

Эра прагматизма

Презентация результатов исследования «Банковские карты и reward-программы в России 2021»

Об исследовании

33 банка

894 кредитные и дебетовые карты

97,2% рынка кредитных карт

93,4% рынка дебетовых карт

Бенчмарк-исследование

Анализ продуктовой линейки



Клиентский опыт

Тестирование функционала онлайн-банка

На каждую семью в РФ приходится 4 активных карты, в их числе 1 кредитная карта

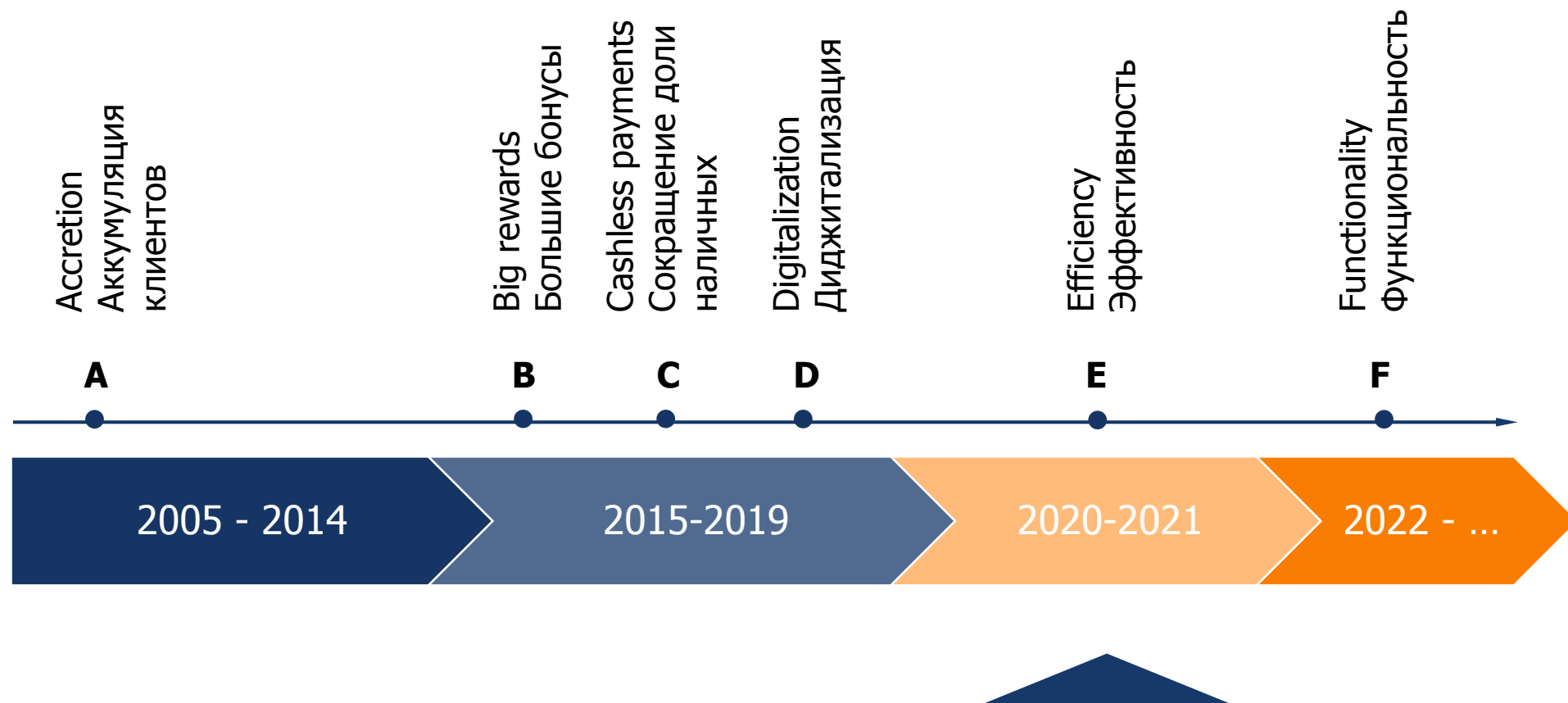
Количество активных дебетовых и кредитных карт,
млн шт.



