

Пленники случая или инвесторы: реконструкция типов клиентов НПФ на основе WOM-контента



PR NEWS / СБЕР НПФ

О команде

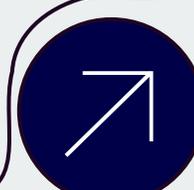
PR NEWS

- Занимаемся коммуникационными исследованиями, мониторингом и аналитикой медиапространства 18 лет.
- Разрабатываем и внедряем новые методики и индикаторы эффективности PR-решений.
- Предлагаем уникальный дизайн исследований: международные стандарты и собственные разработки.



СБЕР НПФ

- Помогает клиентам создать пенсионный капитал для уверенности в будущем уже 29 лет.
- Единственным учредителем и акционером является ПАО «Сбербанк России».
- Входит в ТОП-3 негосударственных пенсионных фондов России по объему активов, предлагает надежные корпоративные и индивидуальные программы пенсионного страхования.



О проекте

С 1 января 2024 года в России запустилась государственная программа долгосрочных сбережений. Для всех НПФ это стало вызовом:

- Как выделиться среди других игроков?
- Как рассказать просто о сложном?
- Как выстроить коммуникацию в условиях недоверия к пенсионной системе в целом?

Запрос СберНПФ к PR News:

- Определение новых возможностей в коммуникации с реальными и потенциальными клиентами.
- Оценка репутации фонда в разных срезах (классические медиа, пользовательский контент, установки разных групп стейкхолдеров) для актуализации коммуникационной стратегии.

С помощью Brand Analytics мы закрыли несколько объемных и важных задач:

Реконструкция направлений позиционирования НПФ

Анализ семантического образа СберНПФ в разрезе «стимул» (традиционные СМИ + блогерский платный контент) → «реакция» (пользовательский контент в социальных медиа)

Построение типологии клиентов НПФ на основе WOM-контента

Ход работы



Анализ традиционных СМИ:
транслируемые
фондами послы,
смыслы, идеи

01



Анализ социальных медиа: точки
соприкосновения
образа НПФ,
формируемого в
традиционных медиа,
и ожиданий
аудиторий

02



Количественный срез: опрос
клиентов и
сотрудников
СберНПФ

03



Качественный срез:
глубинные интервью
с ключевыми
немассовыми
группами
стейкхолдеров

04

Реакция пользователей на НПФ

Негосударственные пенсионные фонды по-прежнему воспринимаются как сложные и непонятные — это отпугивает аудитории

СМИ

Мифическая грамотность

НПФ – выгодно и доходно

Шанс на достойную пенсию

Социальные медиа



"Овеянные тайной"

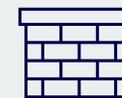
"На сайте НПФ так и не нашла точного объяснения"

"Помогите разобраться"



Щедры vs прижимисты

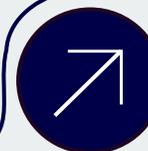
"За всю свою историю НПФы больше 5% не давали прибыли, только в минус работают"



Дистанцированные от клиента

"Фонд за вас сам решает хотите в нем остаться или нет"

"Плюсы только для самого фонда"



Адаптация метода Персон

На этапе анализа социальных медиа в WOM-контенте пользователей мы заметили определенные повторяющиеся типы поведения — мотивационные и ценностные структуры, на основе которых можно было реконструировать типы клиентов НПФ в целом

Этапы конструирования типажей клиентов НПФ



**Метод персон позволяет понять реальные проблемы аудитории, мотивационную и ценностную базу*

Ключевое отличие типов пользователей НПФ – стратегия управления жизнью

«ПЛЕННИК СЛУЧАЯ»



"Попал" в НПФ случайно, не по собственному желанию

- *«Узнала, что я состою в НПФ. Написано о каком-то взносе, но я ничего не клала туда.*
- *До пенсии еще не скоро, но меня **настораживает** это.*
- *Как отказаться от этого НПФ и вообще **это** **прямо совсем страшно**? Подскажите, пожалуйста, кто разбирается»*

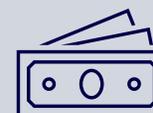
«ОСОЗНАННЫЙ»



