

**FRANK** RG

# Банковские дебетовые карты в России 2023

—  
Демо-версия

Сентябрь 2023

## Содержание

### Исследование рынка дебетовых карт

Приветствие проектной команды

1. Цели и методика исследования [1]
2. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка дебетовых банковских карт в 2023 гг. [2]
3. Digital banking [3]
  - 3.1. Исследование функционала ДБО [3.1]
  - 3.2. Опрос активных пользователей цифровых каналов обслуживания [3.2]
4. Исследование клиентского пути открытия новой дебетовой карты [4.]
5. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских reward-программ [5]
  - 5.1. Анализ продуктового предложения дебетовых карт с reward-программами в 2023г. [5.1]
  - 5.2. Международный опыт развития банковских reward-программ в 2023 г. [5.2]
6. Оценка рынка дебетовых карт [6]
7. Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки дебетовых карт [7]
  - 7.1. Структура линейки [7.1]
  - 7.2. Детские и молодежные карты [7.2]
  - 7.3. Пенсионные карты [7.3]
8. Анализ эффективности управления портфелями дебетовых карт на основе benchmark [8]
9. Анализ предпочтений активных клиентов – держателей дебетовых карт (Voice of the Customer) [9]
10. Актуальные вопросы управления портфелями дебетовых карт (по итогам экспертных интервью) [10]
11. Рейтинг дебетовых карт [11]

Приложения.

- I. Сравнительная выгода по дебетовым картам с reward-программами [I]
- II. Методика расчета чистой выгоды по карте [II]
- III. Профили трат клиентов [III]

## Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

Данный отчет – второе инициативное исследование рынка дебетовых карт в России. Это одно из наших исследований формата 360 градусов, объединяющее анализ условий продукта, клиентский опыт, бизнес-показатели и оценку цифровых каналов обслуживания.

По мнению Frank RG, российский рынок банковских дебетовых карт – один из самых интересных в мире. Российские банки не только имплементируют самые передовые технологии и успешно применяют лучшие практики и идеи зарубежных коллег, но создают собственные инновационные продукты.

Рынок дебетовых карт вступил в эпоху рационализма: перед банками стоит непростая задача привлечения и активизации клиентской базы, мотивации клиентов к «правильному поведению» с одновременной оптимизацией продуктового предложения с точки зрения клиентского опыта и сохранения модели продукта на уровне безубыточности.

Банковские карты стали не просто инструментом расчетов, но ключом доступа банка к клиенту через дистанционные каналы обслуживания, стартовым пунктом коммуникаций и кросс-продаж. Таким образом, дистанционные каналы становятся основным драйвером привлечения новых клиентов в банк. Сервисные составляющие daily banking (доставка карт, удобство и функциональное наполнение диджитал-каналов обслуживания) являются неотъемлемой частью ценностного предложения для клиентов, зачастую важнее, чем условия программ вознаграждений. По результатам исследования и анализа функциональности мобильных приложений банков, составлен рейтинг мобильных приложений.

Онлайн-опрос клиентов позволяет оценить стандартные метрики карт (индекс удовлетворенности картой/банком и критерии выбора карт) в динамике с 2021 г., а также выявить интересные поведенческие паттерны, измерить кросс-продуктовое проникновение, а также уровень лояльности клиентов.

Мы надеемся, что бенчмарк-исследование рынка дебетовых карт станет регулярным продуктом Frank RG.

Мы бесконечно благодарны банкам-участникам за их неоценимую помощь и поддержку наших инициатив. Мы счастливы быть частью этого увлекательного мира и надеемся помогать вам принимать решения в будущем.

С уважением,

### Команда Cards Frank RG



**Анна Стогниенко**  
Старший проектный лидер  
[stognienko@frankrg.com](mailto:stognienko@frankrg.com)



**Анастасия Шишкина**  
Старший аналитик  
[shishkina@frankrg.com](mailto:shishkina@frankrg.com)



**Дарья Богдашкина**  
Ведущий аналитик  
[bogdashkina@frankrg.com](mailto:bogdashkina@frankrg.com)



**Яна Хромова**  
Аналитик  
[khromova@frankrg.com](mailto:khromova@frankrg.com)



**Мадина Богиева**  
Младший аналитик  
[bogieva@frankrg.com](mailto:bogieva@frankrg.com)



**Наталья Сажина**  
Младший аналитик  
[sazhinova@frankrg.com](mailto:sazhinova@frankrg.com)



**Дарья Петракова**  
Младший аналитик  
[petrakova@frankrg.com](mailto:petrakova@frankrg.com)



**Наталья Беляева**  
Ассистент аналитика  
[belyaeva@frankrg.com](mailto:belyaeva@frankrg.com)

# **1 Цели и методика исследования**

## Об исследовании

Исследование банковских дебетовых карт, включая карты с reward-программами, представляет собой инициативное исследование формата 360°, объединяющее результаты кабинетного исследования (анализ тарифов и сервисов), клиентский опыт и бизнес-показатели банков (бенчмарк-исследование).

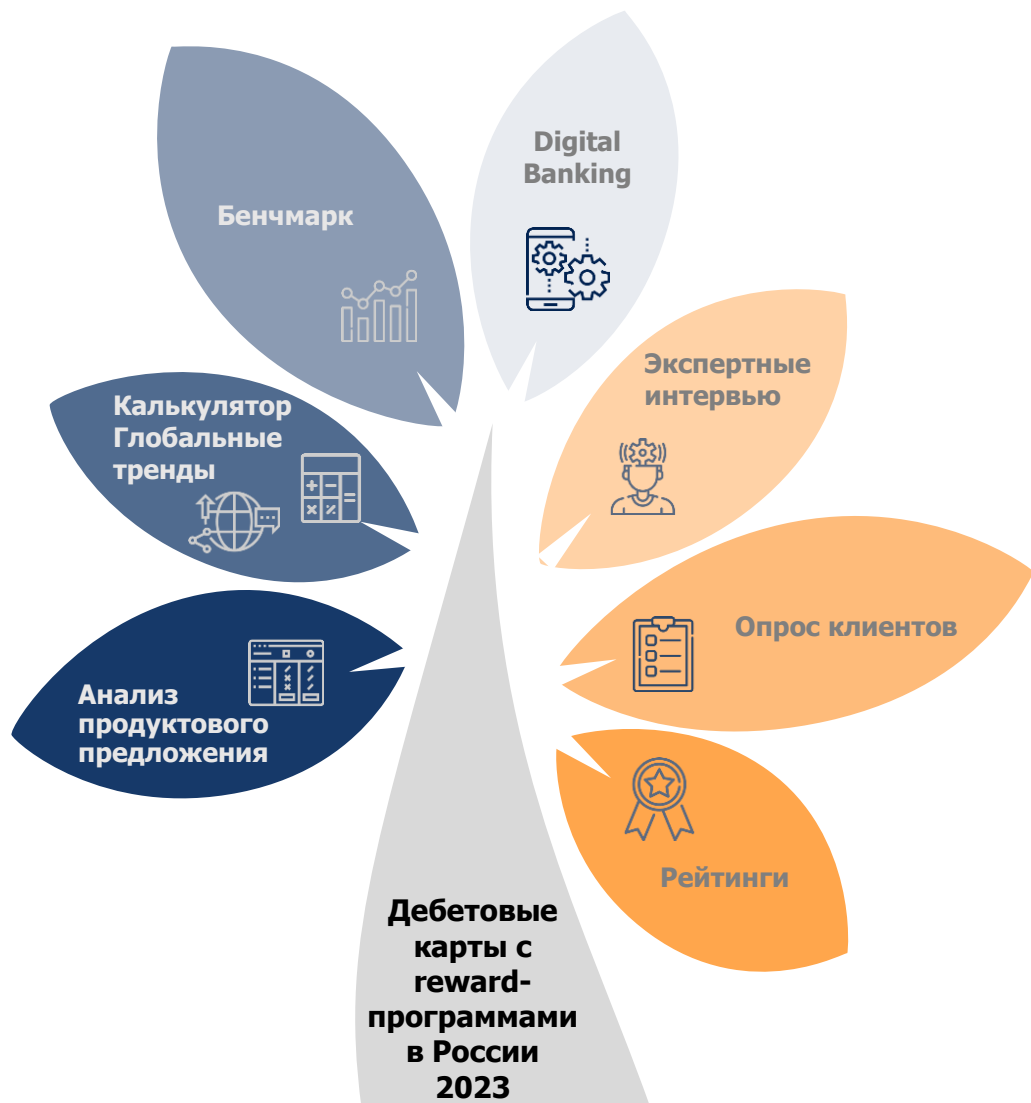
**25** банков

**380** карт

**92,5%** рынка дебетовых карт



## Основные разделы исследования



### Анализ продуктового предложения

Обобщение условий обслуживания и reward-программ дебетовых карт крупнейших банков и участников исследования, составление каталога и классификация программ

### Анализ reward-программ. Калькулятор. Глобальные тренды

Анализ изменений и трендов развития reward-программ. Международный опыт развития банковских reward-программ. Модель сравнения чистой выгоды клиента для различных клиентских сегментов.

### Бенчмарк

Анализ бизнес-показателей портфелей дебетовых карт в динамике

### Digital Banking

Кабинетное исследование: исследование функционала мобильных приложений и интернет-банков. Рейтинг мобильных приложений. Удаленная идентификация. Виртуальные карты.

### Экспертные интервью

Мнения руководителей подразделений, ответственных за управление портфелями дебетовых карт

### Опрос клиентов (Voice of the Customer)

Онлайн-анкетирование 4 000+ активных держателей дебетовых карт банков-участников по единой методике

### Рейтинги

- Расчет рейтингов и награждение лучших карт на ежегодной церемонии Frank Debit Cards Award
- Рэнкинги карт по чистой выгоде для клиента по типам программ и клиентским сегментам.

## Цели и методика исследования (1/2)

### Цели и задачи исследования:

- Определить расстановку сил и приоритетов среди банков на рынке и сформулировать основные тенденции развития рынка дебетовых карт и reward-программ;
- Описать основные изменения на рынке (2022 г. – 2023 гг.);
- Сравнить уровень клиентской выгоды и условия по карточным программам вознаграждений;
- Сравнить количественные и бизнес-результаты портфелей дебетовых карт банков-участников;
- Установить benchmark для оценки эффективности управления портфелями дебетовых карт и динамики развития рынка в будущем;
- Выяснить предпочтения и опыт клиентов банков в дебетовых картах и программах вознаграждений.

**Сроки проведения исследования:** май 2023 – октябрь 2023 г.

**Объекты исследования:** дебетовые карты с reward-программами ТОП-20 банков\*, а также банков-участников исследования. Было проанализировано 280 дебетовых карт, выпускаемых 25 участниками рынка, доля которых составляет 92,5% рынка дебетовых карт.

**Параметры исследования.** Анализ данных проведен на основе первичных данных, собранных по итогам:

- Кабинетного исследования (сборник тарифов с количественными и качественными параметрами дебетовых карт, включая карты с reward-программами – более 200 ключевых параметров);
- 18 экспертных интервью с представителями банков, отвечающих за управление портфелями дебетовых карт;
- Benchmarking-анкетирования 9 банков, проводимого по клубной системе обмена данными между банками-участниками face-to-face (банки, раскрывшие собственные показатели получают доступ к данным всех остальных участников);
- Исследования функционала онлайн-банков (мобильных приложений и интернет-банков) 26 банков;
- Исследования клиентского пути оформления дебетовой карты 22 банков;
- Voice of the Customer – онлайн-опроса более 4 тыс. держателей активных дебетовых карт и 1 000 активных пользователей цифровых каналов обслуживания.

### Уникальность исследования:

- Первое и единственное на рынке исследование дебетовых карт, основанное на анализе как качественных, так и количественных данных, в частности, данных, характеризующих экономическую эффективность портфелей и reward-программ;
- Единственное на рынке исследование, участники которого получают доступ к данным управленческого учета и детализированным бизнес-показателям других банков, не доступным в официальной отчетности и публичных источниках (при условии раскрытия собственных данных);
- Взгляд банковского специалиста и аналитика дополнен анализом клиентских предпочтений в рамках исследования Voice of the Customer.

\* по остаткам на текущих и накопительных счетах на 01 января 2023 г.

## Цели и методика исследования (2/2)

**Ограничения методики:** методика расчета выгоды reward-программ, используемая в исследовании, была разработана с целью проведения сравнительного анализа, сведения к «единому знаменателю» и обобщения информации о широком спектре программ вознаграждений.

В связи с этим методика имеет следующие ограничения:

- Подразумевается, что клиент осуществляет все свои ежедневные безналичные траты по одной карте (является картой первого выбора).
- Подразумевается, что клиент ведет себя рационально, стремясь извлекать максимальную прибыль (выбирая соответствующую структуре трат карту, максимальные пороги при обмене накопленных бонусов, покупки у наиболее выгодных партнеров и т.п.).
- Расчетная модель подразумевает однородность трат, т.е. клиенты ежемесячно совершают покупки с помощью карты на одинаковые фиксированные суммы, в связи с чем не учитывается возможное увеличение затрат клиента во время проведения маркетинговых мероприятий или в пользу определенных партнеров.
- По кредитным картам размер трат зависит только от профиля клиента и не учитывает ограничения кредитного лимита.
- Не учитываются факторы, влияющие на скорость реализации вознаграждения, накопленного клиентами с помощью программы вознаграждений: например, уменьшение авиакомпанией числа миль, необходимых для получения премиального билета, во время распродажи.
- В расчет выгоды клиента от хранения остатков на карте включаются проценты, начисляемые на остатки средств на всех привязанных к карте счетах (спецкарточные, накопительные и сберегательные).
- По специализированным картам (карты путешественника и автокарты) в размер вознаграждения клиента также включается и дополнительная материальная выгода (например, полисы страхования путешественников и автопакеты). В расчет дополнительной выгоды включается рыночная оценка только тех услуг, факт и объем пользования которыми можно спрогнозировать с достаточной долей вероятности. Размер полученной дополнительной выгоды рассчитывается как сумма экономии на приобретении аналогичной услуги (стоимости приобретения аналогичной услуги на максимально выгодных на рынке условиях) и суммируется в финальных расчетах с суммой выгоды программы.
- При расчете выгоды учитываются регулярные и декларируемые в условиях программ начисления от партнеров по соответствующим категориям трат в соответствии с профилем клиента.
- Ценность полученного вознаграждения оценивается численно («клиент, потратив по карте 100 тыс. руб., получит вознаграждение, эквивалентное 1 000 руб.»); не учитывается ценность вознаграждения с точки зрения клиента.
- Расчет полученного вознаграждения производится на двухгодичном горизонте, позволяющем более точно и объективно сравнить расходы по обслуживанию карт и размер максимально возможного вознаграждения.



## Участники исследования

- В бенчмарк-исследовании и клиентском опросе приняли участие 13 банков.
- Анализ продуктового предложения проводился на основании каталога банковских карт и reward-программ и «Калькулятора выгоды», включающего все банковские карты с reward-программами крупнейших банков, а также наиболее интересные reward-программы крупных банков и крупных компаний небанковского сектора (телеком-компании, ИТ, e-commerce), предлагающих клиентам собственные программы лояльности на основе банковских карт.

