



Факультет Экономических Наук

ИПС Frank RG &
ИСИЭЗ ВШЭ

Москва 2024

Конкурентный анализ и сегментация рынка автоматической поддержки благотворительности

Константинов А. С.



Общая характеристика благотворительных проектов «Альфа-Банка»

А Альфа-Банк

Альфа-Банк в 2021 г. запустил благотворительный сервис «Добрая подписка» для ИП и малого бизнеса.

Для того чтобы воспользоваться сервисом, клиенту необходимо подключить подписку один раз, после чего с каждого платежа **1 рубль** отправляется в фонд «**Линия жизни**». Например, если у компании 100 платежей в месяц, фонд получит 100 рублей. Кроме того, за участие в благотворительности бизнес получит налоговую льготу.

По сравнению с другими компаниями, регулярных открытых отчетов «Альфа-Банк» не предоставляет, что может свидетельствовать о невысокой активности сервиса.

Согласно годовому отчету фонда «Линия жизни» за 2021 г.,

Новый сервис принес фонду уже

более 350 тысяч рублей.

Источник: годовой отчет фонда «Линия жизни» за 2021 г.

В официальном «**Telegram**»-канале **Альфа-Банка** не было публикаций на тему «**Доброй подписки**» с октября 2021 г., когда данный проект был запущен. Более того, после активной PR-компании в СМИ и многочисленных публикаций о новом сервисе, медийная деятельность сошла на нет.

На сайте фонда «**Линия жизни**» в годовых отчетах продолжает сообщать о совместной деятельности с **Альфа-Банком**, но количественных оценок не дается.

Плюсы:

- На момент запуска проекта решение было инновационным: позднее регулярные платежи с транзакций станут трендом, ранее возникло только «Округление» от «Яндекса»
- Позволяет совершать пожертвования на благотворительность, не прибегая к дополнительным манипуляциям

Минусы:

- Активность доступна только для юридических лиц
- Помощь совершается только в отношении одного фонда
- Размер помощи зависит от количества транзакций, но не от их размера



Основные конкуренты на рынке (1/3): «Сбер»



«СберВместе» – платформа для ежедневной благотворительности от «Сбера». Позволяет осуществлять пожертвования как конкретным людям, так и конкретным фондам.

Платформа позволяет людям поддерживать проекты и истории НКО со всей России, работающих в разных направлениях благотворительности: помощь детям, взрослым, а также природе и культуре. На сайте проекта размещаются сборы в виде краудфандинга.

Возможно использование кэшбэка (бонусов «СберСпасибо») для пожертвований на благотворительность в фонды: «Русфонд», «Вклад в будущее», «Галчонок», «Память поколений», «Подари жизнь», «Созидание», «Онкологика» и «Наука – детям». Оказать помощь можно через приложение «Сбера».

«Сбер» предоставляет возможность регулярной помощи фондам из списка (**свыше 200 фондов**).

Денежная помощь возможна **от 1 рубля** и определяется клиентом.

Плюсы:

- Широкий спектр возможностей: выбор фонда для целенаправленной помощи, выбор текущего сбора.
- Возможность жертвовать не только собственные средства, но и кэшбэк.
- Прозрачность: участие Банка минимально, поскольку клиент жертвует средства конкретному получателю, отчет о его деятельности не осуществляется Банком.

Минусы:

- Отсутствие возможности помочь направлению благотворительной деятельности, не выбирая конкретный фонд. Частичное решение – рандомайзер в приложении «Сбер».
- Требуется дополнительных манипуляций в приложении.



Основные конкуренты на рынке (2/3): «Т-Банк»



В 2023 году **Т-Банк** запустил платформу **«Рядом с теми, кто помогает»**, которая объединяет благотворительные и социальные инструменты экосистемы: грантовые конкурсы, фандрайзинговые и продуктовые решения для НКО, маркетинговые проекты и информационные ресурсы.