Понимает потребность, основательно подходит к выбору фонда, хочет разобраться в продукте

- *«Увидела на сайте НПФ вариант откладывать на доп.пенсию, заинтересовалась.*
- *Сама разобраться побоялась, позвонила в поддержку. Там очень подробно **все объяснили**.*
- *Решила попробовать. За деньги свои спокойно, что никуда не пропадут. Только приумножатся»*

«ИНВЕСТОР»



Оценивает фонды "по лекалам" инвестиционных инструментов

- *Тоже был ИПП в НПФ. Пришёл в офис банка, где заключил этот договор. Заключил по принципу **яйца в разные корзины**.*
- *По прошествии нескольких лет понял, что **доходность** **запредельно низкая**.*
- *Сейчас на стадии **расторжения**.*

«Пленник случая» — наиболее распространенный способ попадания в НПФ

«ПЛЕННИК СЛУЧАЯ»



Мотивация: не сформирована, цель — избавиться от продукта

Инициатива: исходит от работодателя, государства или фонда

Настроение:

- **Непонимание продукта и его ценности** → заинтересованность в продукте появляется только с целью "вывода" денег;
- **Ощущение "невольности" выбора** → сопротивление, недоверие, негатив блокирует все возможные позитивные установки

Драйверы: знание банка, нежелание разбираться в продукте

Барьеры: навязанная полезность, низкая осведомленность, отсутствие альтернатив



//

На бумаге всё красиво, на деле – ужас

Фонд за вас сам решает хотите в нем остаться или нет. Назначает всем накопительную часть "пожизненно" сам даже не спрашивая вас

Написала заявление о единовременной выплате. Без меня все решили, даже не спрашивали. Теперь всем назло жить надо до 100 лет".

//

«Осознанный» — редкий клиент, который осознанно готовит «подушку безопасности»

«ОСОЗНАННЫЙ»



Мотивация: сформировать пенсионные накопления

Инициатива: исходит от потребителя

Настроение: тревожность, потребность в принятии информированных решений

Поиск: целенаправленный с акцентом на потребность

Каналы получения информации: личное посещение офиса, сайт НПФ, контакт-центр

Драйверы: открытость организации, возможность получить ответы на все вопросы, знание и доверие к материнской компании

Барьеры: сложность процедуры, негативные отзывы на форумах о НПФ, низкая доходность



//

Хочу Вас поблагодарить. Вы буквально разложили по полочкам одну из тем, которая мне интересна. Речь о ИПП от НПФ

Обращалась в отделение узнать подробнее как можно оформить негосударственную пенсию. По всем условиям и вопросам проконсультировали основательно. Так что после нового года пойду оформлять ПДС!

//

«Инвестор» — рассматривает НПФ как вариант «не держать все яйца в одной корзине»

«ИНВЕТОР»



Мотивация: инвестирование, "игра" на финансовом рынке

Инициатива: исходит от потребителя

Настроение: тревожность, потребность в принятии потенциально прибыльных решений

Поиск: самостоятельный и целенаправленный

Каналы получения информации: форумы бизнес-сообщества
блогеры

Драйверы: НПФ — относительная безопасность вложений,
возможный формат инвестиций

Барьеры: низкая доходность, личные цели и стратегия не
сходятся с предложением фонда, страх потери денег



//

Потихоньку формирую новый инвестиционный портфель. Закрывает счет в НПФ, за 5 лет реальная доходность составила около 12%.

Я не доверяю пенсионным фондам. Верю в себя и свои возможности инвестирования. Предпочитаю максимально зарабатывать вне рынка и отправляю в инвестиции более 50 процентов доходов.