Каталог включает дебетовые карты и reward-программы следующих банков:

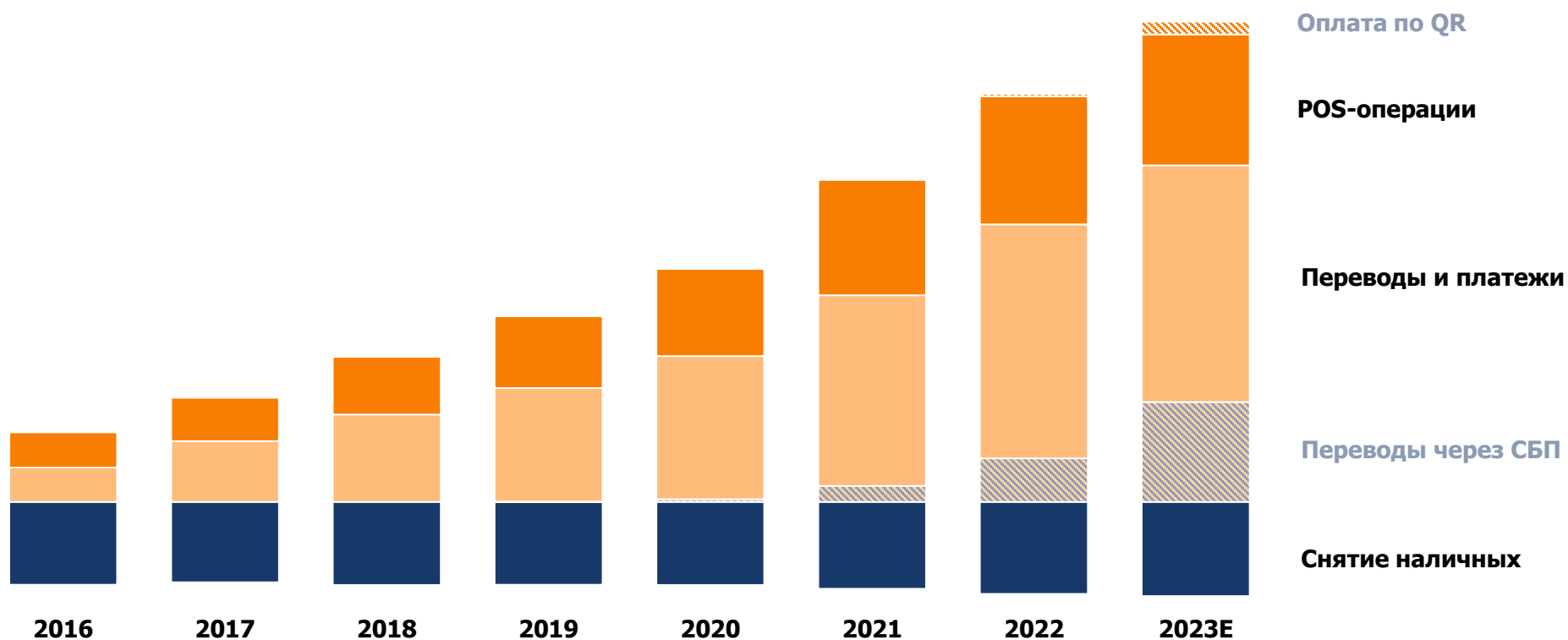
- 1. Сбербанк (опрос)**
- 2. ВТБ (бенчмарк+опрос)**
- 3. Альфа-Банк (бенчмарк+опрос)**
4. Райффайзенбанк
5. Газпромбанк
- 6. Тинькофф Банк (опрос)**
- 7. ФК Открытие (бенчмарк+опрос)**
8. Почта Банк
- 9. Россельхозбанк (опрос)**
- 10. Росбанк (бенчмарк+опрос)**
11. ЮниКредит Банк
- 12. ПСБ (бенчмарк+опрос)**
- 13. МКБ (бенчмарк+опрос)**
14. Банк Санкт-Петербург
- 15. Банк УРАЛСИБ (опрос)**
16. Совкомбанк
17. Банк Хоум Кредит
18. Банк АК Барс
- 19. УБРиР (бенчмарк+опрос)**
20. ОТП Банк
- 21. МТС Банк (бенчмарк+опрос)**
22. Банк Русский Стандарт
23. Банк Зенит
24. АТБ
- 25. Ренессанс Банк (бенчмарк+опрос)**

## **2 Основные тенденции и выводы о состоянии рынка дебетовых банковских карт в 2023 гг.**

## Роль карточных продуктов в развитии платежного рынка РФ

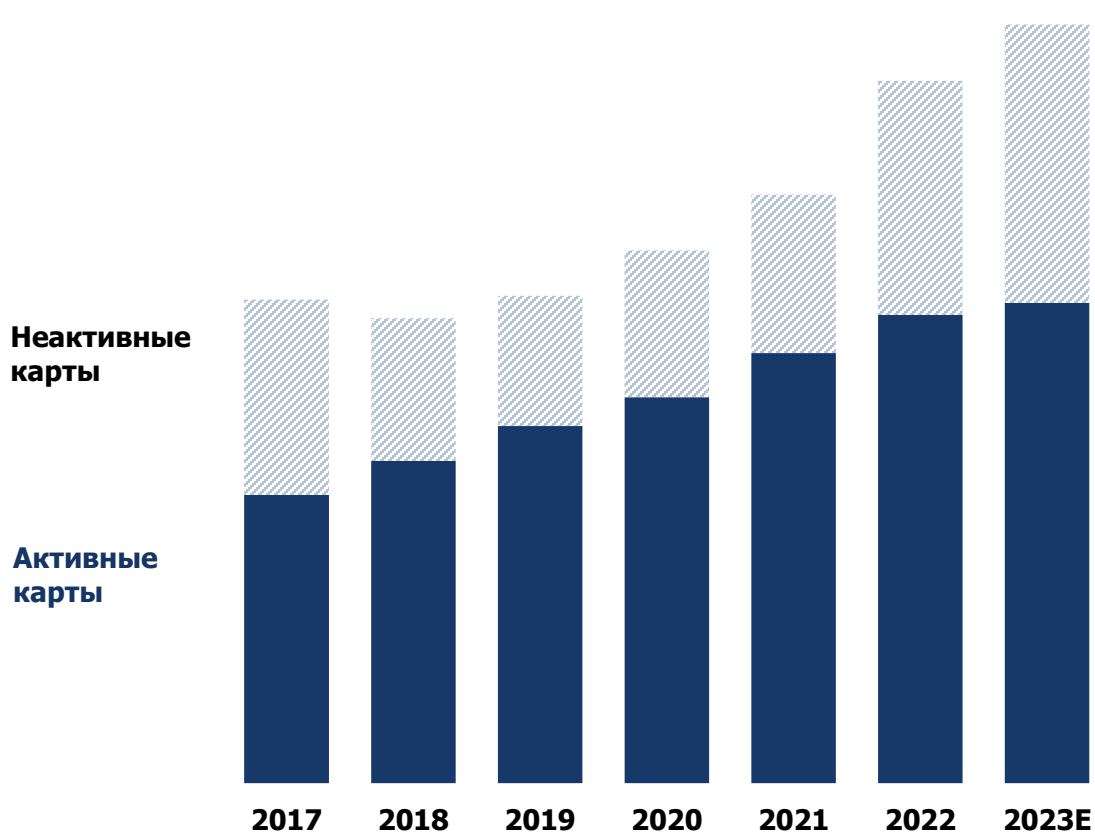
- 95% платежного оборота розничных клиентов приходится на счета дебетовых карт
- Функционал выходит за рамки «чистых» карточных транзакций

Структура транзакций по дебетовым картам и через СБП в РФ, трлн руб.



## Экономически активное населения не испытывает недостатка в картах и активно ими пользуется

Количество выпущенных дебетовых карт, млн шт.



- 64% всех выпущенных банковских дебетовых карт – активны\*
- Проникновение дебетовых карт в экономически активное население\*\*:

 **3,0** карты в кошельке\*\*

 **2,0** активные карты в кошельке\*\*

 **3,0** банка

**60%** клиентов **не хотят** уменьшать количество банков в кошельке

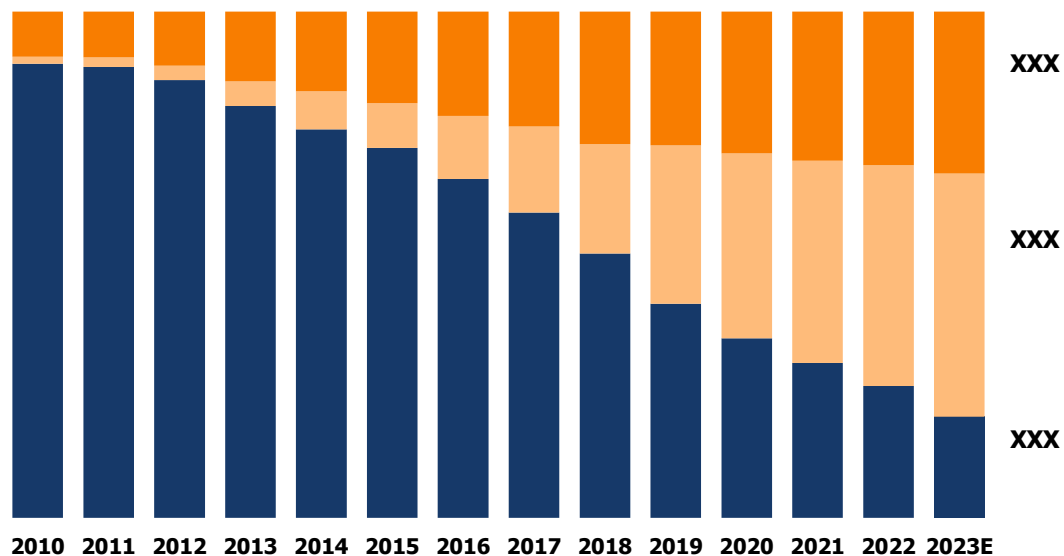
\*Активные карты – карты, по которым клиенты проводили хотя бы одну операцию за 3 месяца

\*\* - на 1 гражданина РФ старше 15 лет

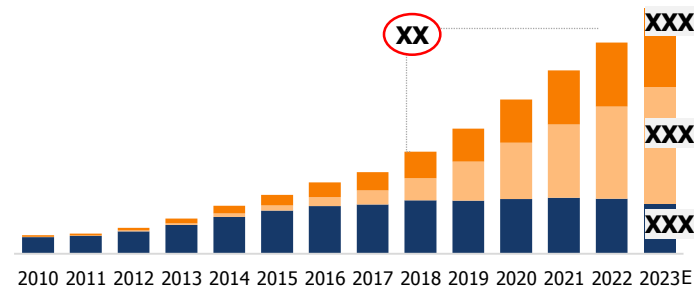
Источник: ЦБ РФ, расчеты Frank RG, 2023

## Развитие платежных технологий и сервисов приводит ...

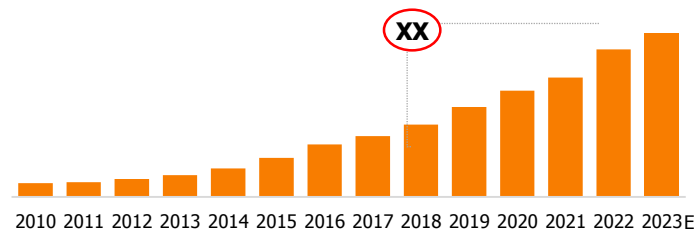
Структура операций по банковским картам



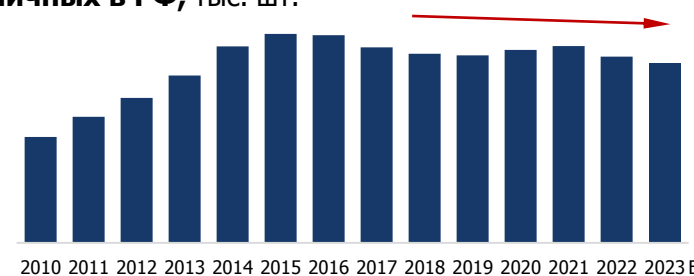
Оборот по картам в РФ, трлн руб.



Количество POS-терминалов в РФ, тыс. шт.



Количество банкоматов с функцией выдачи наличных в РФ, тыс. шт.



## Главный приоритет – борьба за обороты клиента



*Должен ли ты бороться за то, чтобы быть единственным? Наверное, единственным практически невозможно быть, но надо бороться за место основных трат*

Из интервью с экспертами банков

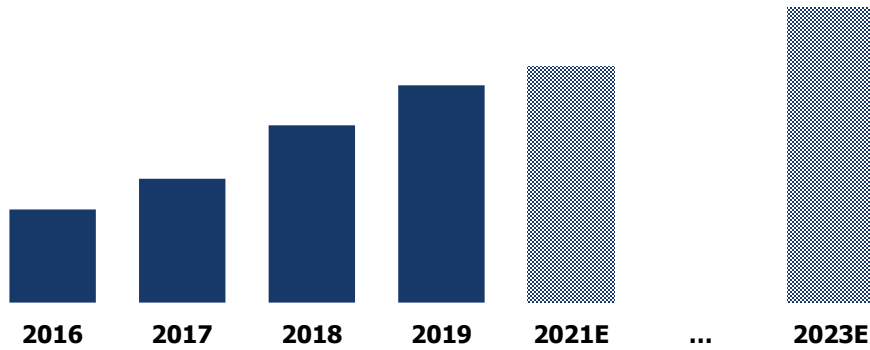
### Ключевые задачи развития дебетовых карт в 2023-24 гг.

Оценка экспертов банков, в % от общего количества упоминаний с учетом приоритетности

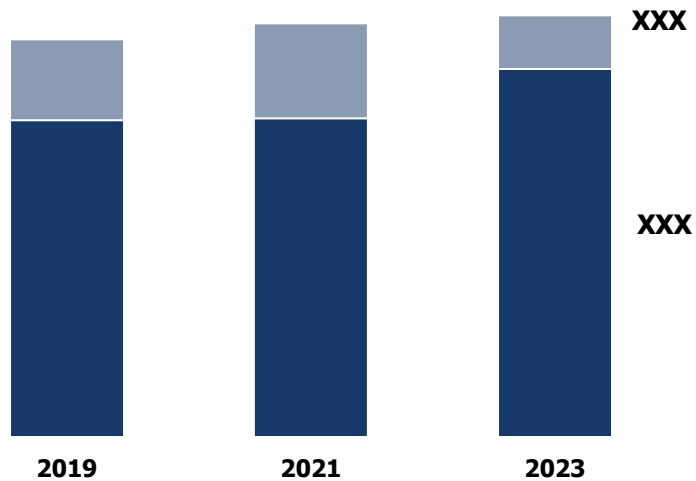


## Роль дистанционных каналов ...

Подключение к каналам ДБО населения РФ, %



Проникновение в ДБО активных клиентов, %



Эксперт банка-участника исследования

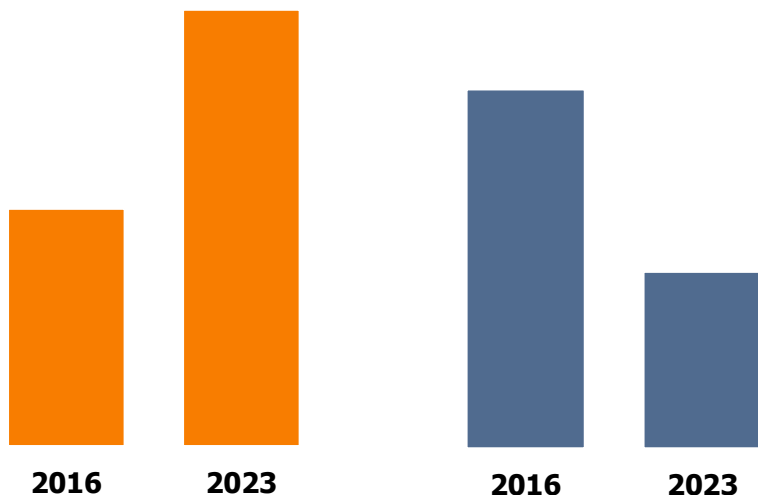
- \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## Мобильное приложение становится ...