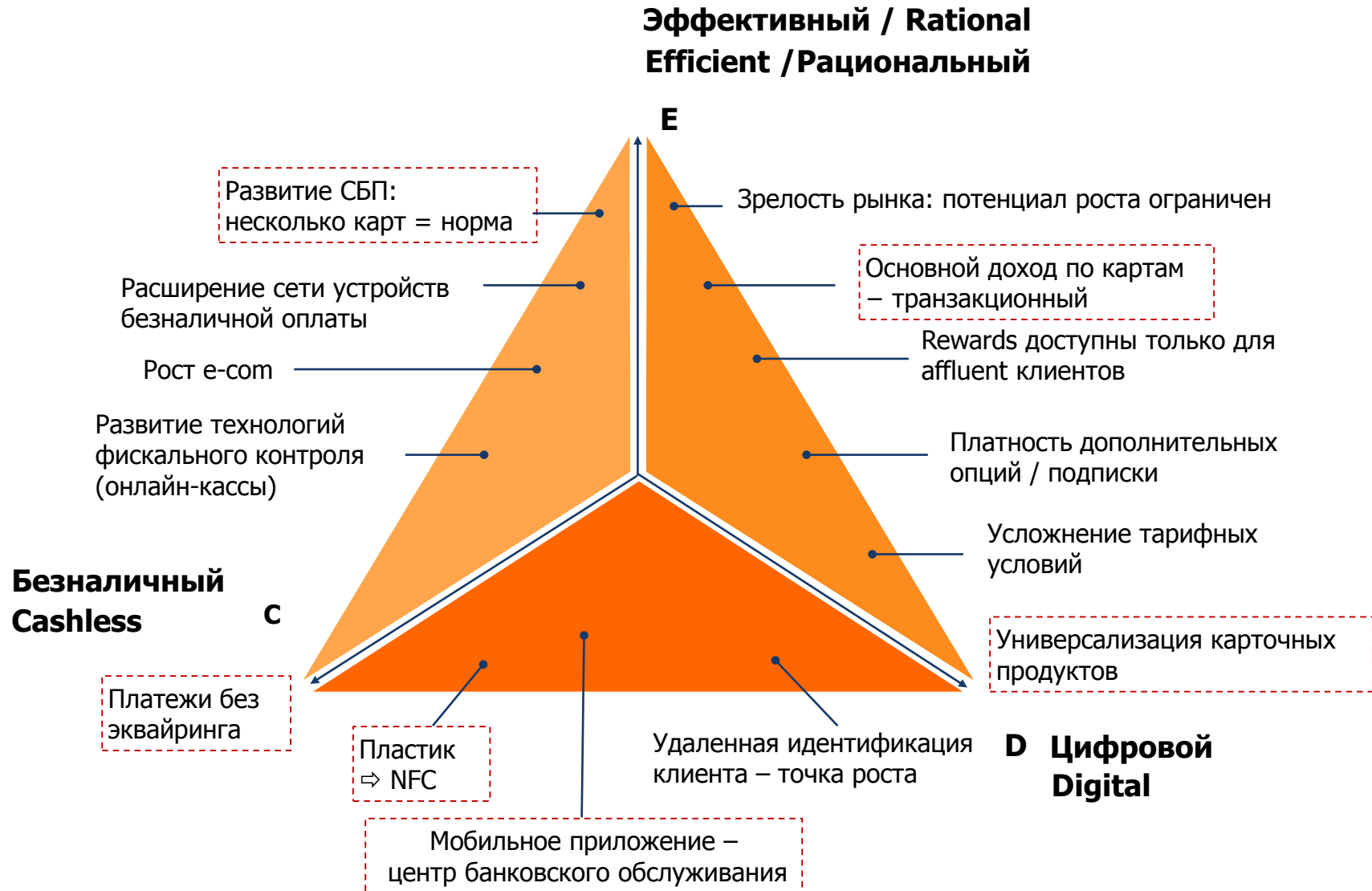
- Количество банковских карт в кошельке* **2,6**
- Количество **активных** карт в кошельке* **1,7**
- Количество **активных дебетовых** карт в кошельке* **1,5**
- Количество **активных кредитных** карт на 1 занятого в экономике **0,6**
- Доля активных карт **70%**