Интересная штука, но не пойму ее особенности явной и какой смысл, если есть на фондовом рынке куча разных "etf"

//

Непонимание работы рынка рождает противоречия



ДРАЙВЕРЫ

Выгоднее ПФР

- Понятная, удобная, защищенная «кубышка» для дополнительных накоплений
- Возможность для инвестиций
- Привлекательная программа в 2024, возможность вернуть налог

Удобно и современно

- Можно задать любые вопросы
- Остаток средств на именном пенсионном счете могут получить наследники вкладчика
- Вся информация доступна онлайн



БАРЬЕРЫ

Невыгодный инструмент

- Низкая доходность (ниже инфляции)
- Выгодно только долгосрочное инвестирование

Непрозрачная система

- Запутанный процесс
- Мало информации о программе

Навязанный продукт

- Вынуждает вкладывать свои кровные в будущую пенсию
- Фонд за вас сам все решает

Затрудненный контакт

- Не налажена коммуникация с ПФР
- Сложный процесс заключения договора



Идеи «зажили» в цифрах: количественное исследование массовой аудитории подтвердило выделенные типы клиентов НПФ

Только 6% респондентов считают регулярные отчисления в НПФ лучшим способом накопить на пенсию

Типология* «накопителей»

Вкладодержатели

- Регулярно откладывает средства для создания финансовой подушки безопасности и уже сейчас копит на будущую пенсию.
- Предпочитают хранить деньги на вкладах.
- На пенсии стремятся проводить больше времени с семьей и иметь свой загородный дом.

Выбирающие стабильность

- Выбирают недвижимость как наиболее стабильный способ хранения денег.
- В будущем на пенсии собираются сдавать квартиру и жить на эти деньги.
- Идеальная пенсия для них – это возможность проводить время с семьей.

Финансовые стратеги

- Вкладывают деньги в ценные бумаги, в том числе для того, чтобы обеспечить себя на пенсии.
- Для них идеальный НПФ – это технологичная организация с высокой социальной ответственностью.
- На будущей пенсии хотят посвящать время досугу и путешествиям.
- Преим. мужчины

Финансовые тактики

- Стараются регулярно откладывать деньги на ближайшее будущее
- Идеальный НПФ – это надежная и честная организация.
- На пенсии наиболее важным является удовлетворение базовых потребностей (доступ к медицине, питание).
- Преим. женщины

Главные запросы клиентов

Сформированная типология помогла выйти на глубинные потребности аудиторий и обозначить ключевые запросы к НПФ



«Расскажите, что такое НПФ»

В пользовательском контенте четко считывается запрос на понятность, прозрачность и честное объяснение процесса пенсионных накоплений.

Как итог: полярность отношений наблюдается в категориях выгоды, доходности, а также прозрачности компании и сферы НПФ в целом.



«Нет прошедших клиентский путь полностью»

НПФ — все еще terra incognita для аудитории: нет закрепленных социальных практик, успешных массовых примеров.

Пока нет поколения, прошедшего вместе с НПФ свой путь от начала трудовой деятельности до выхода на пенсию.



«Не хватает драйва, эмоций»

«Скучная» отрасль, где все участники – несамостоятельные структуры.

НПФ не воспринимается людьми как самодостаточные финансовые единицы, за которыми интересно было бы наблюдать.



Решение – честный и открытый разговор

Важно соблюдать этапность: сначала снять неопределенность, ответив на существующие запросы, и после этого вести по «своему» пути, вплетая в мышление людей идею «копить вместе с НПФ»

→ШАГ 1: снизить недоверие к НПФ как к явлению

ИНСТРУМЕНТЫ: масштабные массовые коммуникационные кампании, широкая трансляция реальных историй, кейсов.

ОПОРНЫЕ СМЫСЛЫ:

- *НПФ – это надежно, просто и легко;*
- *НПФ – это реально работающий, полезный и правильный инструмент;*
- *НПФ – это для всех, а не для избранных.*

01

→ШАГ 2: легализовать → институционализация НПФ

ИНСТРУМЕНТЫ: тиражирование GR и законодательных усилий НПФ в целом. Активная «легализация» НПФ от ПФР, четкое распределение ролей

ОПОРНЫЕ СМЫСЛЫ:

- *НПФ сопричастны и включены в государственную пенсионную повестку;*
- *Пенсионная схема прозрачна и проста: понятно, кто регулятор, как регулирует и почему НПФ можно доверять.*

02

→ШАГ 3: закрепить → репутационная отстройка СберНПФ

ИНСТРУМЕНТЫ: Запуск сюжетных коммуникационных кампаний.