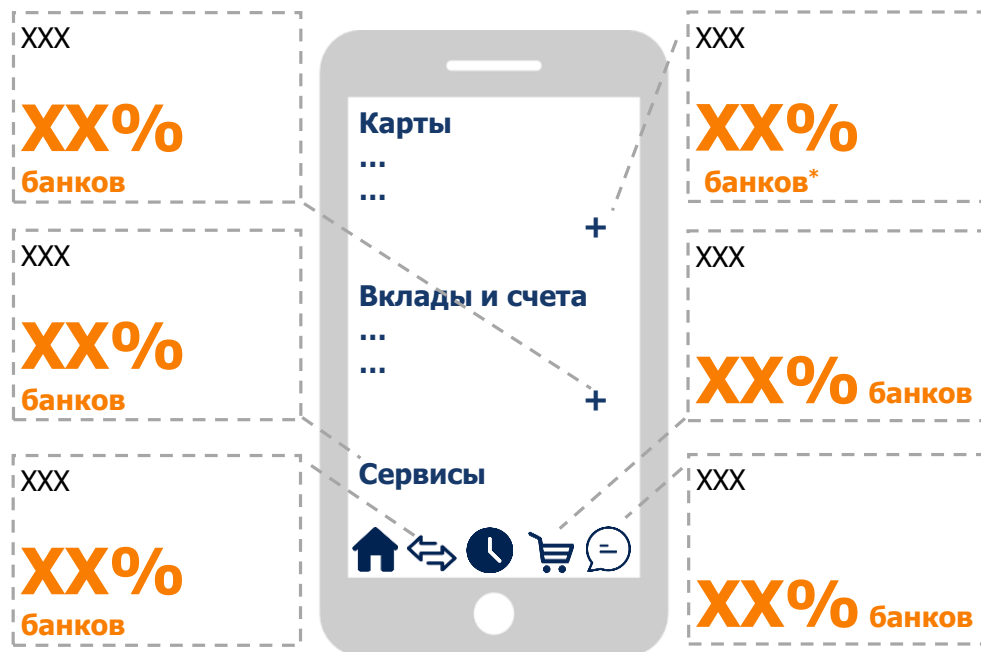
Проникновение в ДБО активных клиентов, %

Мобильное приложение

Интернет-Банк



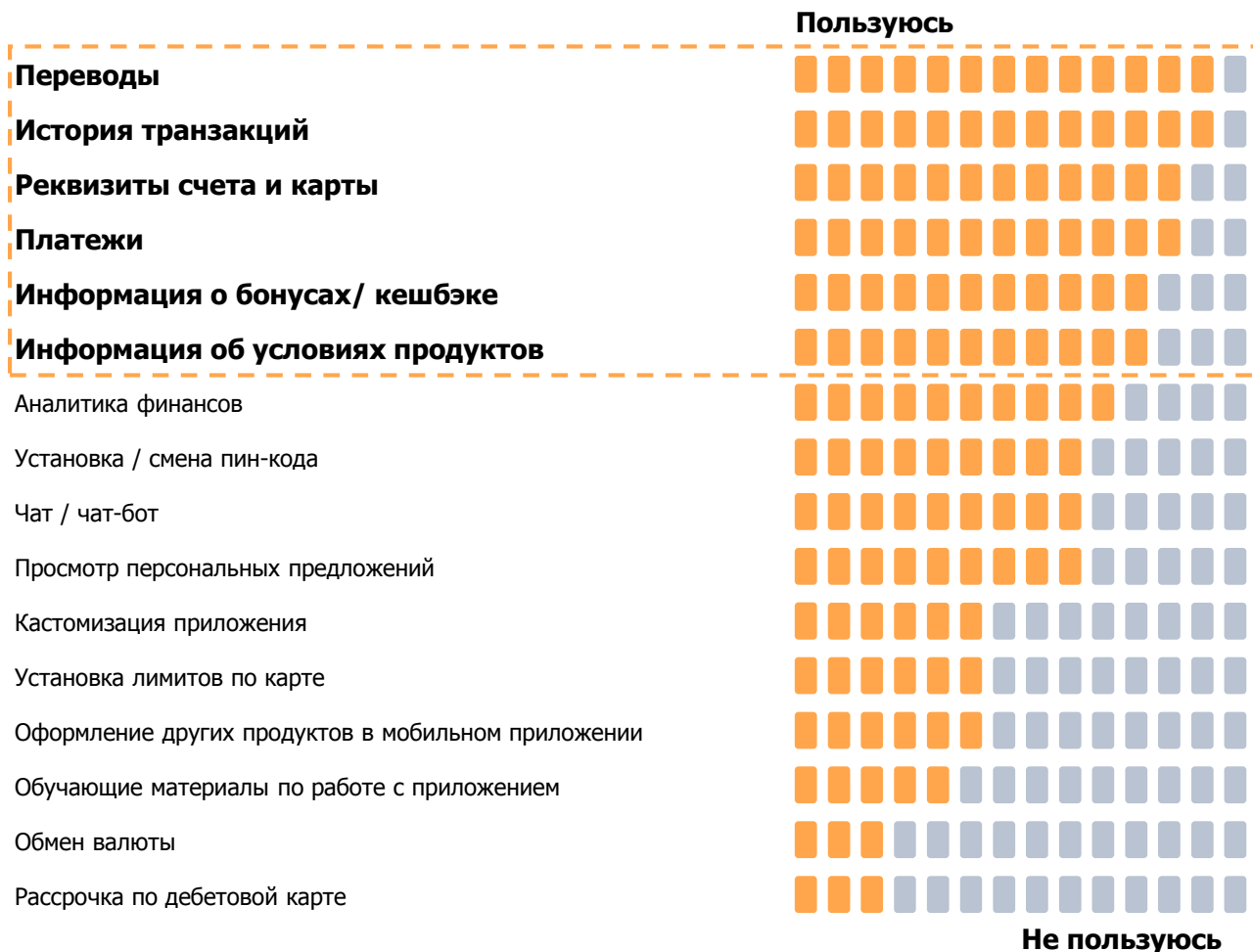
Функционал мобильного приложения





## Клиенты довольны онлайн-банком и не ждут изменений

### Пользование функционалом онлайн-банка



**2,4** онлайн банка  
в среднем использует активный  
держатель дебетовых карт

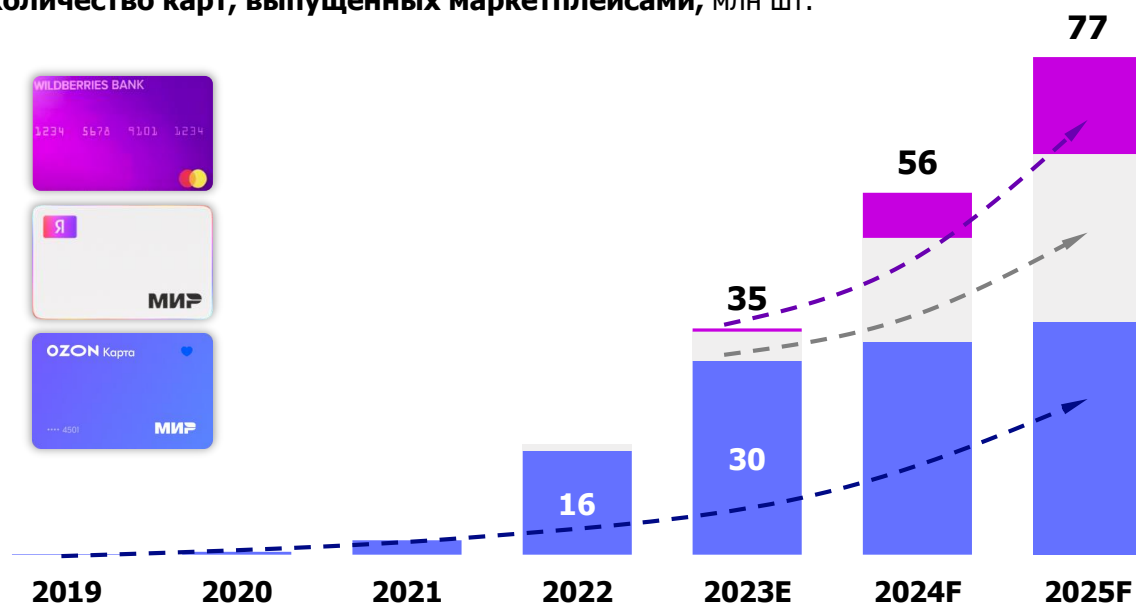
**4,08** средняя оценка  
удовлетворенности онлайн-банком

**85%**  
клиентов не нуждаются в  
дополнительном функционале

## Финтехы имеют шансы стать новыми звездами рынка

- Карты маркетплейсов претендуют на часть POS-оборота банковских карт
- Активно предлагают другие финансовые продукты (накопительные счета, рассрочку и BNPL)
- Привлекательные условия оплаты картами (кешбэк и скидки)
- Агрессивный маркетинговый бюджет
- Предодобренные карты могут стать полноценными дебетовыми

### Количество карт, выпущенных маркетплейсами, млн шт.



## Стратегия развития на 2023-24 гг.

Предпосылки	Проблемы	Решения
<ul style="list-style-type: none"><li>• _____ _____</li><li>• _____ _____</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• _____ _____</li><li>• _____ _____</li><li>• _____ _____</li><li>• _____ _____</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• _____ _____</li><li>• _____ _____</li><li>• _____ _____</li><li>• _____ _____</li></ul>





XXX

# **3 Digital banking**

## **3.1. Исследование функционала ДБО**

## Методология исследования

### Методология:

- В рамках исследования тестировались:
  -  Мобильные приложения на платформе Android;
  -  Интернет-банки в desktop версии.
- Период исследования: май-июнь 2023 г.
- Исследовался функционал мобильных приложений:
  - Вход и регистрация;
  - Онбординг;
  - Доступность и настройки безопасности карты;
  - Возможность установления лимитов;
  - Управление расходами (аналитика финансов, история платежей);
  - Daily-banking;
  - Reward-программы.
- Анализировались лучшие и худшие практики, а также самые интересные примеры реализации функционала.
- В оценках не принимались во внимание:
  - Внешний вид приложения;
  - Субъективная оценка удобства / эстетическая оценка.
- По итогам анализа функционала был составлен рейтинг удобства дистанционного банковского обслуживания.

### Исследуемые банки:

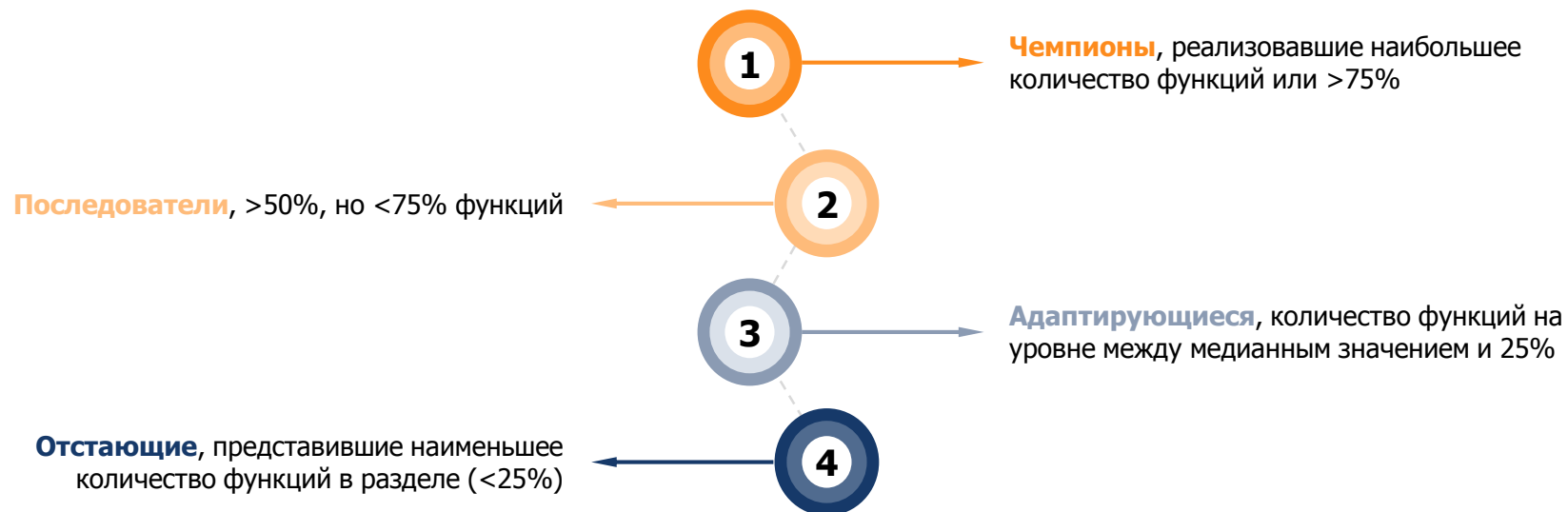
1. СберБанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Газпромбанк
5. Тинькофф Банк
6. Райффайзен Банк
7. ФК Открытие
8. Россельхозбанк
9. Почта Банк
10. Росбанк
11. ПСБ
12. ЮниКредит Банк
13. Банк Санкт-Петербург
14. МКБ
15. Совкомбанк
16. Уралсиб
17. Ак Барс
18. Хоум Банк
19. УБРиР
20. МТС Банк
21. ОТП Банк
22. Банк Зенит
23. АТБ
24. Банк Русский Стандарт
25. Ренессанс Банк
26. Ингосстрах Банк

## Методика распределения банков на группы

По итогам оценки функциональности ДБО, банки распределяются по группам в зависимости от степени реализации функционала в каждом разделе исследования.

Отнесение банка к одной из групп осуществляется путем разбивки количества реализованных в каждом банке функций на квартили. Квартили позволяют вместе с медианой поделить ряд функций на четыре равные части.