«Кэшбэк во благо» – это сервис **Т-Банка**, с которым кэшбэк, начисленный за покупки по картам Black, будет автоматически перечисляться в благотворительный фонд, выбранный клиентом.

Также клиенты банка могут настроить регулярные переводы в фонды или поучаствовать в проекте **«Благо Долями»**, который позволяет поддерживать благотворительные организации большей суммой: фонд получит ее сразу, а пользователь сможет вносить деньги частями – по 25% каждые две недели.

Помимо этого, в 2023 году был запущен проект **«Вместе ПРОще»**. Каждый месяц сервис подписки PRO выделяет **1 000 000 ₽** на благотворительность, а пользователи голосуют за распределение суммы между фондами – участниками проекта.

Итоги благотворительных проектов Т-Банка в 2023 году 1,6 млрд рублей

составили прямые взносы Т-Банка в благотворительные, образовательные и другие некоммерческие организации России;

1,5 млрд рублей
перевели клиенты Т-Банка организациям из раздела «Благотворительность», где собраны только проверенные фонды. Пожертвование можно сделать в личном кабинете за несколько секунд.

В 2,5 раза
выросло число клиентов, которые участвовали в благотворительности через сервисы Т-Банка. За 2023 год также в два раза вырос общий объем пожертвований частных лиц: 69% приходится на разовые донаты, 23% – на «Кэшбэк во благо» и 8% – на регулярные.



Основные конкуренты на рынке (3/3): «Яндекс»



Социальный проект «Яндекса», который позволяет пользователям участвовать в благотворительности не выходя из экосистемы компании:

- Прямые пожертвования;
- **Округление** в сервисах;
- Содействие «Помощи рядом».

8 сервисов входят в программу округления: «Яндекс Go», «Яндекс Маркет», «Яндекс Лавка», «Яндекс Еда», «Яндекс Заправки», «Деливери», «Самокаты», «Доставка».

Более 1,2 млн. пользователей подключили функцию округление.

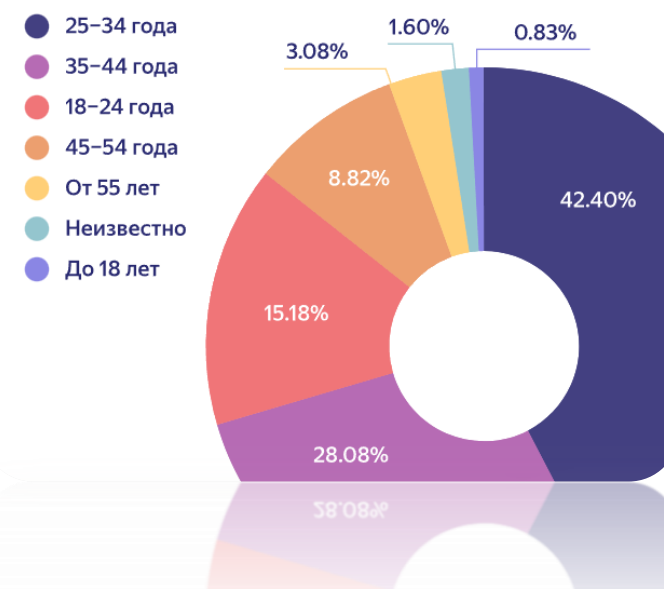
Помощь расходуется фондом «Яндекса», определяется конкурсом среди НКО, не зависит от предпочтений клиента.

«Яндекс» прозрачен с точки зрения отчетности, но **выбор НКО определяется экспертным советом:**

- **Бесплатные поездки для НКО и их подопечных**, которым трудно пользоваться общественным транспортом, а также помогает фондам с доставкой **(61,59%)**.
- **Товары для НКО:** средства на приобретение товаров первой необходимости и сопровождение процесса закупок **(35,55%)**.

Возрастной состав клиентов: целевой аудиторией сервиса – молодые люди в возрасте **25-34 года**, их в **1,5 раза больше**, чем представителей среднего возраста (**35-44 года**) и в **2,8 раза больше**, чем экстра-молодых (**18-24**). Сегмент пенсионеров имеет малый охват.