* - на 1 гражданина РФ старше 15 лет

Ценовые войны закончились, банки вступили в эпоху прагматизма



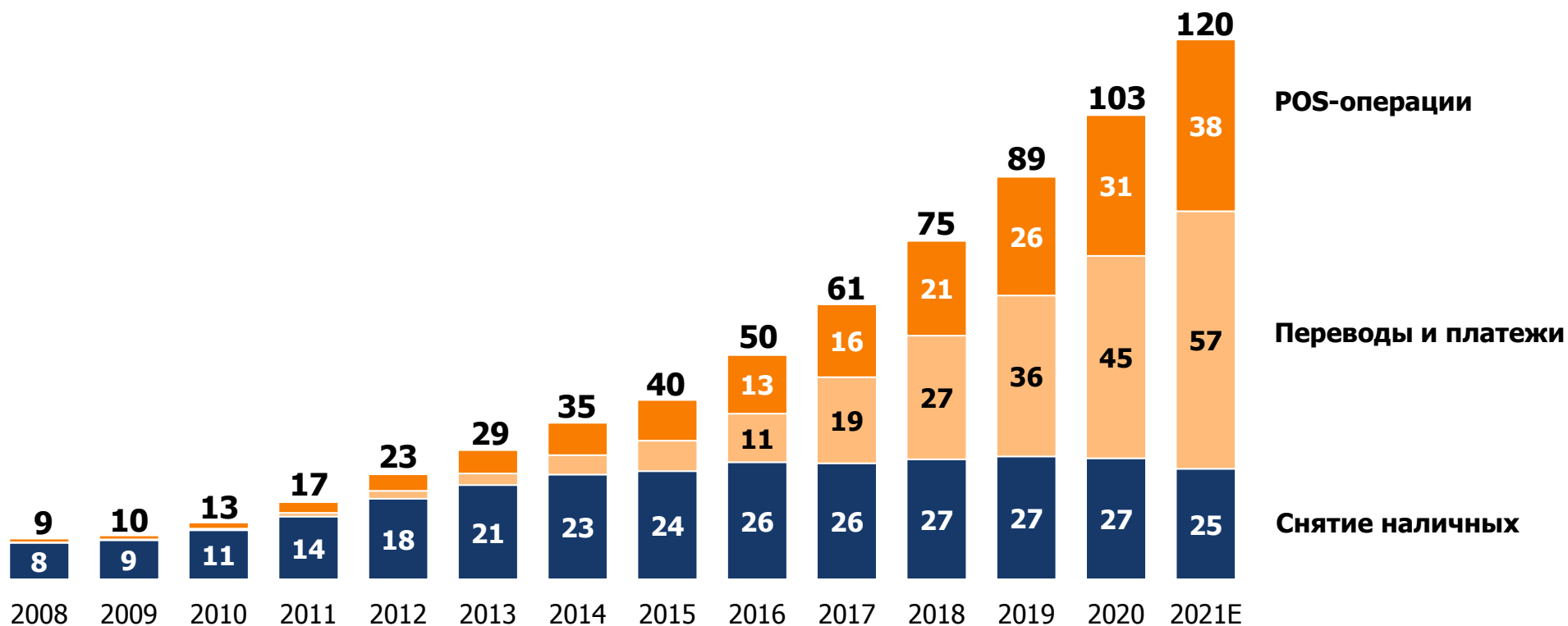
Рынок карт: безналичный, рациональный, цифровой



Развитие платежных технологий приводит к отказу от наличных

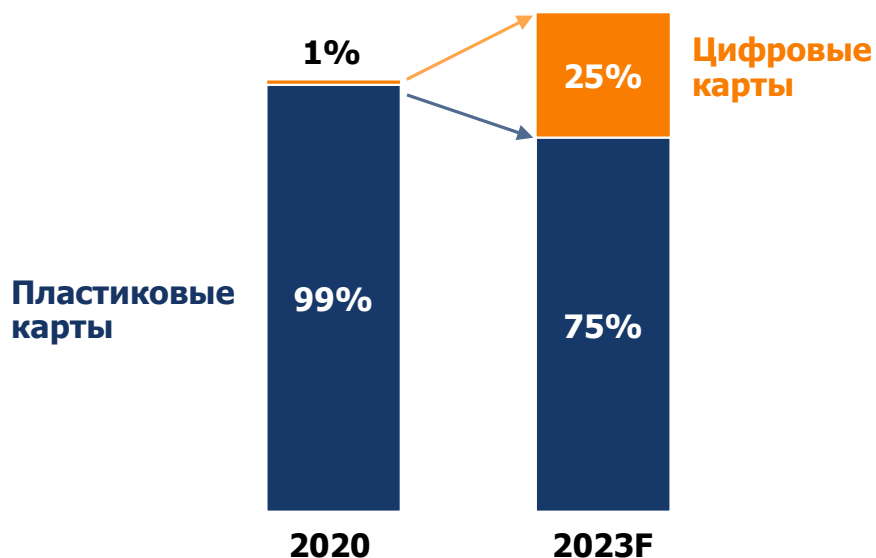
- При двукратном росте оборота по картам за последние 5 лет, объем операций с наличными не изменился
- Пандемия лишь ускорила тренды перехода на полностью безналичное обслуживание по картам

Оборот по картам в РФ, трлн руб.



«Пластик» теряет актуальность, цифровые карты займут 25% рынка к 2023 г.

Структура рынка банковских карт,
по количеству активных карт



Пластик уже полуумирающий. Даже сейчас мы видим, что доля покупок телефоном более 70%. Это естественный процесс. Карты в пластике нужны для банкоматов, заграницы, локальных ситуаций (например, предъявление именно карты для получения скидки в ресторане).