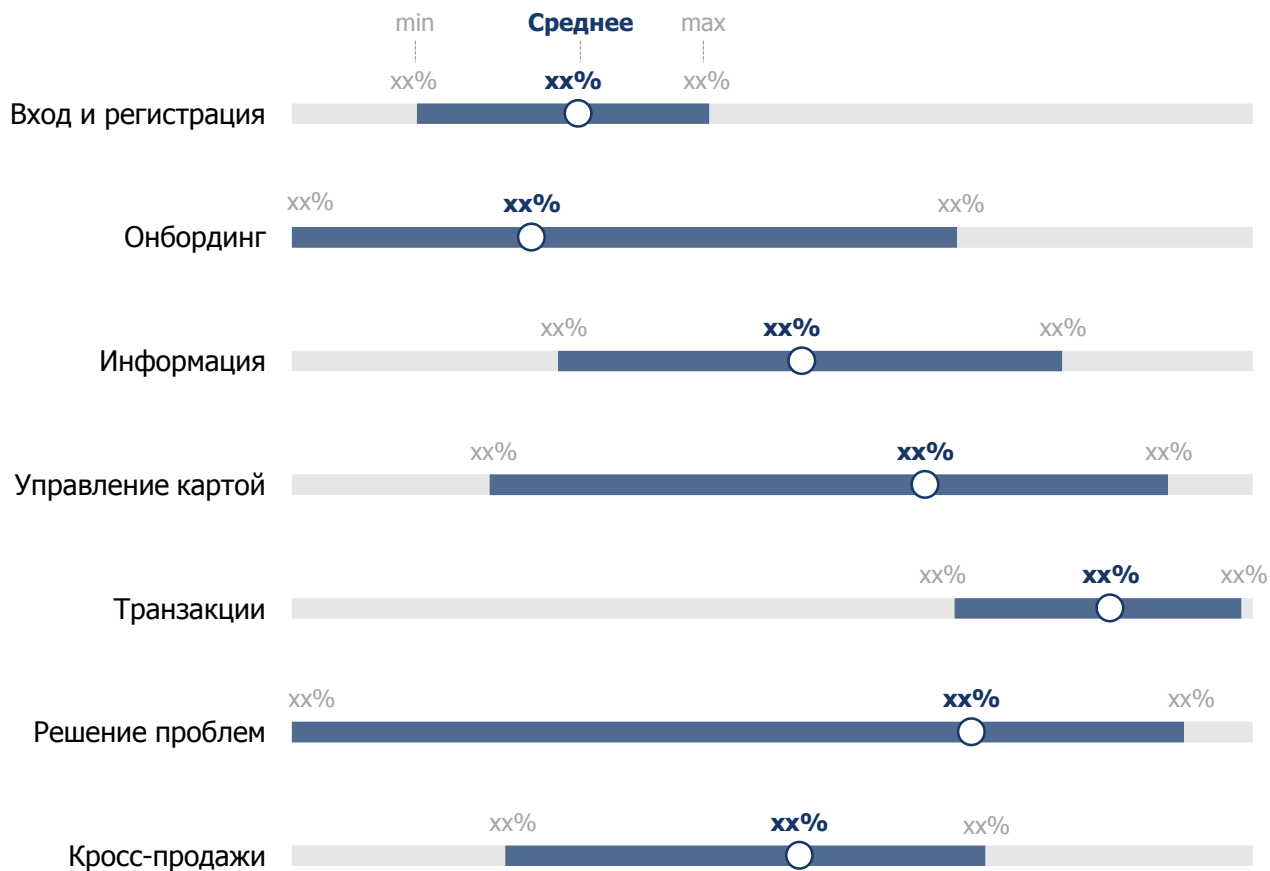
Для возможности сравнения банки распределены на четыре группы:



## Функционал мобильного банка реализован в среднем на XX%



Реализация функционала мобильного приложения по разделам,  
% банков, реализовавших функционал

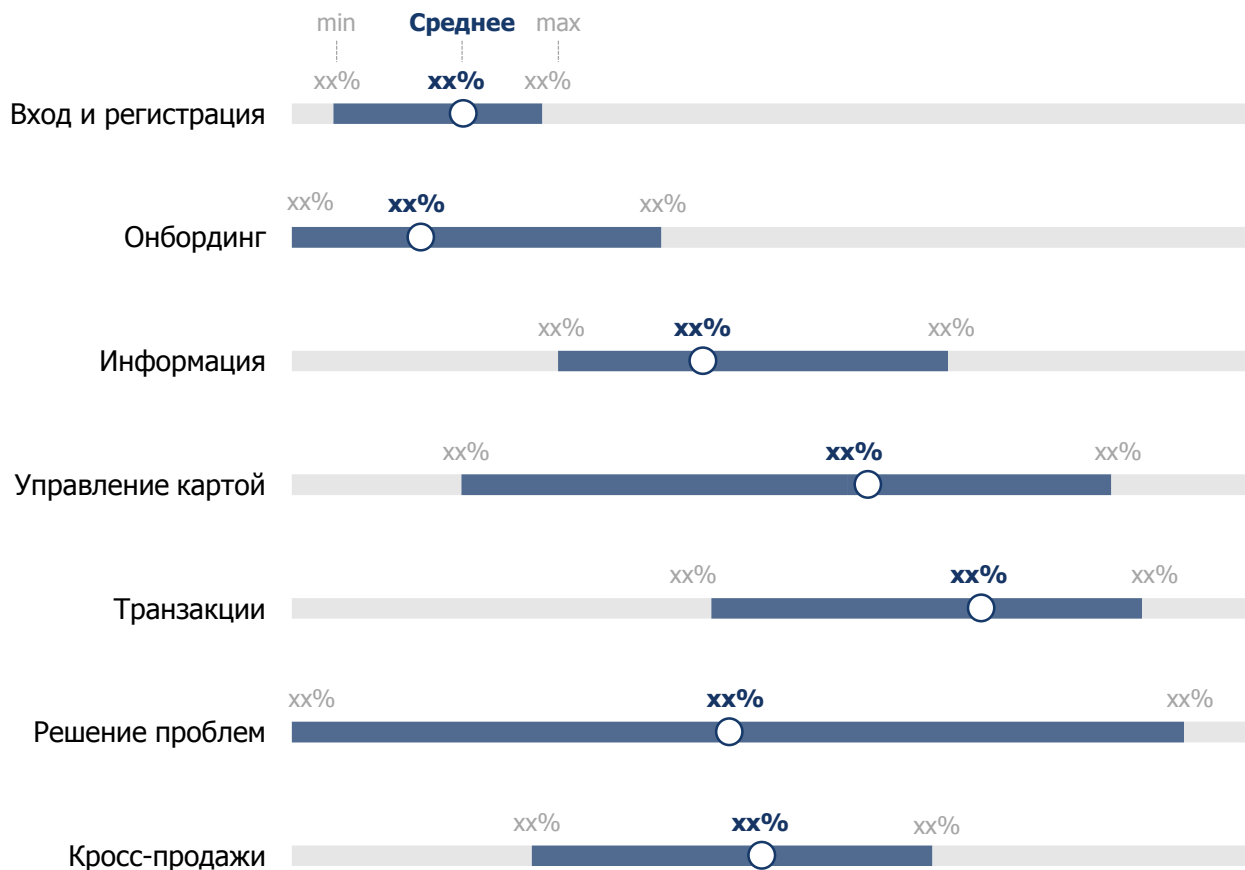




## Функционал интернет-банка реализован в среднем на XX%



Реализация функционала интернет-банка по разделам,  
% банков, реализовавших функционал



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## Вход и регистрация. Вариативность входа в мобильное приложение



Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX

Вход и восстановление доступа в приложении													
Регистрация в приложении с нового устройства													
Восстановление доступа в личный кабинет													

продолжение

Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX Банк XXX

Регистрация в приложении с нового устройства													
Восстановление доступа в личный кабинет													

По номеру телефона 
 По логину 
 По № карты 
 По № счёта 
 По QR-коду 
 По паспорту 
 Госуслуги 
 По номеру договора / идентификатору 
 Звонок в колл-центр



**XX%** опрошенных клиентов считают, **XXX** более удобным способом

## Наиболее часто встречающиеся варианты входа в онлайн-банк



### Вход в мобильное приложение

#### Распространенные варианты входа в приложение

**XX%** по номеру карты

**XX%** XXX

**XX%** XXX

#### Вариативность

**XX/26** банков-участников исследования предлагают...

**XX/26** банковских приложений...

#### Интересные кейсы

**XX/26** банков внедрили...



### Вход в интернет-банк

#### Распространенные варианты входа в приложение

**XX%** XXX

**XX%** XXX

#### Вариативность

**XX/26** ...

**XX/26** ...

#### Интересные кейсы

**XX/26** банков добавили возможность...

## Доступ в ДБО для...

Вход в приложение. XXX

-----

-----

-----

-----

-----

-----

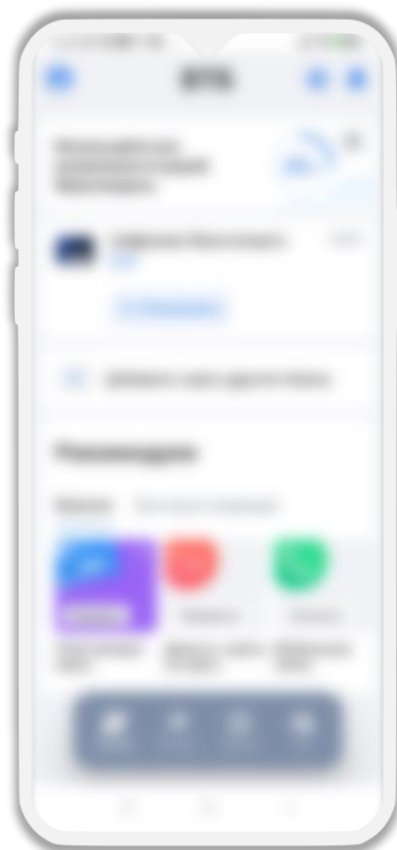
-----

-----

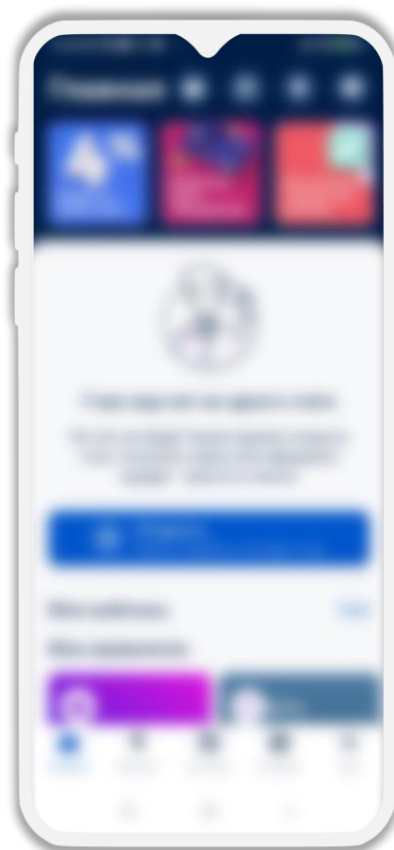
-----

-----

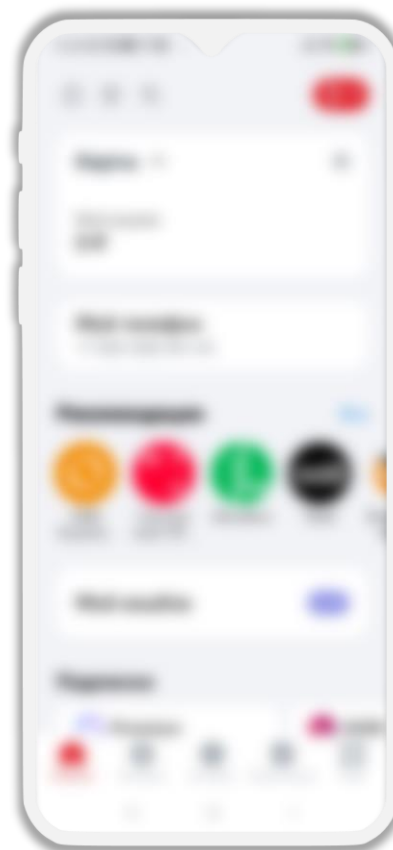
-----



Банк XXX



Банк XXX

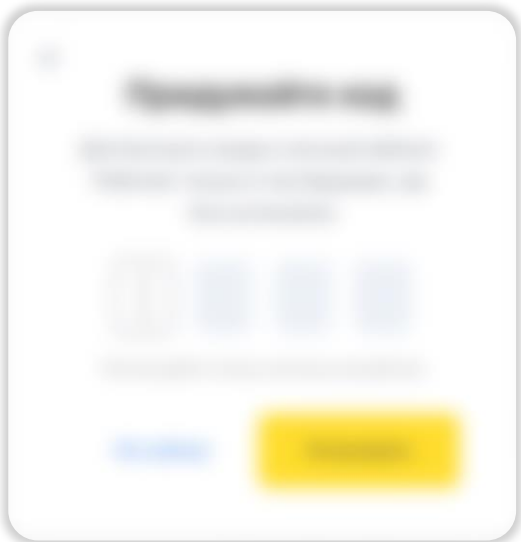


Банк XXX

## Авторизация в браузере с помощью...



Вход в интернет-банк. XXX



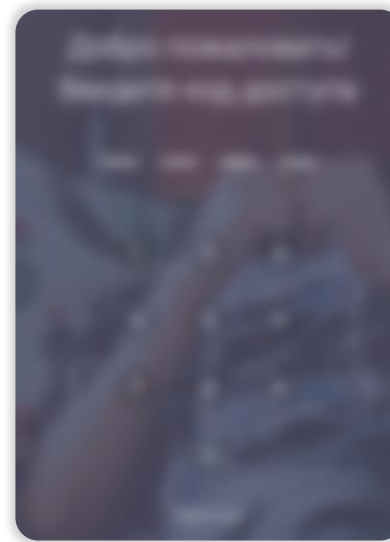
Банк XXX

---

---

---

---



Банк XXX

---

---

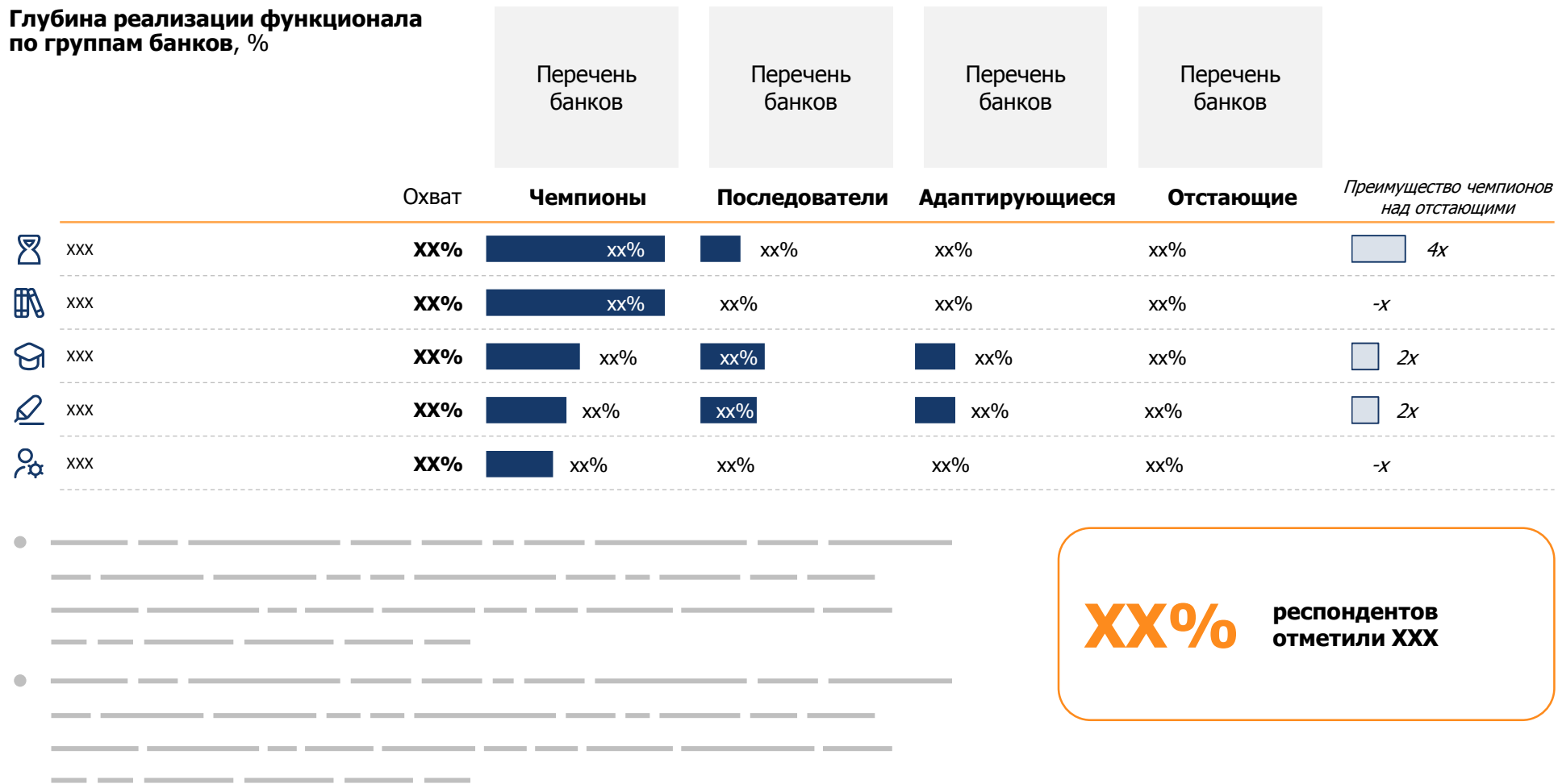
---

---

## Онбординг. В XXX банковских приложениях...



Глубина реализации функционала по группам банков, %



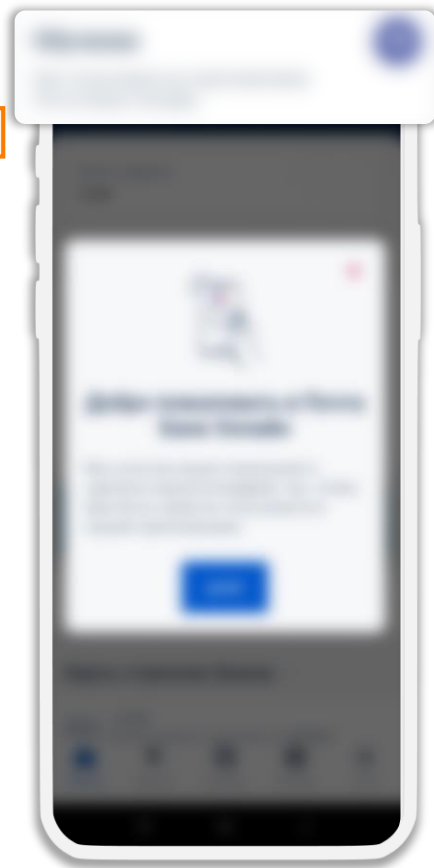
Источник: Frank RG, результаты digital-тестирования, результаты онлайн-опроса 1000+ пользователей онлайн-банков, 2023 г.