Возраст округлянтов





Конкурентное сравнение продуктов

	«Кэшбэк во благо»	«СберВместе»	«Округление»	«Добрая подписка»
Характеристика продукта	Сервис Т-Банка, с которым кэшбэк, начисленный за покупки по картам Black, будет автоматически перечисляться в благотворительный фонд, выбранный клиентом	Платформа для пожертвований конкретным людям и организациям	Социальный проект "Яндекса", пользователям участвовать в благотворительности за счет увеличения суммы оплаты	Средство системной поддержки благотворительности со стороны ИП и малого бизнеса.
Ценообразование	Сумма пожертвования равна начисленному банком кэшбэку за покупки клиента	Так как клиент сам выбирает размер пожертвований, то любая сумма от 1 рубля.	Клиент может выбрать порядок округления суммы. Средняя сумма округления (2023) – 8,34 руб.	Размер помощи зависит от транзакционной активности: 1 рубль с каждой транзакции.
Распределение и охват	Клиенты Банка, желающие использовать кэшбэк в качестве пожертвования	Клиенты Банка, желающие оказать адресную помощь, в том числе использовать кэшбэк СберСпасибо на добрые дела.	Клиенты молодого и среднего возраста, желающие жертвовать деньги на благотворительность без проблем, совершая повседневные действия.	ИП и малый бизнес, ожидающий простой с юридической точки зрения формы поддержки благотворительности.
Продвижение	Официальный сайт и приложение банка, сайты фондов	Сайт Банка, реклама в приложении, сайты новостных агентства, YouTube-каналы.	Сайт благотворительного фонда, реклама в других сервисах, СМИ.	Приложение Банка, сайт «Ведомости», фонд «Линия жизни».

«СберВместе» и «Округление» являются очевидными лидерами рынка как по объему благотворительной помощи, так и по проработанности решений, опыту ведения проекта. «Бросающий вызов» на данном рынке – «Кэшбэк во благо» от «Т-Банка».

В данных условиях «Альфа-Банк» будет играть роль нишевого игрока, поскольку только начинает активную деятельность в области автоматических форм поддержки для широкой аудитории.



Выводы

- Ориентируясь на опыт предшественников, новый проект «Альфа-Банка» **должен быть интегрирован в диджитал-сервисы банка**. Без видимой интеграции проект будет не популярен и будет сильно уступать конкурентам.
- В новом проекте клиент должен иметь **возможность использовать кэшбэк для пожертвований** на благотворительность.
- Задачей нового проекта будет **вовлечение постоянных клиентов «Альфа-Банка»** в автоматические формы благотворительности. Попытка переманить клиентов у других сервисов обречена на неудачу, так как они глубоко включены в экосистему, оптимальная стратегия – показать клиентам, потенциально желающим **помогать благотворительным фондам**, что это просто и можно делать **прямо в приложении «Альфа-Банка»**.
- Необходимо предоставить клиенту **право выбора реципиента пожертвований**. Большая свобода и широкий выбор благотворительных активностей вовлекут больше людей в участие.
- Успешность благотворительного бизнес-решения во многом зависит от **контактов с НКО и медийной активности** благотворительного сервиса.
- Необходима **прозрачность благотворительной деятельности**: благодаря регулярным и полным отчетам с указанием сумм сервис способен заслужить доверие клиентов.



Источники

1. <https://help.yandex.ru/> (дата обращения 01.12.2024)
2. <https://www.tbank.ru/finance/blog/charity-tools/> (дата обращения 01.12.2024)
3. <https://www.tbank.ru/about/news/05022024-next-to-those-who-help-results-of-tinkoffs-charitable-projects-in-2023/> (дата обращения 01.12.2024)
4. <https://today.sberbankvmeste.ru/> (дата обращения 01.12.2024)
5. <https://alfabank.ru/sme/services/lifeline/> (дата обращения 01.12.2024)