... пока не все банкоматы оборудованы NFC – пластик будет жить. Как только рынок выйдет на уровень 85% покрытия – в этот момент с пластиком можно будет прощаться.

Удаленная идентификация клиента – точка роста системы и конкурентное преимущество лидеров

- Единая биометрическая система (ЕБС) пока не стала инструментом онлайн-идентификации
- 50% банков проводят **удаленную оффлайн-идентификацию*** новых клиентов
 - Собственными курьерами
 - Аутсорсинговыми сервисами финдоставки

Количество зарегистрированных учетных записей,
млн шт., 2021



* не в офисе банка, в удобной для клиента локации

Источник: ЦБ РФ, ЕСИА, Frank RG, 2021

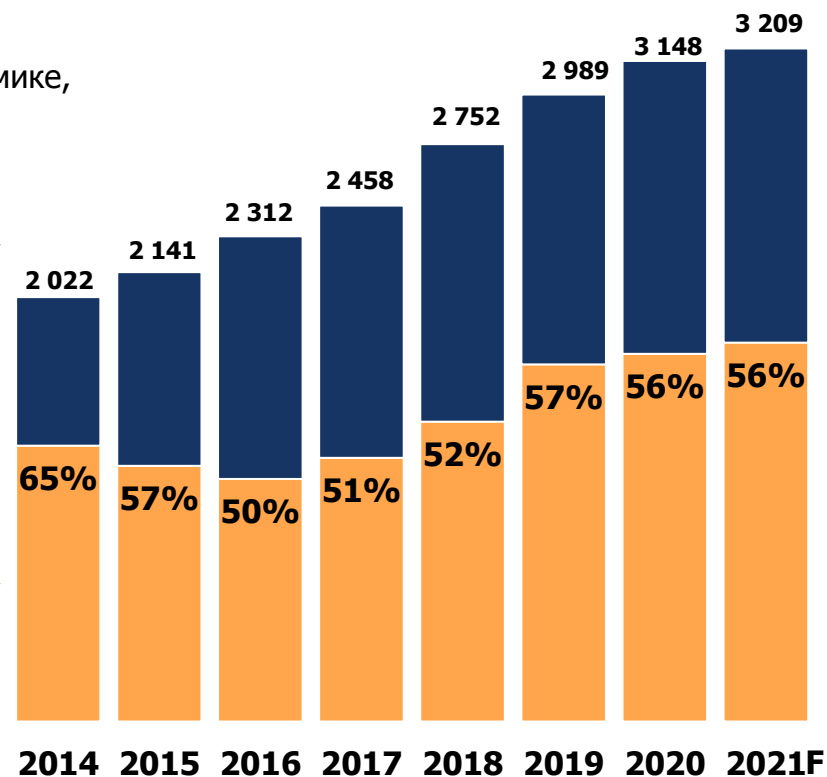
Кредитные карты

Потенциал роста рынка кредитных карт ограничен

... и в количестве карт



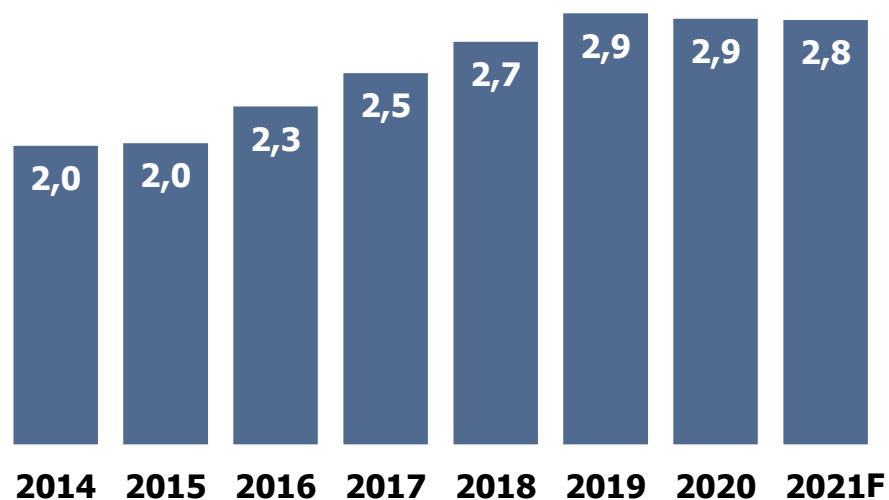
... и в объеме портфеля



Источник: Росстат, Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских продуктов

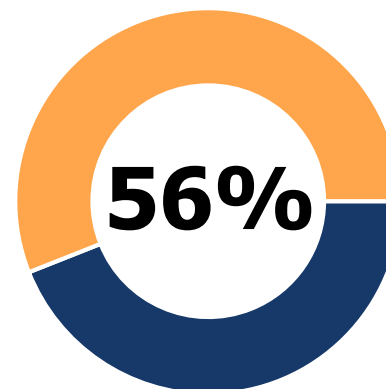
Основной доход по кредитным картам – транзакционный

Оборачиваемость портфеля кредитных карт: выдачи за год к объему портфеля на конец года, руб.

