

Банковские услуги

Пользование услугами банка
и рекламная активности

Источники:

MEDIA MARKETING INDEX ' 2024

ADEX' 2024



Дайджест о рынке БАНКОВСКИХ УСЛУГ в Казахстане

- 1 Распространенность
пользования
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 2 Предпочтения
пользователей
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 3 Предпочтения
пользователей
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 4 Знание
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 5 Пользование
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 6 Сила марок
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 7 Рекламная
активность
РЕКЛАМА
- 8 Рекламодатели
РЕКЛАМА
- 9 Рекламные каналы
РЕКЛАМА

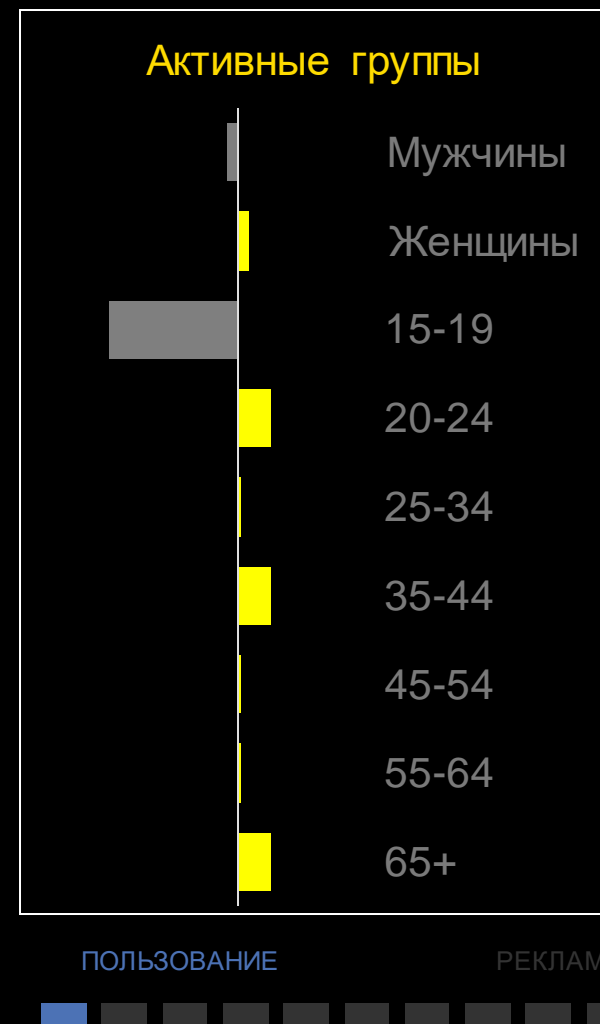
1

ПОЛЬЗОВАНИЕ

87% жителей крупных городов [100 000+] в возрасте от 15 лет и старше пользовались услугами банков за последние полгода.

На **4.6%** увеличилась доля пользователей банковскими услугами среди жителей крупных городов за **5** лет (с 2020 года).

Наиболее активные пользователи – люди в возрасте 20-24, 35-44 и 65+.



2

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ТОП5 банковских услуг по
распространенности использования с
2020 года остается без изменений.

77% жителей крупных городов

Казахстана в возрасте 15 лет и старше
владеют банковскими картами.

Максимальный рост количества
пользователей услугой денежных

переводов **+20%** за 5 лет.



3

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Основные тренды:

Рост цифровых решений и мобильных сервисов

- увеличение доли пользователей денежных переводов и текущих счетов отражает общее стремление к цифровому банкингу и уход от традиционных инструментов, таких как оплата ЖКХ через кассы или использование пластиковых карт;

Фокус на финансовую устойчивость - повышенный интерес к депозитам и рефинансированию, люди активнее ищут способы сохранить и приумножить средства;

Изменение структуры спроса на кредитные продукты

- спрос смещается в сторону более доступных и краткосрочных форм кредитования (экспресс-кредиты, кредиты на мебель или бытовую технику).

ЦЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАСТИКОВОЙ КАРТЫ

Снятие наличных в банкомате	88%	- 6%
Денежные переводы с карты на карту	38%	+1%
Оплата товаров и услуг в Казахстане	27%	+6%
Снятие наличных через банковскую кассу	14%	-1%
Оплата сотовой связи через банкомат	11%	-18%

ПОТРЕБЛЕНИЕ

РЕКЛАМА



4

БАНКИ: ЗНАНИЕ

5 наиболее известных Банков:



FORTE BANK, сохраняя уровень Знания (57%) переместился в ТОП3 на фоне некоторого снижения уровня Знания конкурентов.

JUSAN BANK вырос с 29,5% до 49,0%.

