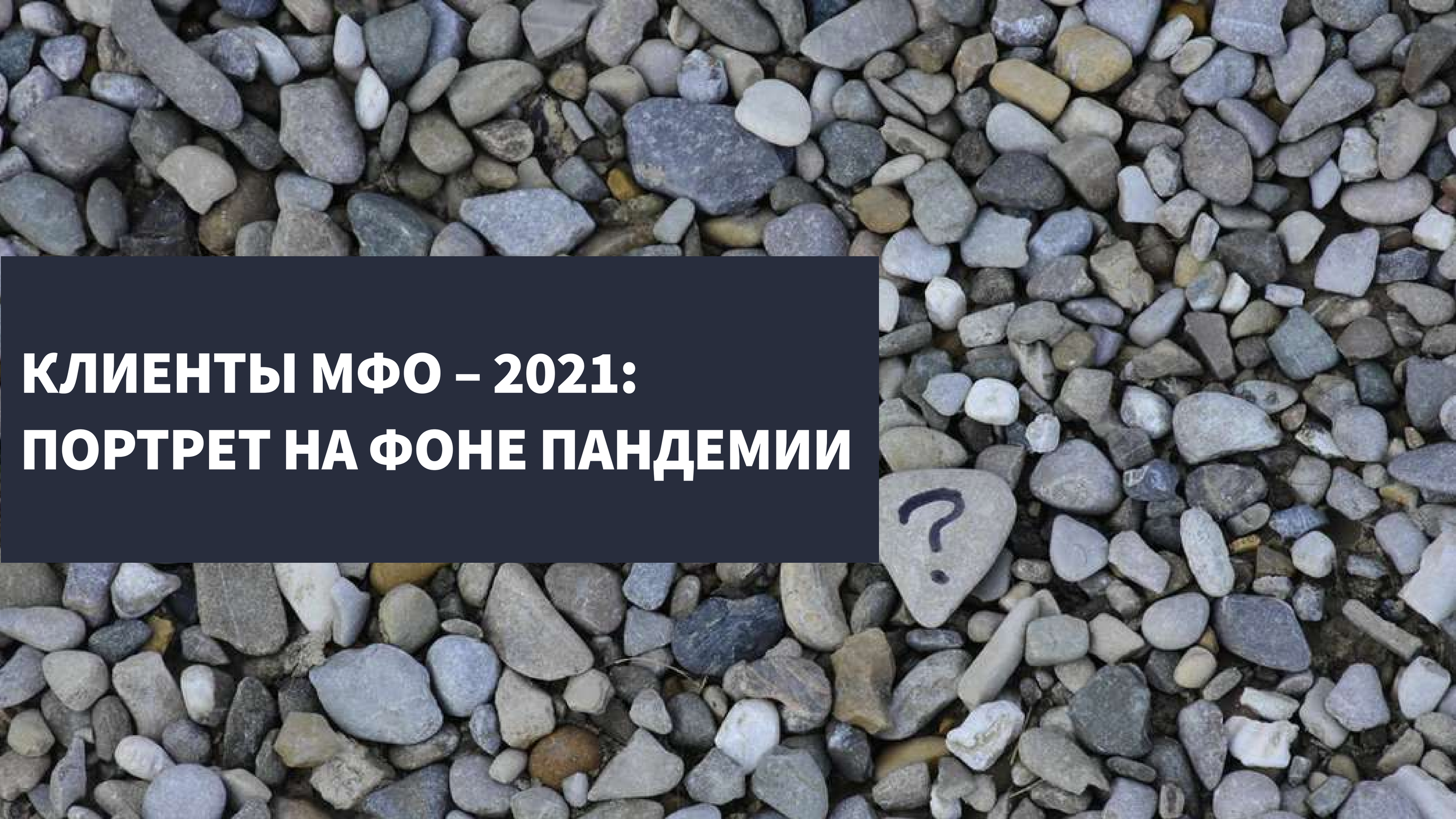


КЛИЕНТЫ МФО – 2021: ПОРТРЕТ НА ФОНЕ ПАНДЕМИИ

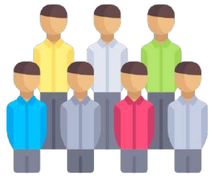
ОПРОС КЛИЕНТОВ МФО 2021

ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЯ



Группы участников

- Активные клиенты
  клиенты, у которых есть текущий заем в МФО
- Бывшие клиенты
  клиенты, у которых когда-то был заем в МФО
- Отказные клиенты
  клиенты, которые отказались от предложения для получения займа от МФО