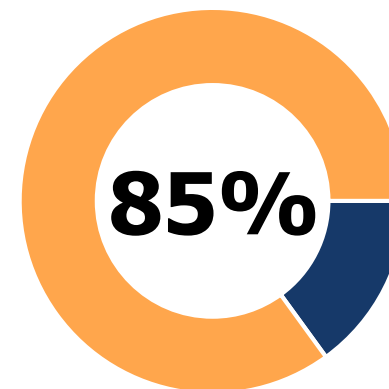


Доля грейсеров в клиентской базе держателей кредитных карт, %

Mass



Affluent



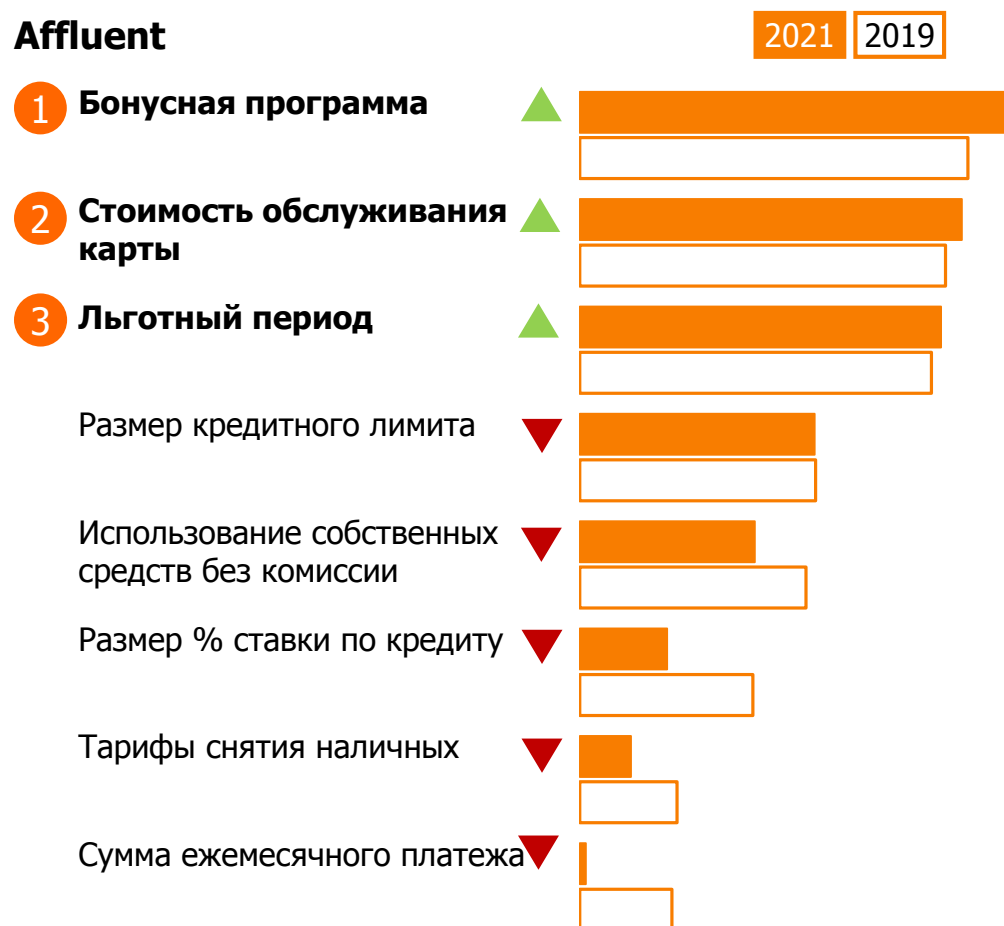
Льготный период – самый важный фактор выбора кредитной карты

Критерии выбора кредитной карты

Mass



Affluent



В массовом сегменте война кешбэков сменилась гонкой грейсов

2018

КЭШБЭК ДО 5% НА ВСЁ

ПО КАРТЕ #ВСЁСРАЗУ




Дебетовая карта
3,9% НА ВСЁ

Кредитная карта
5% НА ВСЁ

Кредитные карты Cash Back

10% на АЗС, 5% в кафе и ресторанах

Дебетовая Кредитная



- Возвращаем 10% на карту при оплате на любых АЗС
- Возвращаем 5% при оплате в любых кафе и ресторанах
- Возвращаем 1% от остальных покупок
- Кредитный лимит до 300 000 Р
- 60 дней без % по кредиту на покупки и снятие наличных
- Беспроцентный период начинается при первой покупке, снятии наличных или иной операции по карте
- Apple Pay и Samsung Pay
- Cash Back до 36 000 Р в год