ОПОРНЫЕ СМЫСЛЫ:

- *Со СберНПФ я могу мечтать о пенсии, предвкушать ее;*
- *СберНПФ – это продукт, с которым все легко и просто.*

03

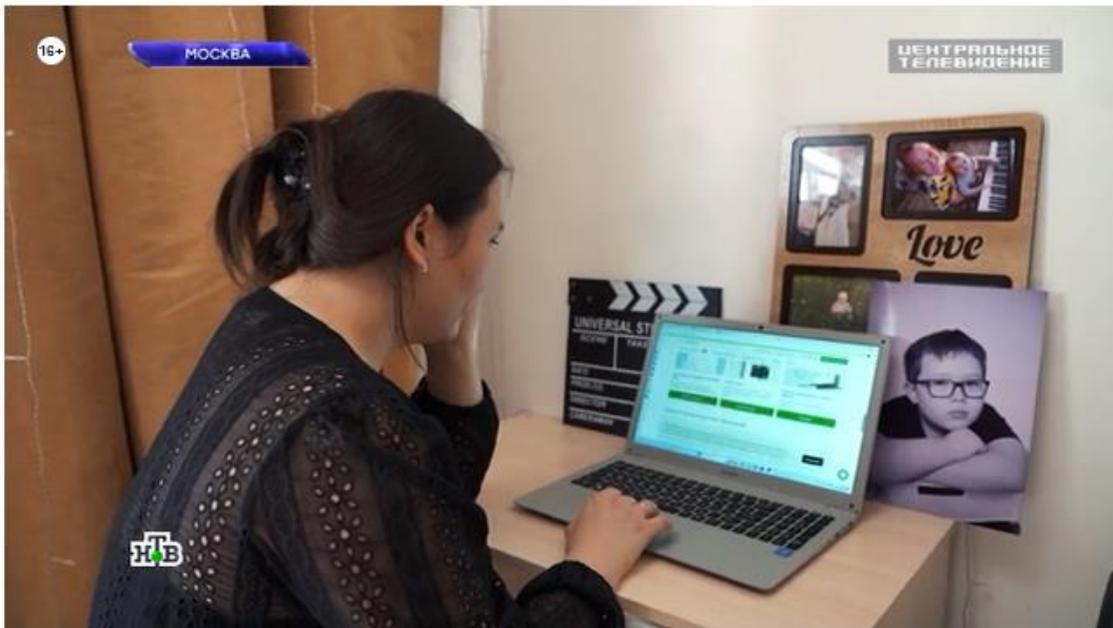
Результаты

Масштабные массовые коммуникационные кампании, широкая трансляция реальных историй, кейсов

Истории о реальных людях

Тройная выгода: как накопить на мечту с помощью долгосрочных сбережений

 ТАТЬЯНА ПРОСКУРЯКОВА
Пенсионер



Примеры публикаций

— В чем суть программы долгосрочных сбережений?

— Помочь людям сделать долгосрочные сбережения надежными, эффективными и удобными. Программа работает как накопительный счет, который вы открываете не в банке, а в НПФ.

[Коммерсант](#)

"Если у вас есть приложение "Сбербанк онлайн", вы можете зайти и выбрать вкладку "Накопления". Буквально через пять-десять минут в приложении появится вся информация о вашей пенсии, не только информация о пенсионных накоплениях. Также там можно посмотреть, например, какую страховую пенсию вы уже сегодня себе заработали, какой у вас стаж, сколько пенсионных баллов и так далее. **В общем, это очень полезное приложение, я очень рекомендую всем этим воспользоваться**", — подсказал Александр Зарецкий

[BFM.RU](#)

Команда проекта

СБЕР НПФ

Анна Пупкова, PR-менеджер

PR NEWS



Ольга Бобрус,
руководитель проекта



Камила Аджиева,
аналитик



Елена Скачкова,
аналитик



Елизавета Щецова,
аналитик

КОНТАКТЫ



<https://prnews.ru>



contact@prnews.ru



+7 495 789 4259



Адрес: г. Москва, Бутиковский
пер., 12, стр. 2, офис 6



<https://t.me/cominsights>

Спасибо за внимание!