## Возможность запуска обучения...

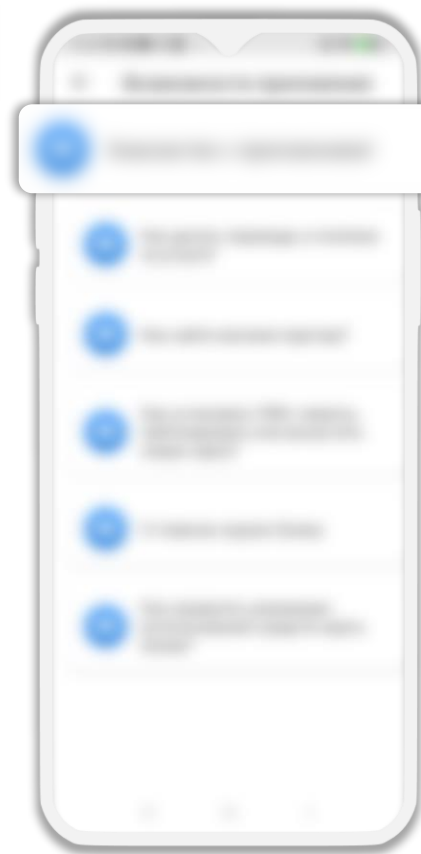
Онбординг. ХХХ

★ Уникальные практики ★

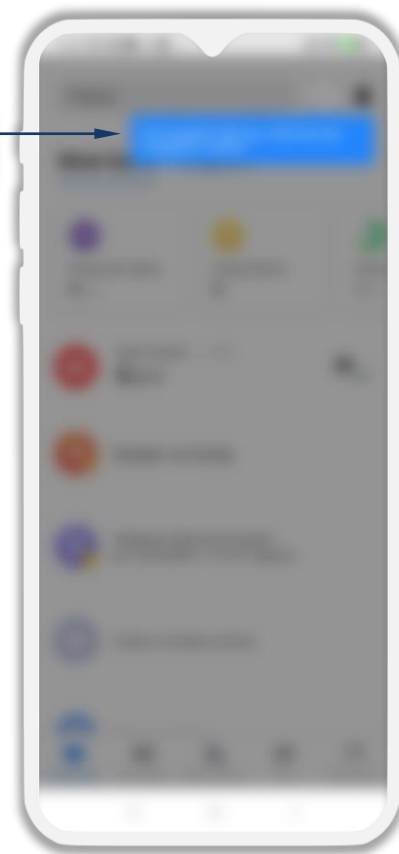
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----



Банк ХХХ



Банк ХХХ



## Инструкции...

Онбординг. XXX

★ Уникальные практики ★

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

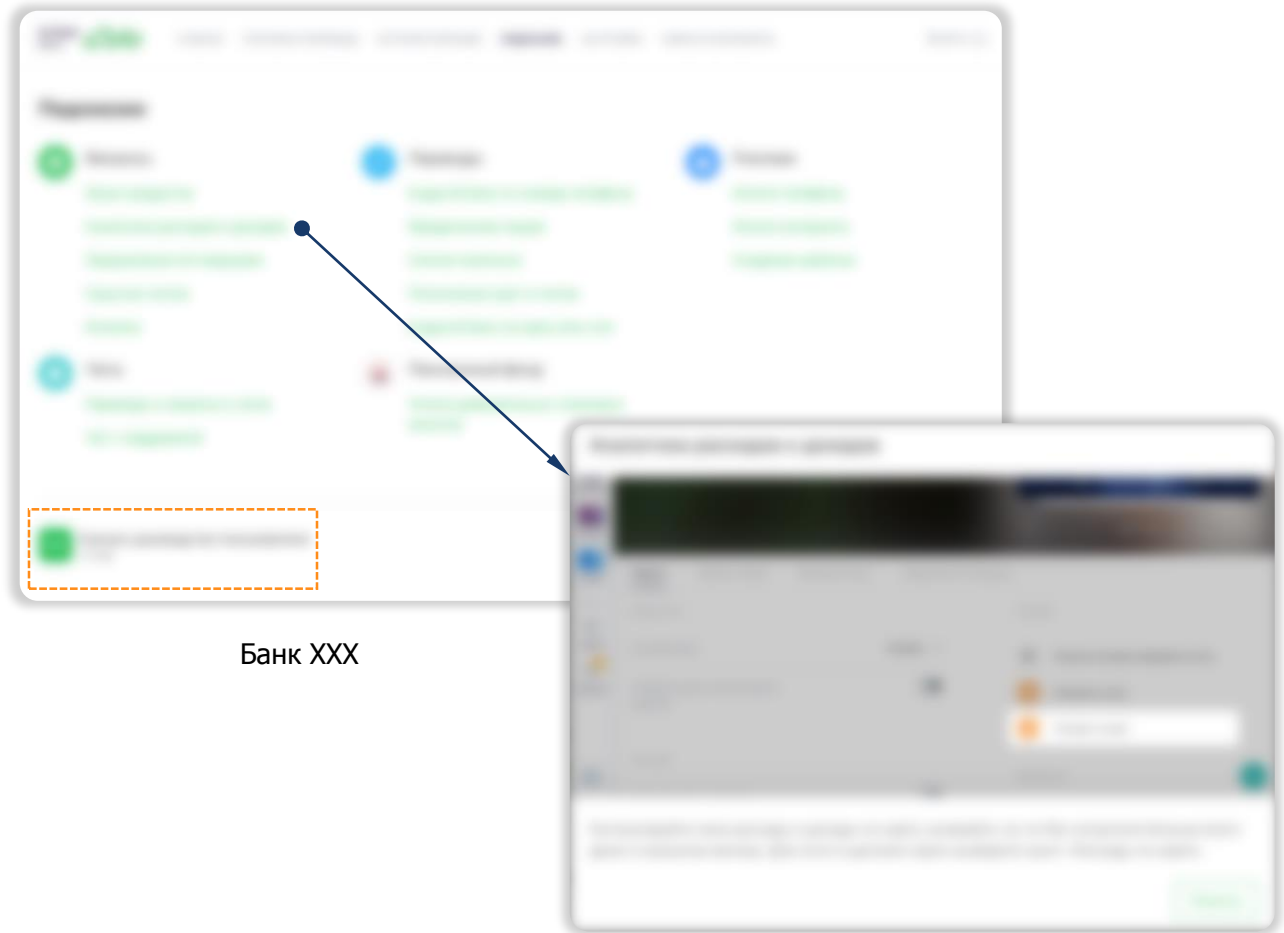
-----

-----

-----

-----

-----



Банк XXX



## Информация. XXX – наиболее реализованный функционал

Глубина реализации функционала по группам банков, %



## Лимиты расходов...

Информация. XXX

🔍 Case Study 🔍

-----

-----

-----

-----

-----

-----

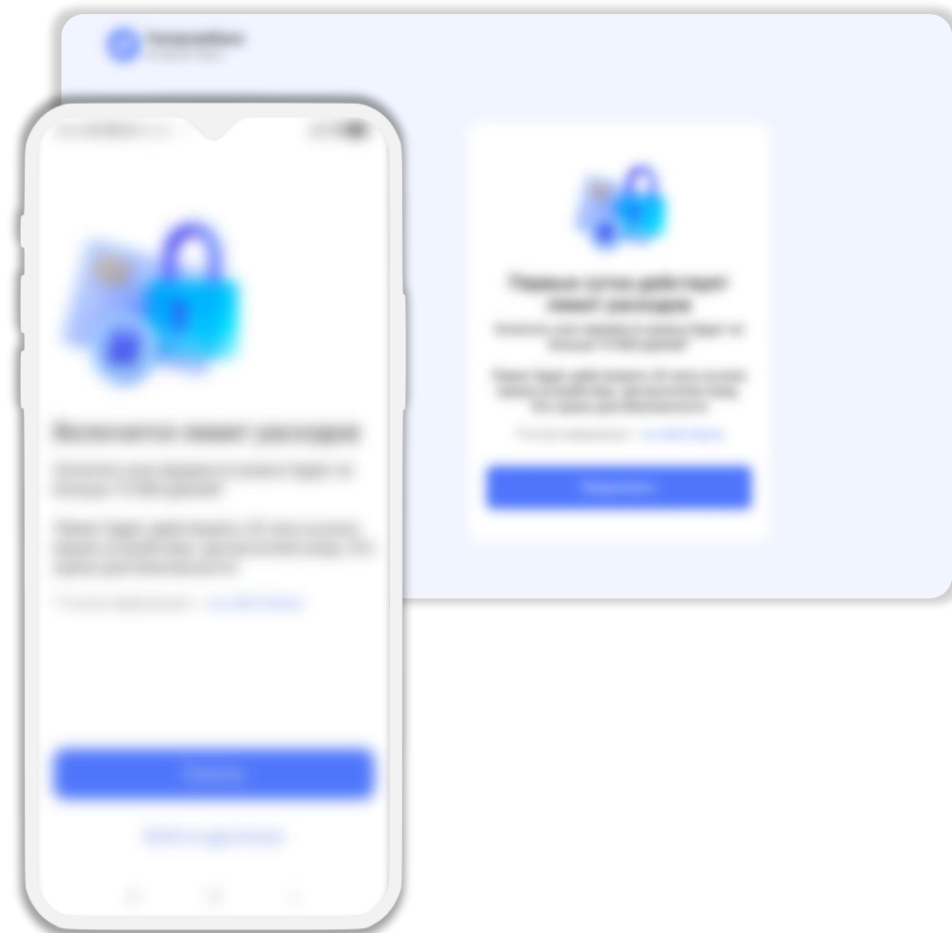
-----

-----

-----

-----

-----



Банк XXX

# Большинство опрошенных клиентов предпочитают...

Информация. XXX



★ Уникальные практики ★

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

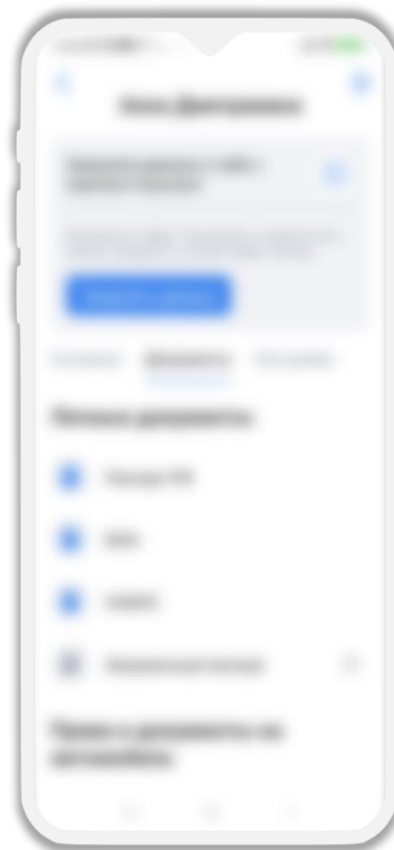


Банк XXX

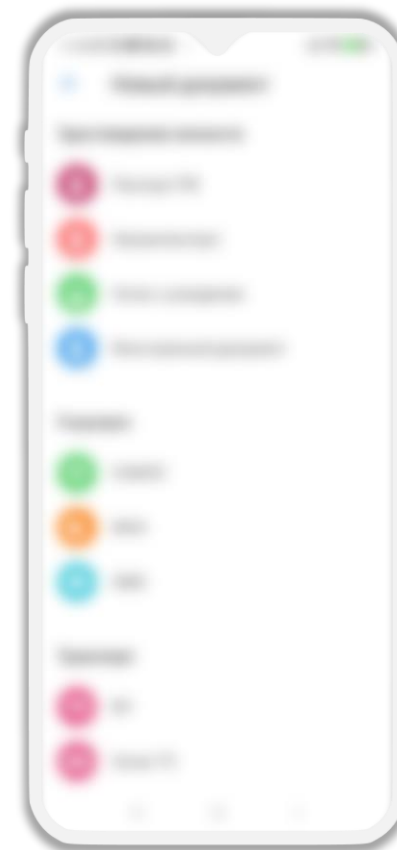
## XX/26 банков-участников предоставляют возможность...

Информация. XXX

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----



Банк XXX



Банк XXX

**XX%** респондентов заявили...

## Управление картой. XXX реализована в большинстве банков

Глубина реализации функционала по группам банков, %



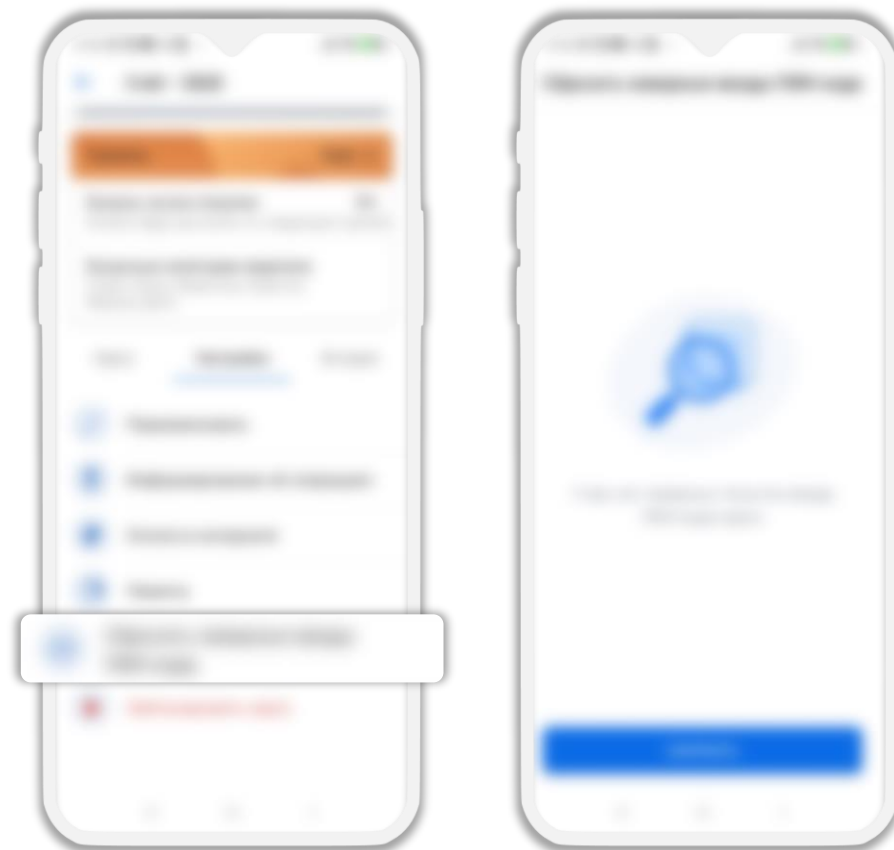
## Возможность XXX в мобильном банке – точка роста...

