

МАЛЕНЬКАЯ КАРТА БОЛЬШИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Детские карты набирают стремительную популярность, и это неудивительно, ведь дети уже гораздо лучше взрослых используют цифровые технологии и стремятся быть прогрессивными. В этом смысле пластик гораздо привлекательнее старомодных карманных денег. Для родителей карта тоже более интересный вариант, ведь можно контролировать расходы любимого чада, а также иметь возможность профинансировать его в любой момент времени с помощью перевода в мобильном банке.



Наличные деньги

Кэшбэк, копилка и поощрения

сегодня уже выглядят анахронизмом, ведь практически любая даже маленькая торговая точка имеет терминал для безналичной оплаты. Поэтому заинтересованность банков в детской аудитории очевидна. И конечно, дебетовая карта — это лучший вариант для маленьких пользователей для знакомства со сложным и разнообразным миром финансов. «По нашим оценкам, сегодня число подростков — пользователей банковских карт приблизилось к 50%. Современные подростки более самостоятельны, чем еще несколько лет назад, у них есть потребность в платежном инструменте. Молодежь активно делает онлайн-покупки, тратит деньги на еду и развлечения, потребность в таких платежных инструментах будет расти», — отмечает генеральный директор агентства НАФИ Гузелия Имаева.

Порой по своему функционалу детские карты практически не уступают взрослым. Например, карта Тинькофф Джуниор позволяет не только расплачиваться за покупки, пополнять счет телефона или снять наличные, но и получать выгодный кэшбэк за покупки, а также накопить на что-то с помощью накопительного счета. «Мы рассматриваем Тинькофф Джуниор в качестве инвестиций в будущее и рассчитываем, что юные клиенты Тинькофф, достигнув совершеннолетия, станут пользователями других продуктов и сервисов нашей экосистемы. Поэтому уже сейчас мы предлагаем клиентам Тинькофф Джуниор продукт, практически не уступающий взрослому», — говорит руководитель продукта Тинькофф Джуниор Анна Пискунова.

ТЕКСТ Мария Сеницына
ФОТО Игорь Иванко



ИГОРЬ ИВАНКО

Сегодня детская карта — это не только альтернатива наличным деньгам, но и хорошая возможность для детей самостоятельно познакомиться с миром финансов. Особенно удобно это делать, если для детской карты есть мобильное приложение. В приложении Тинькофф Джуниор можно не только провести все традиционные банковские операции, но и выполнить задания с денежным вознаграждением от родителей, узнать больше о нюансах финансовой сферы с помощью сториз внутри приложения. Основная аудитория Тинькофф Джуниор — дети в возрасте 10–14 лет. Больше половины (54%) — мальчики. Как отмечают в Тинькофф, чаще всего юные клиенты тратят деньги с карты в супермаркетах. Также большой популярностью пользуются покупки фастфуда и одежды.

Банковский мир в Кидзании

В конце октября Тинькофф стал партнером детского парка профессий Кидзания, расположенного в Москве. В рамках партнерства были открыты две тематические зоны — «Банк Тинькофф» и «Хранилище банка Тинькофф», также банк запустил в Кидзании первые безналичные деньги. Теперь дети смогут выбрать — расплачиваться ли на территории парка по старинке наличными кидзо или проводить только безналичные операции по внутренней карте Тинькофф-Кидзания. Пользуясь картой Тинькофф в Кидзании, юные посетители научатся получать от этого выгоду и копить на следующие посещения — с каждой покупки на карту будет начис-

ИГОРЬ ИВАНКО