ПОТРЕБЛЕНИЕ

РЕКЛАМА

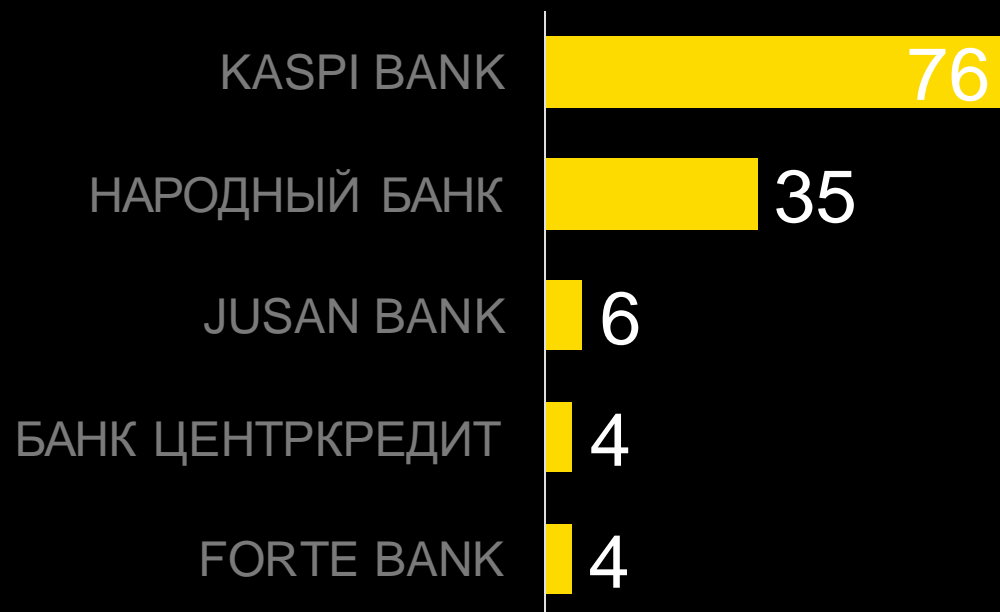


5

БАНКИ: ПОЛЬЗОВАНИЕ

Банки - лидеры по количеству пользователей с 2020 года без изменений.

5 наиболее популярных Банков:



KASPI BANK

сохраняет лидерство, увеличивая число пользователей.

НАРОДНЫЙ БАНК,

сохраняя позиции, немного теряет пользователей.

JUSAN BANK (6%) и БАНК

ЦЕНТРКРЕДИТ (4%) усилили позиции.

ПОТРЕБЛЕНИЕ

РЕКЛАМА



6

СИЛА БАНКОВ

Лидеры рынка – KASPI BANK и НАРОДНЫЙ БАНК – отличаются высоким уровнем силы привлечения и удержания потребителей.



МАРКА	% ИЗ ЗНАНИЯ В ПОЛЬЗОВАНИЕ	% ИЗ ПОЛЬЗОВАНИЯ В ЛОЯЛЬНОСТЬ
KASPI BANK	89%	76%
НАРОДНЫЙ БАНК	50%	70%
JUSAN BANK	12%	53%
ОТБАСЫ БАНК	9%	38%
БАНК ЦЕНТРКРЕДИТ	8%	49%
FORTE BANK	7%	43%
HOME CREDIT BANK	7%	43%
ЕВРАЗИЙСКИЙ БАНК	7%	49%
BEREKE BANK	6%	37%
FREEDOM BANK	6%	66%

ПОТРЕБЛЕНИЕ

РЕКЛАМА



7

РЕКЛАМНАЯ
АКТИВНОСТЬ

Рекламная активность по категории значимо выросла

За 5 лет, с 2020 года рекламный бюджет и
количество выходов по категории Банки

увеличился в ~ **2 раза**.

207 тысяч

выходов рекламы
Банковских услуг
было
зарегистрировано на
ТВ, Радио, в Прессе,
в Наружной рекламе
в 2024 году

ПОТРЕБЛЕНИЕ

РЕКЛАМА



8

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Количество рекламодателей в категории снизилось с 20 рекламодателей в 2020 году до 12 рекламодателей в 2024 году.

ТОП Рекламодатели в 2024 году:

KASPI BANK	ТВ + Радио + Пресса + Наружная реклама + Интернет
HOME CREDIT BANK	ТВ + Радио + Наружная реклама + Интернет
BANKRKBK	ТВ + Наружная реклама + Интернет
НАРОДНЫЙ БАНК	ТВ + Радио + Пресса + Наружная реклама + Интернет
БАНК ЦЕНТРКРЕДИТ	ТВ + Радио + Наружная реклама + Интернет

KASPI BANK - лидер по объемам размещения рекламы, как в 2020, так и в 2024 году

Все ТОП рекламодатели используют мультиканальную коммуникацию.

ПОТРЕБЛЕНИЕ

РЕКЛАМА

9

РЕКЛАМНЫЕ
КАНАЛЫ

Среди офф-лайн медиа, подавляющий объем выходов рекламы и рекламных бюджетов приходится на телевизионную рекламу.

Каналы коммуникации в 2024 году:

	ВЫХОДЫ	БЮДЖЕТ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ	72.6%	88.7%
РАДИО	24.0%	4.6%
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА [статика]	3.3%	6.3%
ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ	0.1%	0.4%

В digital среде в 2020 году присутствовали 15 рекламодателей на 14 казахстанских ресурсах. В 2024 активность проявили 12 рекламодателей главным образом на YouTube.

Лидеры по использованию банковскими услугами – Kaspi Bank и Народный Банк - используют все классические каналы коммуникации (ТВ, Радио, Печатные издания, Наружную рекламу, Интернет)

ПОТРЕБЛЕНИЕ

РЕКЛАМА



О КОМПАНИИ

ТОО «K Research Central Asia» [в прошлом TNS Central Asia] – более 25 лет является одной из лидирующих исследовательских компаний казахстанского рынка.

Основанная в 1997 году, компания прошла путь от небольшого агентства по исследованиям аудитории СМИ до крупной компании, являющейся официальным партнером международной сети [KANTAR](#) в регионе.

В настоящее время «K Research CA» измеряет аудиторию всех медиа в Казахстане — ТВ, интернета, радио и прессы, а также осуществляет полный цикл работ в области заказных маркетинговых исследований, в том числе и с применением международных решений [KANTAR](#).

Компания является членом ESOMAR и придерживается в своей работе международных и отраслевых стандартов проведения исследований.

Наши клиенты – национальные и международные компании, бренды-лидеры в своих отраслях, рекламные агентства и группы, медиахолдинги, телеканалы и радиостанции.

«K Research CA» проводит исследования на территории Казахстана, Центральной Азии и Кавказа. Наша команда составляет около 100 человек, включая тех кто работает в офисе в Алматы и занимается поддержкой наших проектов во всех региональных центрах Казахстана.