Управление картой. XXX



! Точка роста !

Placeholder for content, consisting of several horizontal dashed lines.



Банк XXX

## Транзакции. XXX – самый широко реализованный функционал в приложениях



Глубина реализации функционала  
по группам банков, %

	Охват	Чемпионы	Последователи	Адаптирующиеся	Отстающие	Преимущество чемпионов над отстающими
	82%	81%	81%	78%	89%	1x
	78%	87%	82%	76%	64%	1x
	55%	60%	62%	50%	46%	1x
	52%	60%	54%	49%	44%	1x
	50%	60%	46%	50%	43%	1x

XX%

респондентов  
пользуются  
функцией XXX

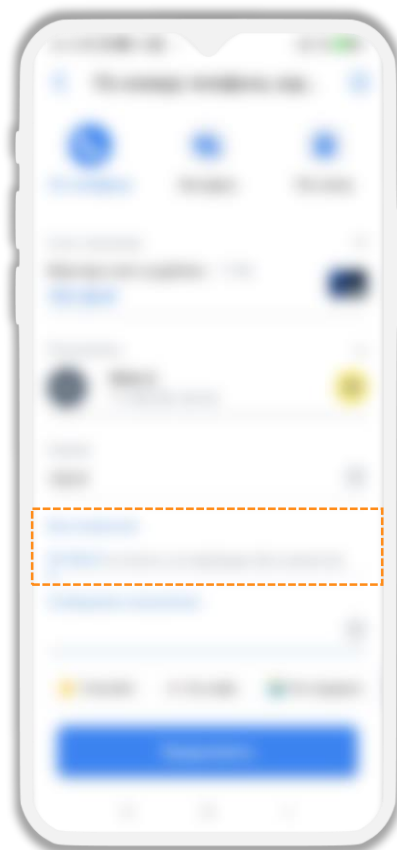
## Остаток по лимиту...

Переводы. XXX

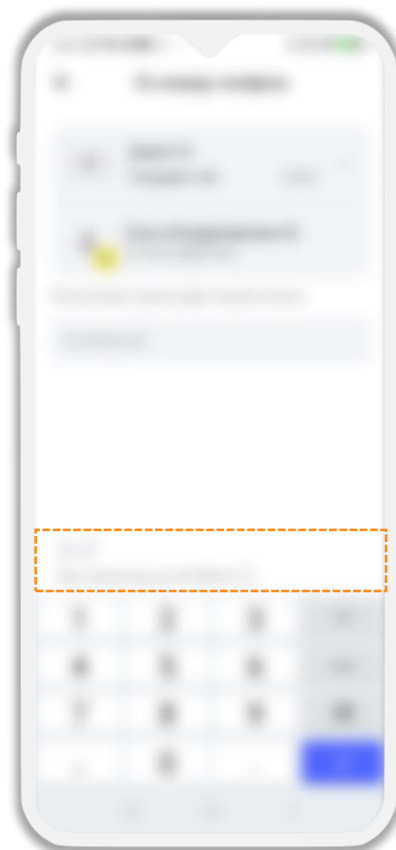
★ Уникальные практики ★

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

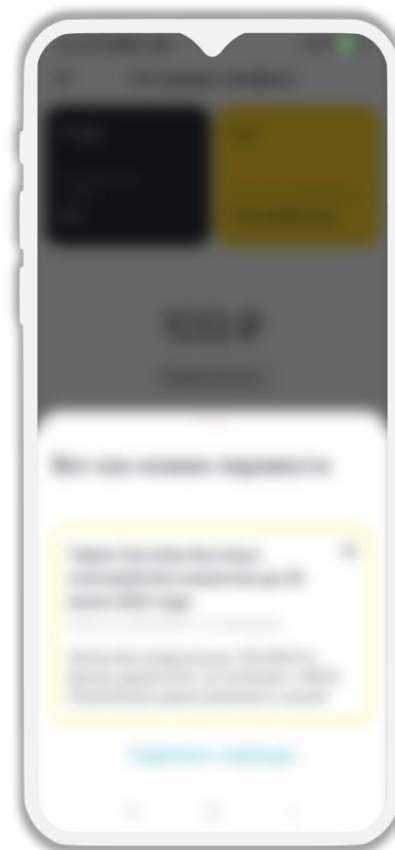
**XX%** респондентов  
пользуются ...



Банк XXX



Банк XXX



Банк XXX



## Сохранение заполненных данных...

Платежи. XXX

★ Уникальные практики ★

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

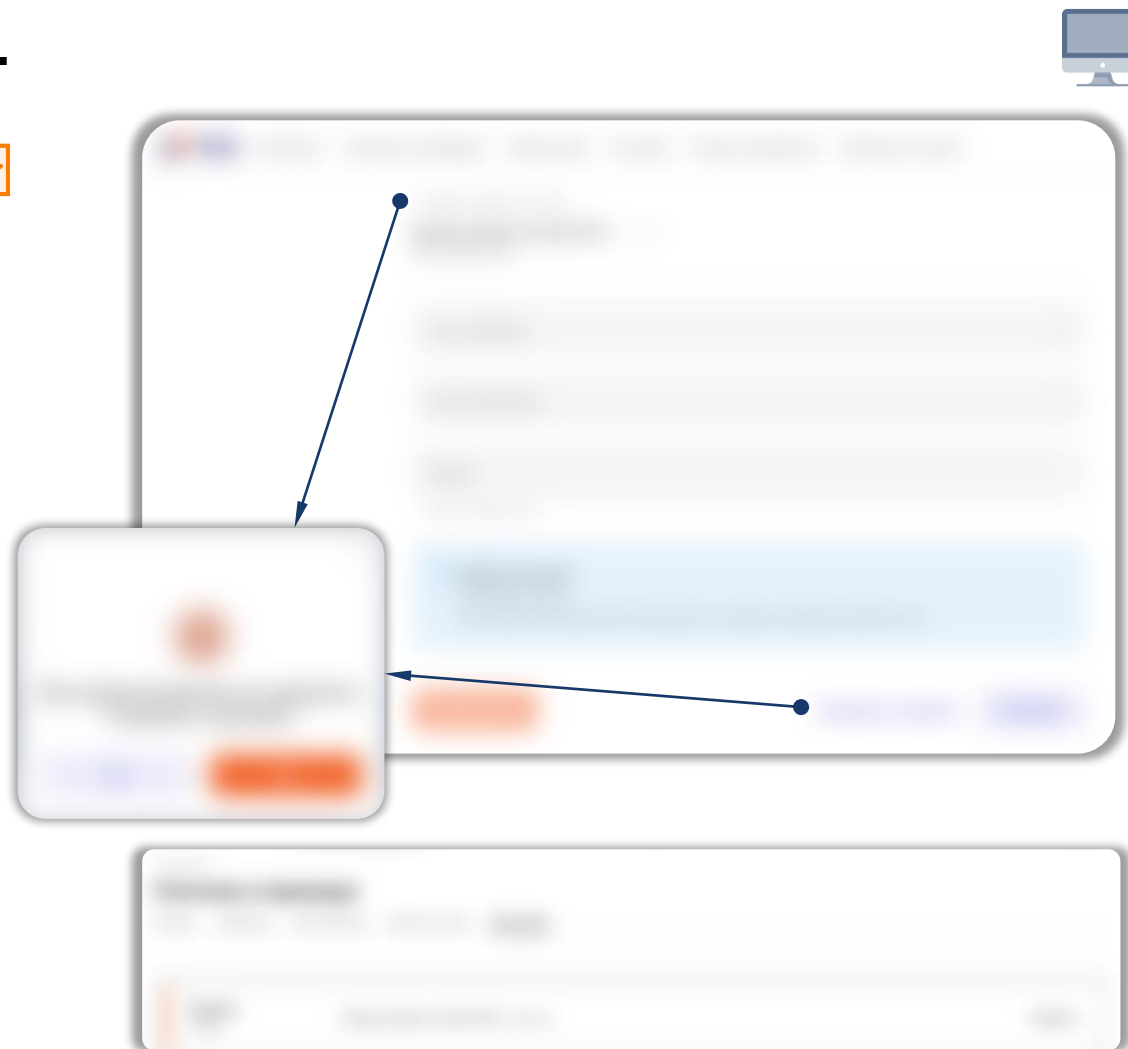
-----

-----

-----

-----

-----



Источник: Frank RG, результаты digital-тестирования, 2023 г.



## XXX вызывает негатив у клиента

Решение проблем. XXX

! Точка роста !

-----

-----

-----

-----

-----

-----

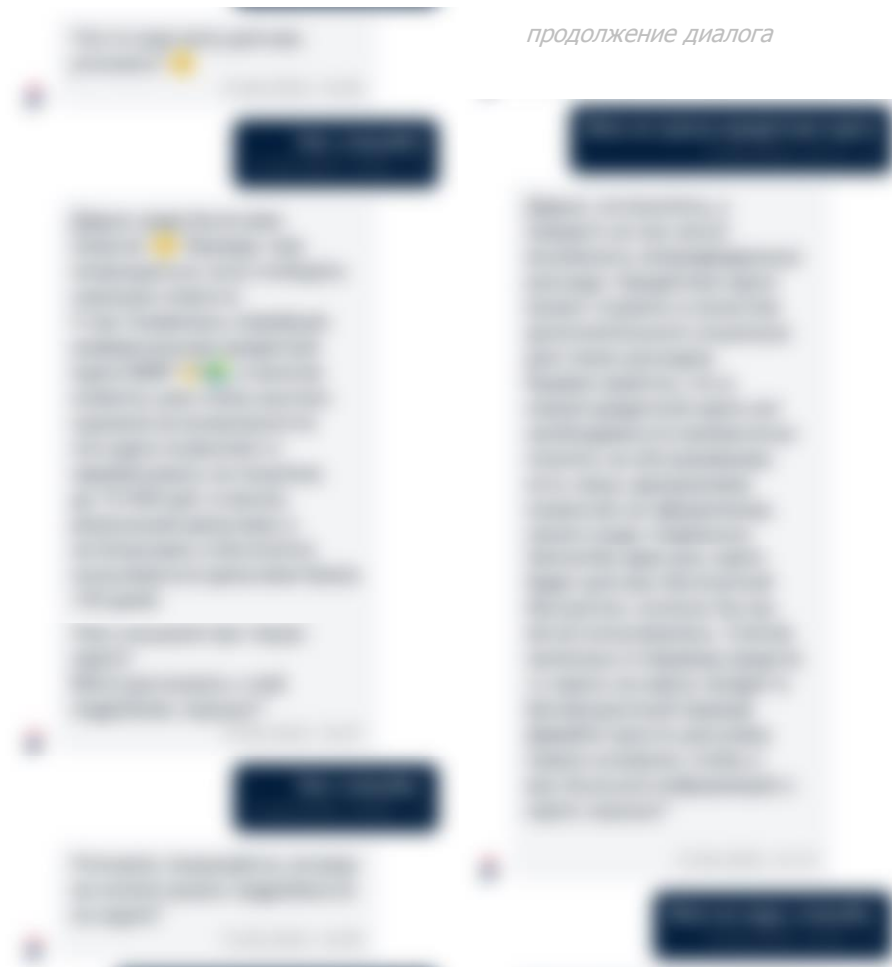
-----

-----

-----

-----

-----



продолжение диалога

Банк XXX

## Клиент был вынужден...

Решение проблем. XXX

! Точка роста !

-----

-----

-----

-----

-----

-----

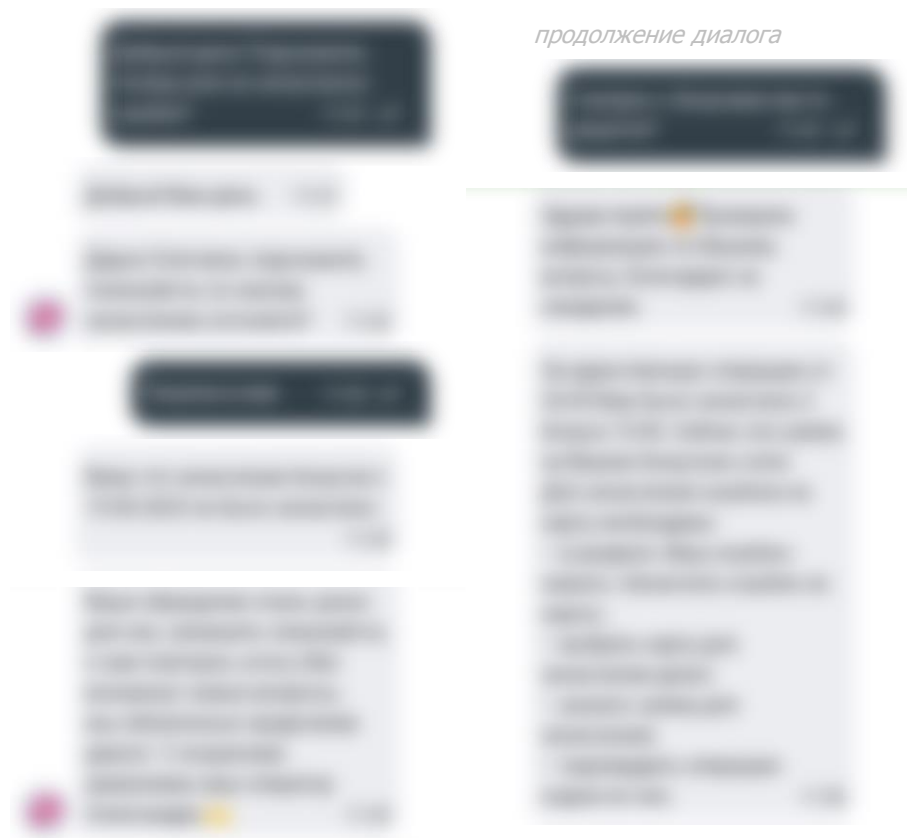
-----

-----

-----

-----

-----




Банк XXX

## Кросс-продажи. В XX мобильных банках...

Глубина реализации функционала  
по группам банков, %



	Охват	Чемпионы	Последователи	Адаптирующиеся	Отстающие	Преимущество чемпионов над отстающими
 Оформление продуктов в приложении	XX%	72%	58%	44%	37%	2x
 Акции	XX%	59%	47%	56%	33%	2x
 Персональные предложения	XX%	52%	42%	50%	39%	1x