Заказать карту



**КЭШБЭК
ТИНЬКОФФ**

1% 30% 5%



2020



**КАРТА, КОТОРАЯ
УМЕЕТ ЖДАТЬ**

110 ДНЕЙ БЕЗ ПРОЦЕНТОВ

**100 дней свободы
от процентов!**





**Тинькофф
Банк**

ПО КРЕДИТНОЙ КАРТЕ

Рассрочка
0%

**6
месяцев**

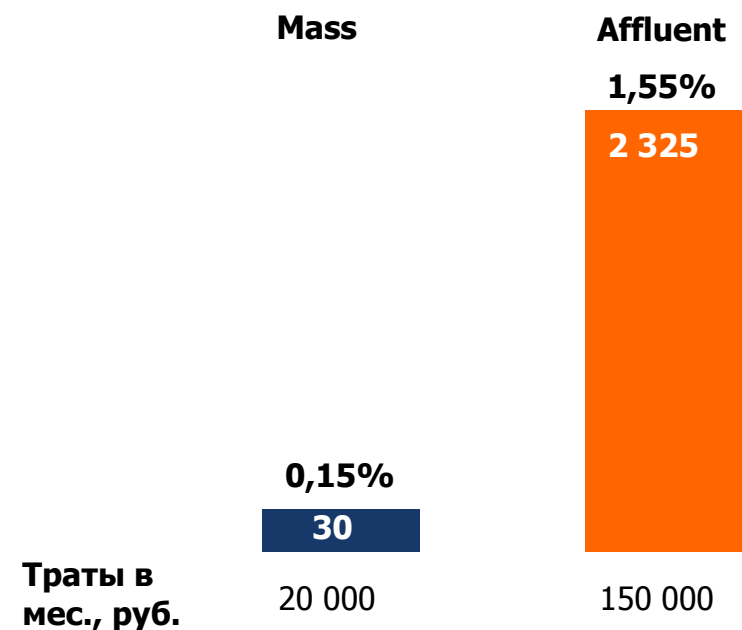
Активируйте рассрочку
в разделе БОНУСЫ
личного кабинета Тинькофф



Reward-программы по кредитным картам смещаются в affluent сегмент

- Reward-программы перестали быть обязательным элементом предложения по кредитным картам
- Платность обслуживания снижает привлекательность кредитных карт как транзакционного продукта для массового сегмента
- Доходность reward-программ кредитных карт перестала быть важным фактором выбора карты для массового сегмента

Транзакционная доходность кредитных карт* для клиентов, 2021 г., в среднем по рынку, руб. в мес. и % от суммы трат по карте