Количество собранных ответов

- **14 000** у активных
- **2 500** у бывших
- **23 500** у отказников



Анализ ответов по группам

- Новые и повторные с учетом количества займов
- Сумма займа
- География
- Возраст
- Число дней просрочки

Категории вопросов

- Опыт взаимодействия с МФО
- Способы идентификации
- Удобство сервисов (Личный кабинет, приложение, обратная связь)
- Программа лояльности

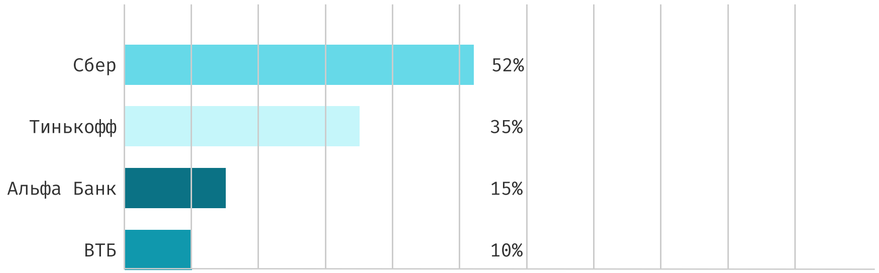
Выявленные корреляции

- Активнее всего опрос проходила возрастная группа 26-40 лет (около 62% в каждом сегменте)
- Почти 50% активных и бывших клиентов, прошедших опрос — это клиенты с одним займом
- Поведение клиентов с PD и CL-займами не отличается
- География не имеет значения
- Число дней просрочки отразилось только на вопросах о восприятии МФО

ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТОВ МФО

К КОМУ ОБРАЩАЮТСЯ И КОГО “ЛЮБЯТ” КЛИЕНТЫ?

Топ-4 финансовых приложений, которые нравятся клиентам МФО



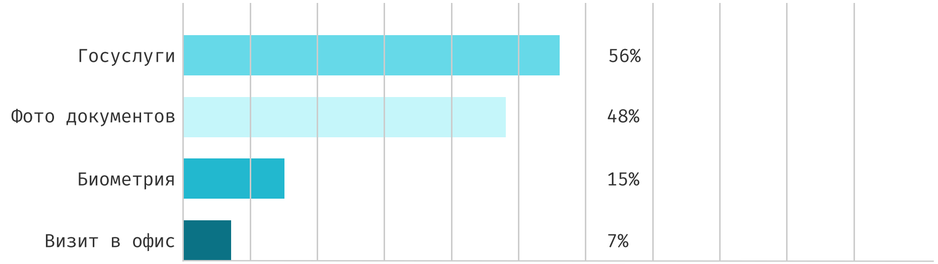
Результаты анализа по группам и сегментам

- Около 75% клиентов берут займы чаще раза в год
  с возрастом количество займов уменьшается
- Клиенты из возрастной группы 55+ больше доверяют Сберу
  многие из них получают пенсионные и социальные выплаты на карты Сбера
- У ~40% есть кредиты в банках, но весомые доли (20+%) принадлежат только Сберу и Тинькофф
  доли других банков совсем незначительны
- Как и раньше, клиентам МФО нравятся приложения Сбера и Тинькофф
  не нужно изобретать велосипед, чтобы дать клиенту удобный сервис

ПРОДУКТЫ И СПОСОБЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ

КАК КЛИЕНТЫ ВЫБИРАЮТ ПРОДУКТЫ И РЕАГИРУЮТ НА ПРЕДЛОЖЕНИЯ?

Предпочитаемые способы идентификации



Результаты анализа по группам и сегментам

- При выборе предложения для ~25% клиентов важны способы погашения и частота платежей
- Наименее важны возможность оформлять займы под залог, покупать дополнительные продукты и участвовать в реферальной программе
- Репутация компании имеет большее значение для повторных клиентов (около 30% с третьего займа)
- Клиенты МФО готовы идентифицироваться через Госуслуги