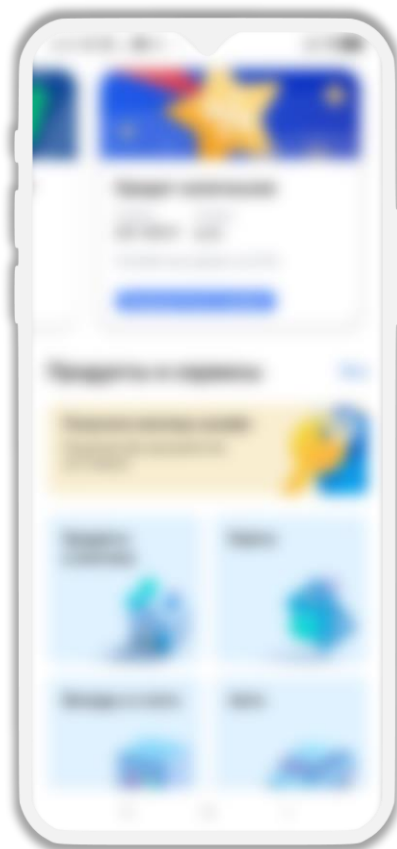
**XX%** респондентов оформляли **XXX**

## Вариативность показа... (X/X)

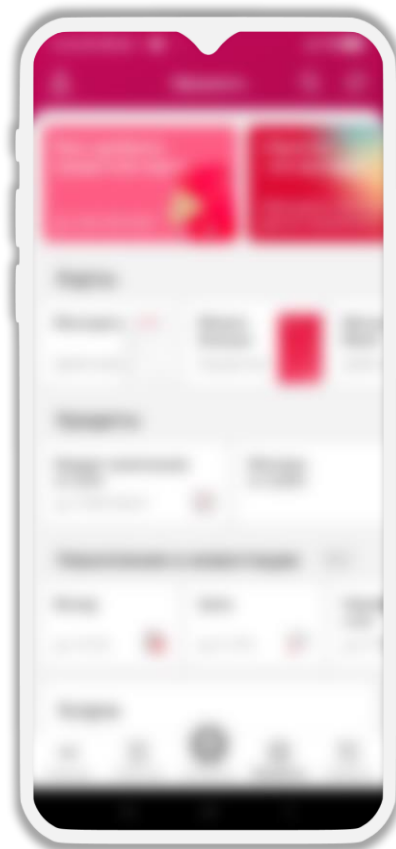
Кросс-продажи. XXX

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

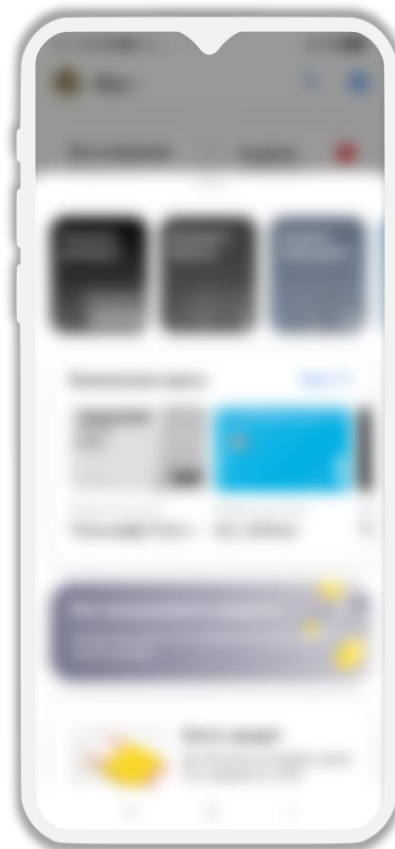
**XX%** респондентов было  
бы удобно XXX



Банк XXX



Банк XXX



Банк XXX

## **3.2    Онлайн-опрос активных пользователей цифровых каналов обслуживания**

## Методика и участники клиентского опроса

Компания Frank RG провела панельный опрос среди активных пользователей онлайн-банков. Общее количество полностью заполненных анкет превысило 1 тыс. шт.

Цель опроса – оценить уровень пользования и удовлетворенности клиентов функционалом мобильного приложения, измерить структуру клиентской базы по уровню лояльности к банку, измерить уровень пенетрации клиентской базы в карточные продукты.

Результаты данного исследования должны приниматься с определенными оговорками: были установлены квоты по крупнейшим банкам.

- Не более 30% выборки – монопользователи приложения Сбербанка
- Не более 25% – монопользователи приложения Тинькофф Банка

### Исследуемые банки:

1. СберБанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Газпромбанк
5. Тинькофф Банк
6. Райффайзен Банк
7. ФК Открытие
8. Россельхозбанк
9. Почта Банк
10. Росбанк
11. ПСБ
12. ЮниКредит Банк
13. Банк Санкт-Петербург
14. МКБ
15. Совкомбанк
16. Уралсиб
17. Ак Барс
18. Хоум Банк
19. УБРиР
20. МТС Банк
21. ОТП Банк
22. Банк Зенит
23. АТБ
24. Банк Русский Стандарт
25. Ренессанс Банк
26. Ингосстрах Банк



## Перечень задаваемых вопросов

### 1. Блок социально-демографических вопросов

### 2. Блок общих вопросов

- Оценка онлайн-банков по 5-балльной шкале.
- Цель и частота пользования онлайн-банком;
- Удобство пользования функциями в разделах и частота их использования;

### 3. Блок «информация»

- Удобные способы идентификации в личном кабинете / мобильном банке;
- Подсказки и инструкции в онлайн-банке;
- Желание видеть личные документы в онлайн-банке;
- Анализ доходов и расходов;
- Просмотр списка покупок / чеков в онлайн-банке;

### 4. Блок «переводы и платежи»

- Используемые способы перевода средств;
- Функция пополнения карты;
- Пользование и важность перечисленного функционала (сканирование реквизитов, режим инкогнито, создание шаблонов, и т.д.);
- Оплата услуг в онлайн-банке;
- Пользование и важность перечисленного функционала (создание шаблона и автоплатежа, поиск начисленных счетов, и т.д.);

### 5. Блок «программа лояльности»

- Желание выбирать категории повышенного начисления;
- Удобство использования текущего функционала в программах лояльности;
- Проблемы в начислении кешбэка/бонусов и желание отслеживать правильность начисления;

### 6. Блок «интерфейс»

- Желание менять внешний вид страниц приложения;
- Использования функций «скрыть/показать баланс»;
- Отношение к сторис в приложение банка;

### 7. Блок «помощь»

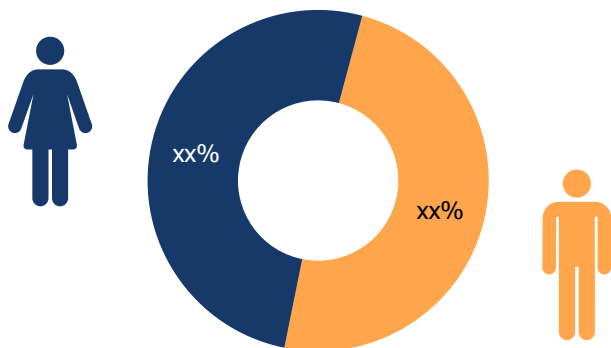
- Решение вопросов с помощью онлайн-банка;
- Виды проблем, которые решались в онлайн-банке;
- Способы решения проблем;
- Пользования чатом и цели его использования;
- Пользование голосовым помощником;

### 8. Блок «оформление других продуктов, спец. предложения и акции»

- Формат получения и просмотра персональных предложений;
- Установка лимитов;
- Недостающий функционал в онлайн-банке;
- Оформление продуктов через онлайн-канал.

## Социально-демографические характеристики выборки (1/2)

### Распределение по полу



### Распределение по возрасту

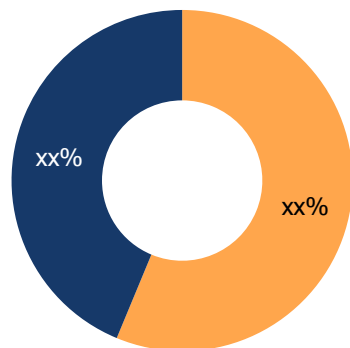


- \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## Социально-демографические характеристики выборки (2/2)

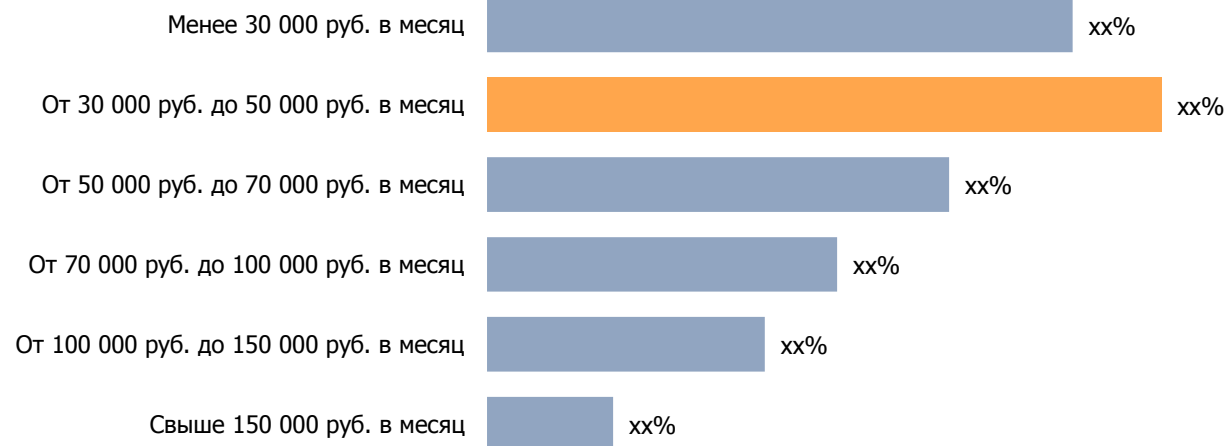
### Географическое распределение

г. Москва и  
Московская область



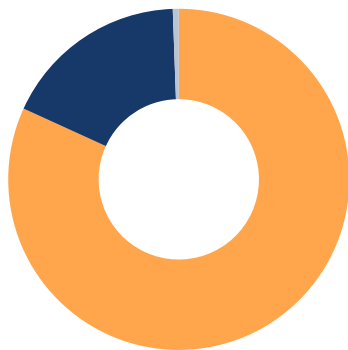
Остальные регионы

### Распределение по уровню дохода

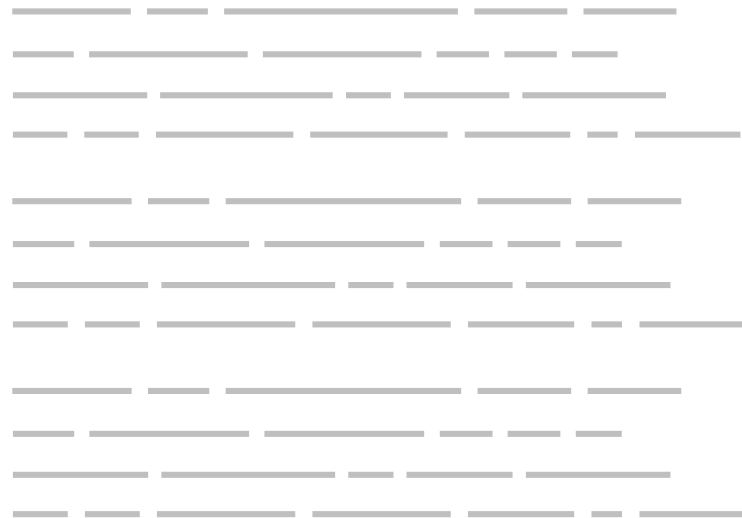
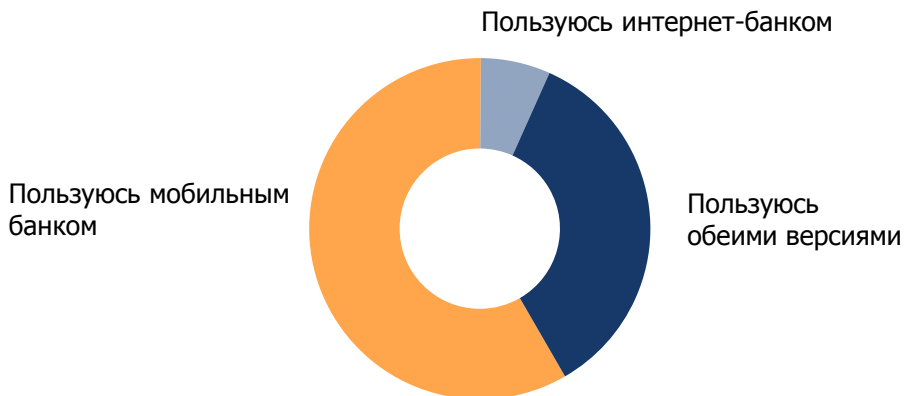


## Пользование онлайн-банком

На какой операционной системе работает ваш смартфон?, % респондентов

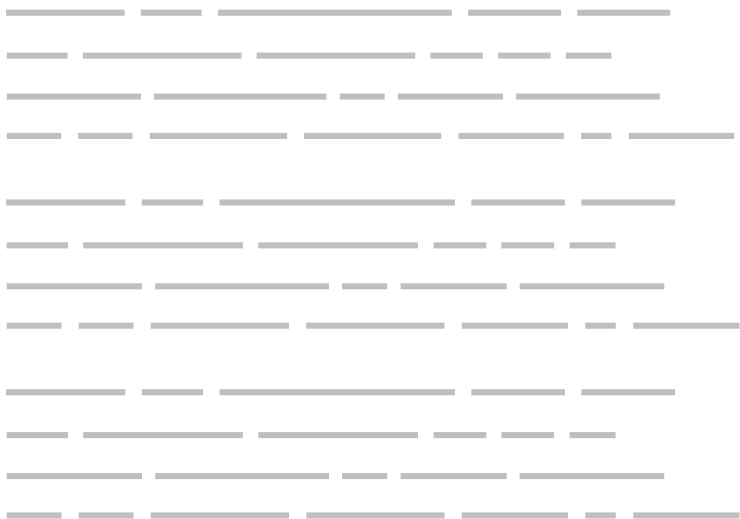


Пользуетесь ли вы онлайн-банком (мобильным банком / интернет-банком)?, % респондентов



## Пользование онлайн-банками

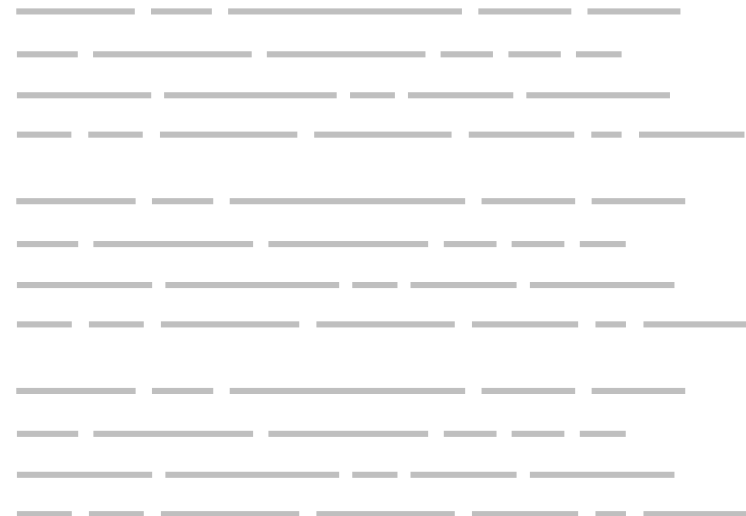
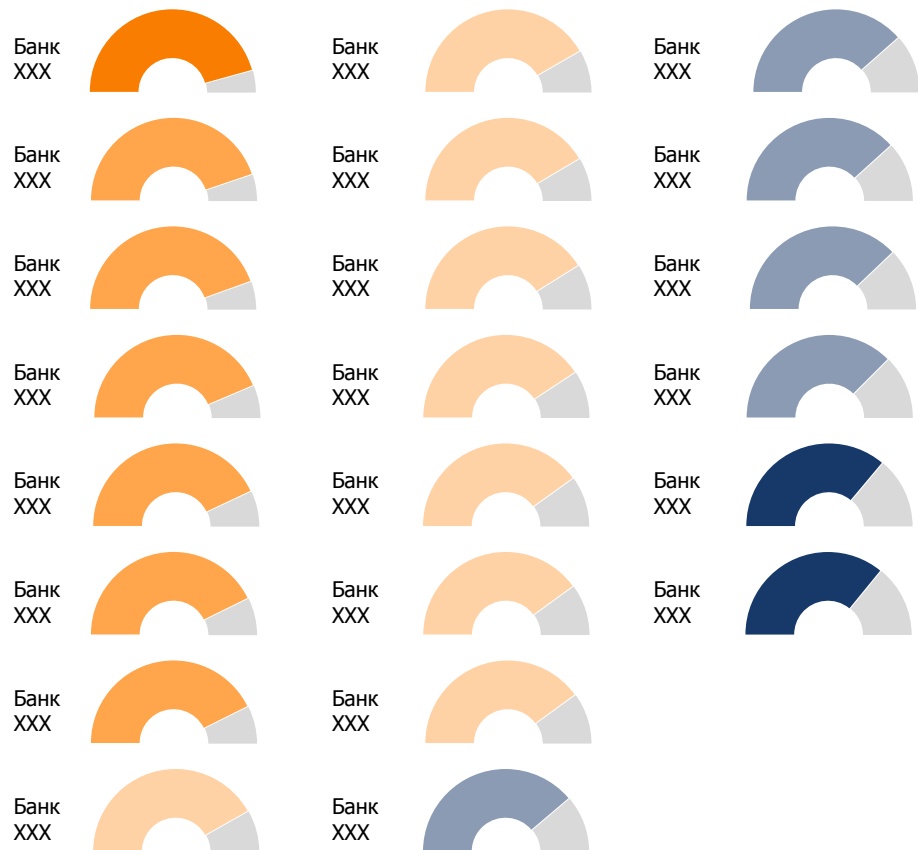
Онлайн-банком (мобильным банком / интернет-банком) каких банков вы пользуетесь сейчас?, % респондентов