Кредитные карты: предложение reward-программ 2021, кол-во карт

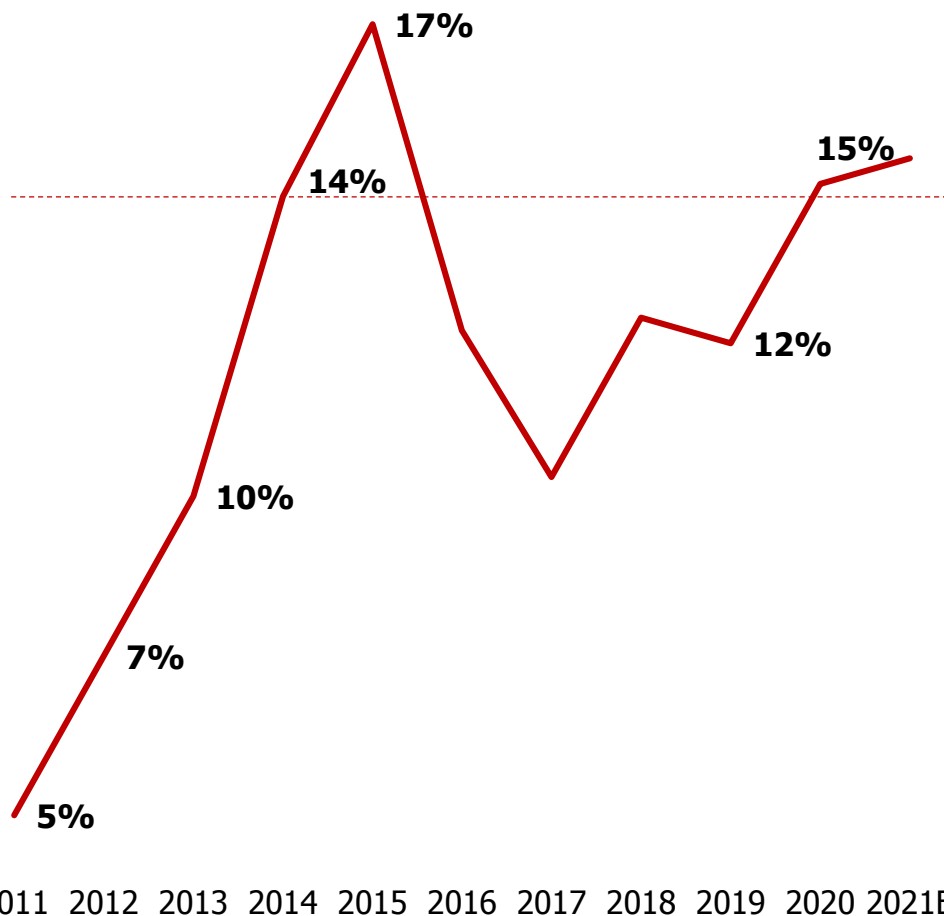


Источник: Frank RG, Мониторинг банковских reward-программ, 2021 г.

* С учетом вознаграждений по reward-программам и расходов на выпуск и обслуживание карты, без учета % за пользование кредитом, только для кредитных карт с reward-программами

Качество кредитного портфеля снижается, риски возрастают

Уровень просроченной задолженности по кредитным картам ТОП25 банков, % от портфеля



- NPL90+ достиг уровня «кризисного» 2014 г.
- Риски кредитных портфелей растут с учетом
 - роста долговой нагрузки населения (ипотека, кредиты наличными);
 - ограниченного потенциала роста рынка кредитных карт.

Дебетовые карты и daily banking

Приоритеты выбора дебетовой карты: бесплатность и мобильный банк

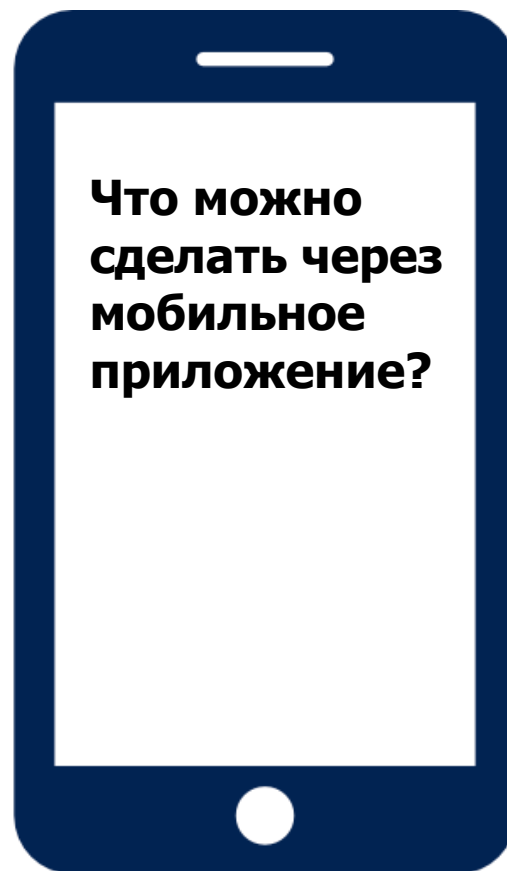
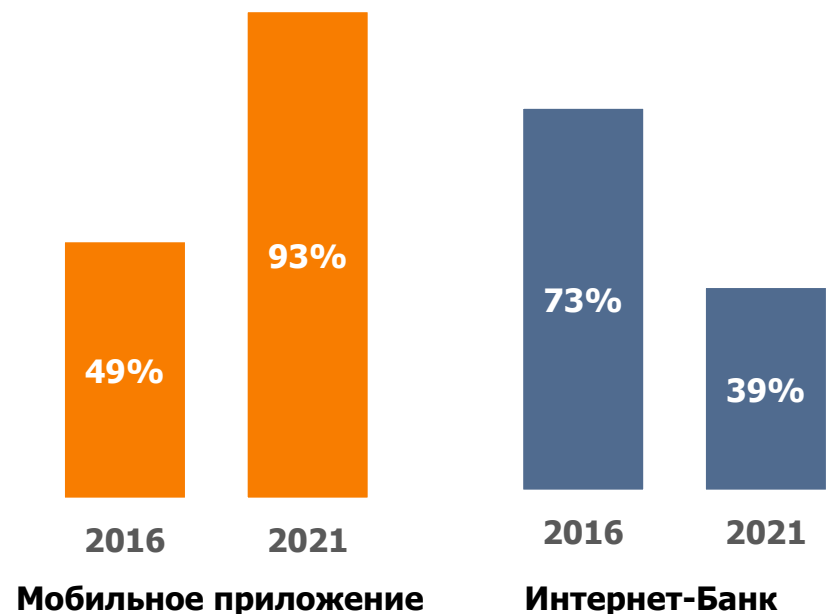
Приоритетность критериев выбора дебетовой карты с reward-программой

Оценка важности по шкале от 1 до 10



Мобильное приложение – центр банковского обслуживания

Проникновение в ДБО активных клиентов, %



Оформить/ заказать дебетовую карту/ вклад

100% банков*

Оплатить/ перевести внутри и вне банка

99% банков

Оформить/ заказать кредитную карту

92% банков

Получить выписку по счету/ справку

61% банков

Получить консультацию через чат

70% банков

Источник: Frank RG

* По количеству банков/ видов операций, реализованных в мобильных приложениях исследуемых банков

Reward-программы: must-have продуктового предложения

50% всех активных карт подключены к reward-программам

100+ млн карт с reward-программами

₽114 млрд выплачено в 2020 г. по reward-программам

Reward-программы: клиенты требуют, но не платят лояльностью

- **Must-have** продуктового предложения
- **#4** в списке приоритетов при выборе карты
- Не дают существенного прироста POS-оборота по карте
- Риски роста доли «практичных» пользователей reward-программ с упрощением перевода средств из банка в банк через СБП

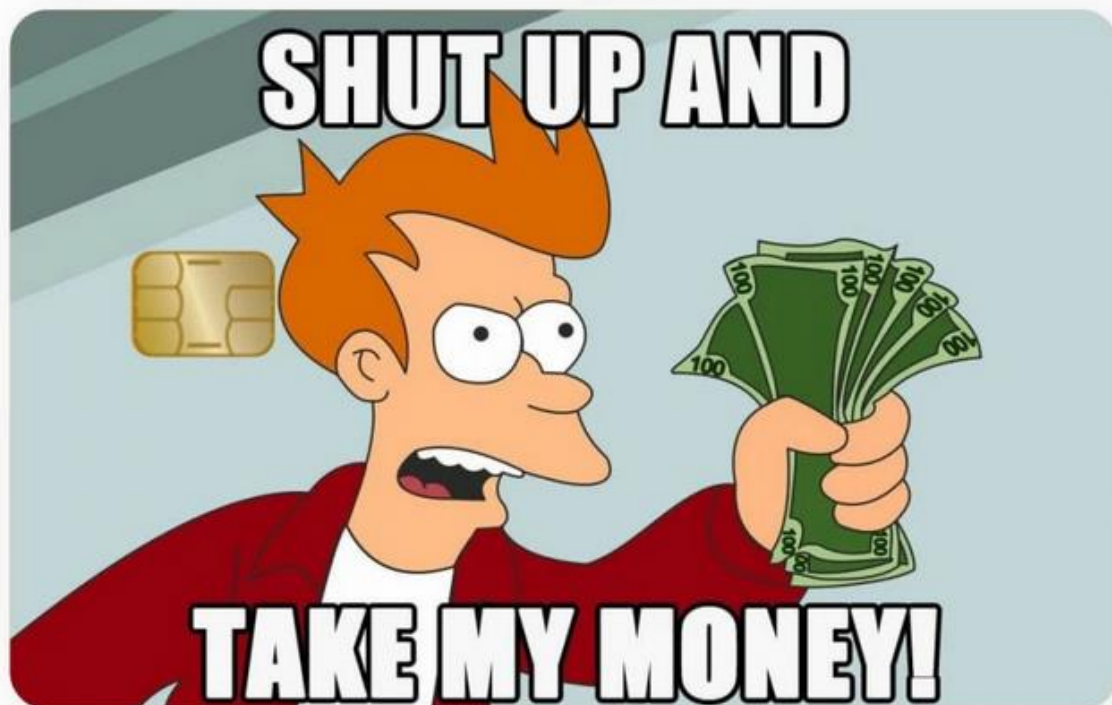


От reward-программ к клиентской лояльности

Стабильность клиентской базы становится ключевой задачей reward-программ наряду с привлечением новых клиентов



Можно продавать свой продукт дороже, когда есть классный сервис



Цифровая магия: когда у тебя очень хороший клиентский опыт, ты можешь немного ухудшить продукт.

Из интервью с экспертами банков



Анна Стогниенко

Проектный лидер Frank RG

stognienko@frankrg.com



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, 5 этаж, офис 17, помещение 2

+7 (495) 280-70-51
info@frankrg.com

www.frankrg.com