**XX** онлайн-банков ...

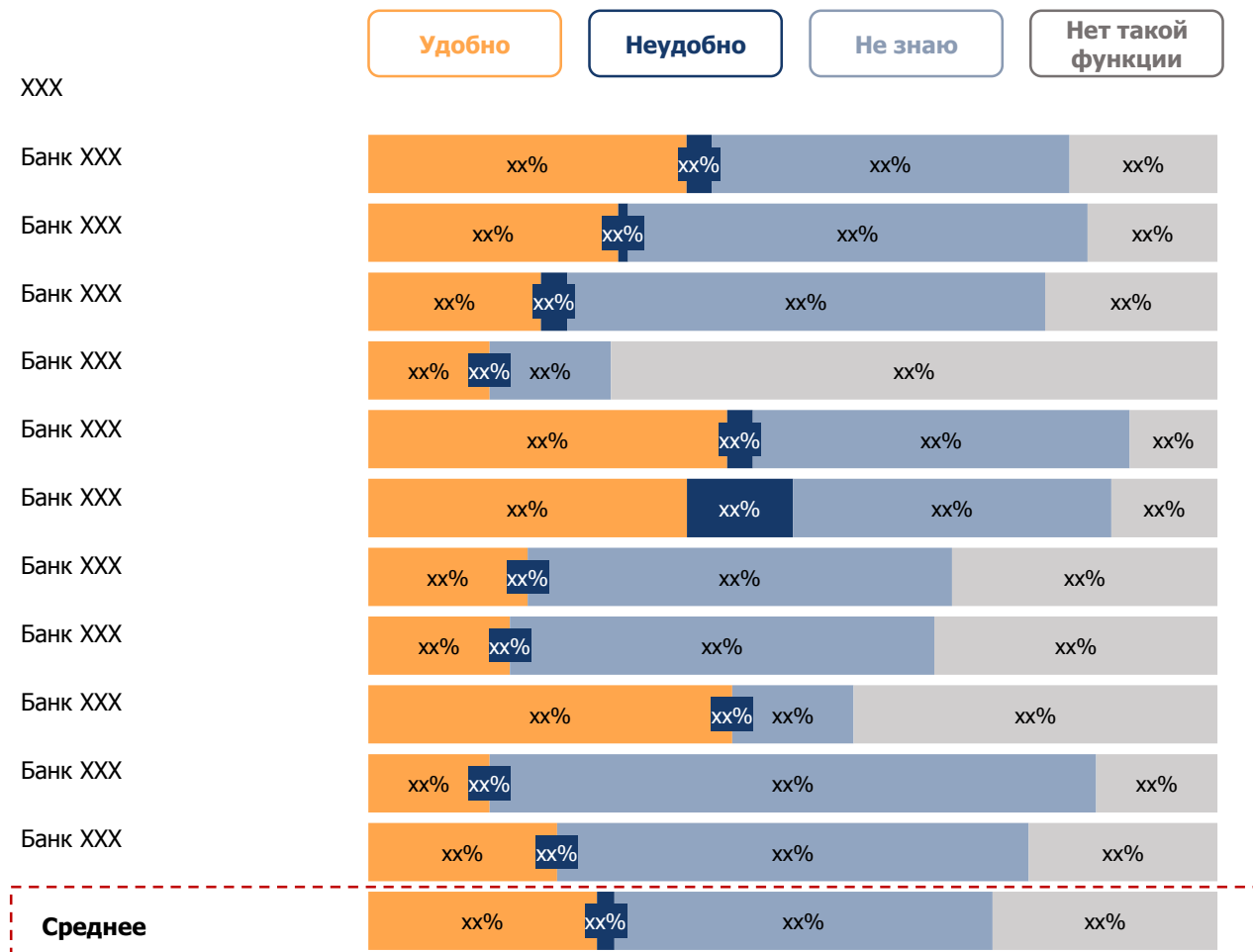
## Оценка онлайн-банков

Оцените онлайн-банки, которыми вы пользуетесь по 5-балльной шкале



## Оценка удобства разделов онлайн-банка (X/XX)

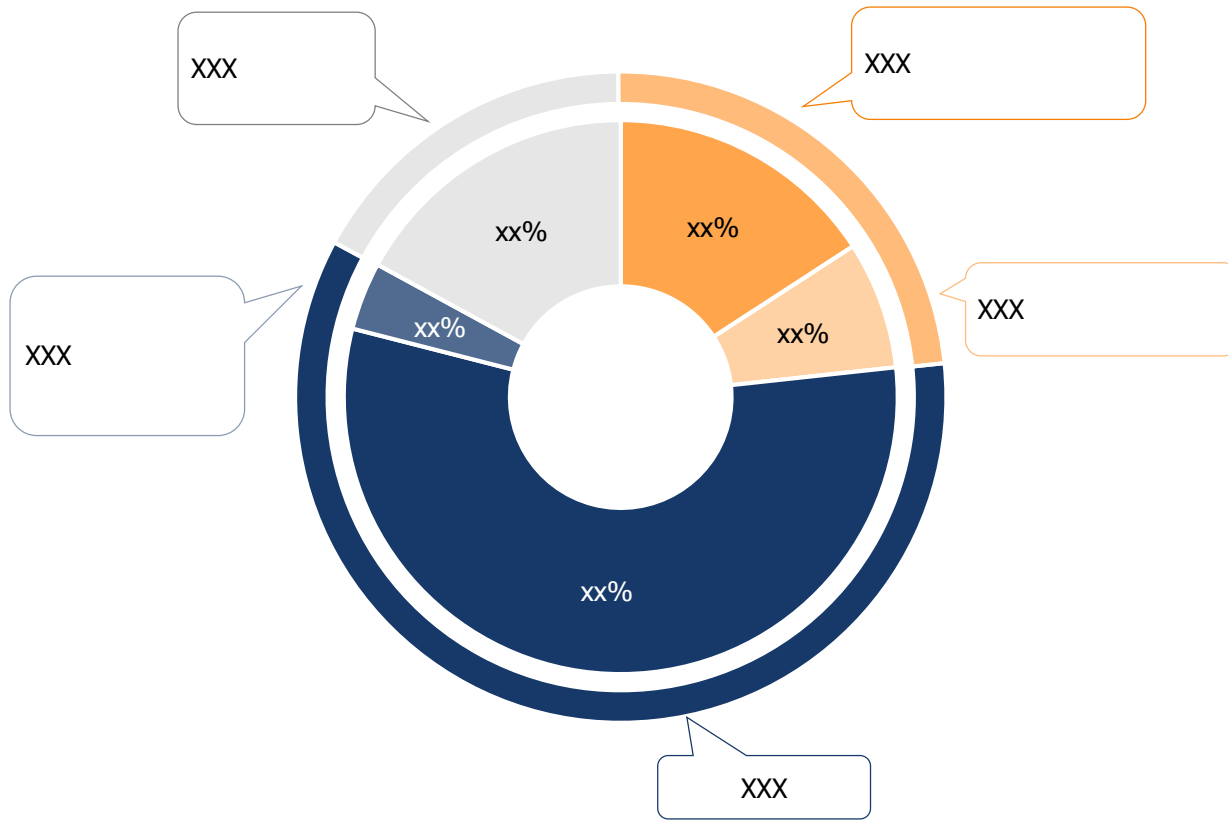
### Онбординг



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 1 000+ держателей активных дебетовых карт, 2023 г.

## Желание видеть в онлайн-банке личные данные

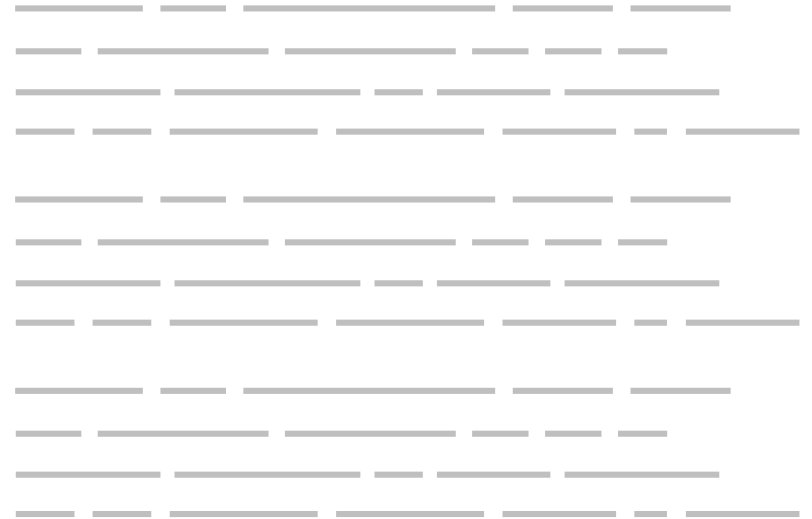
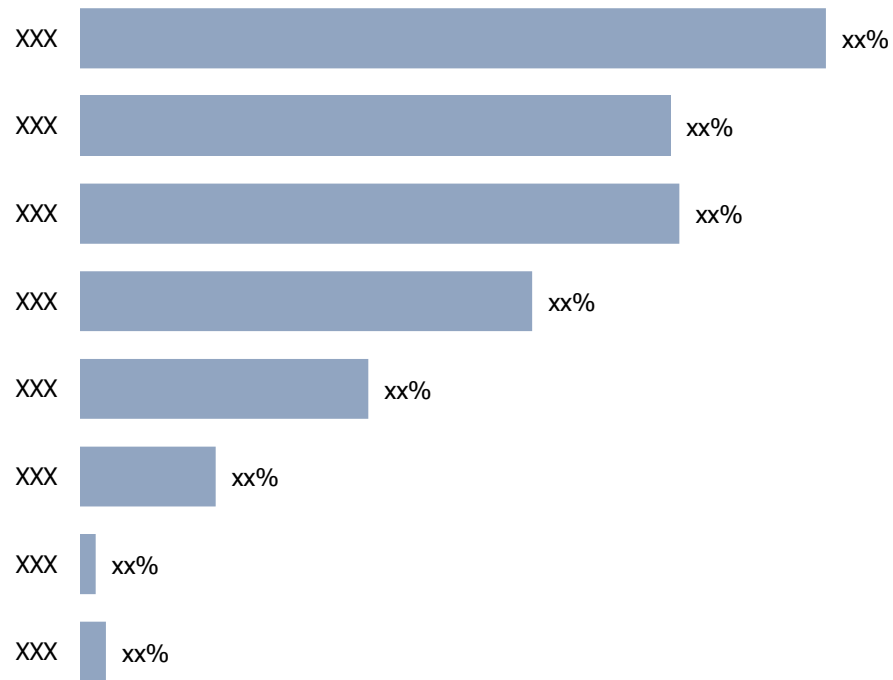
Хотели бы видеть в онлайн-банке данные личных документов?, % респондентов





## Оплата услуг через онлайн-банк

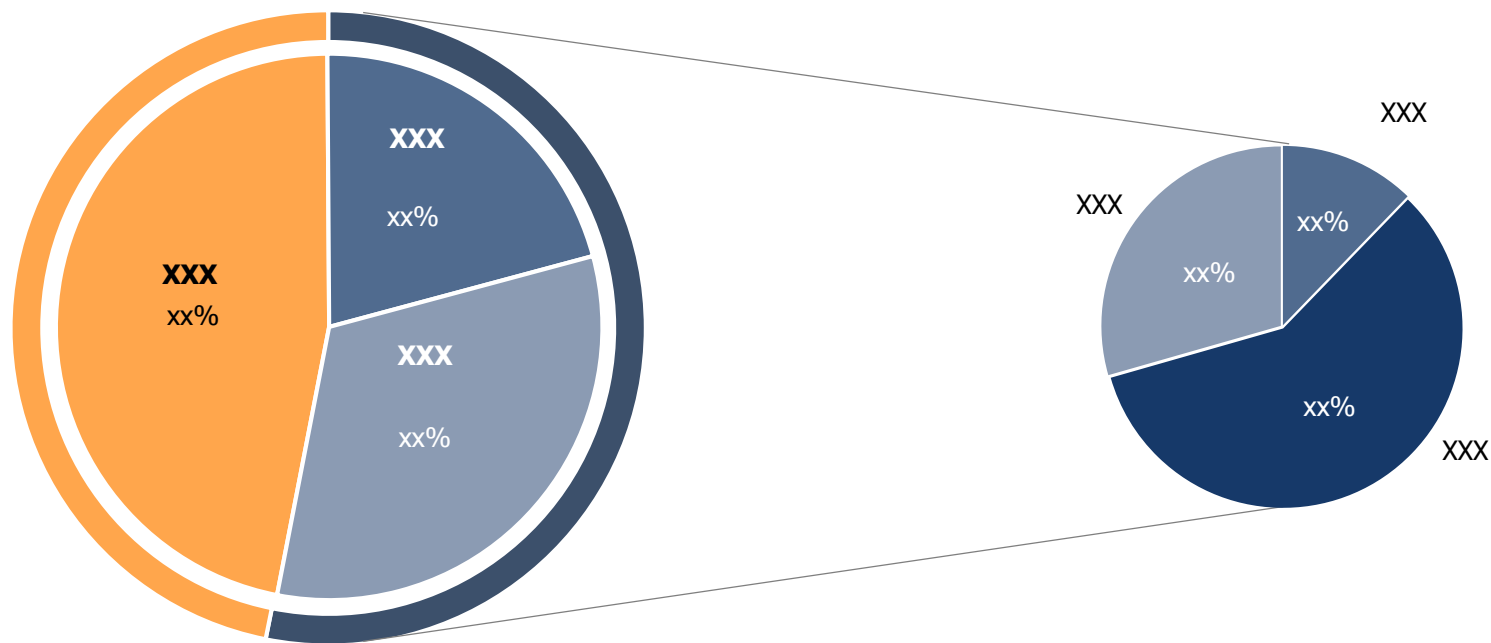
Какие услуги вы оплачиваете через мобильное приложение / интернет-банк? , % респондентов



## Оплата телефоном

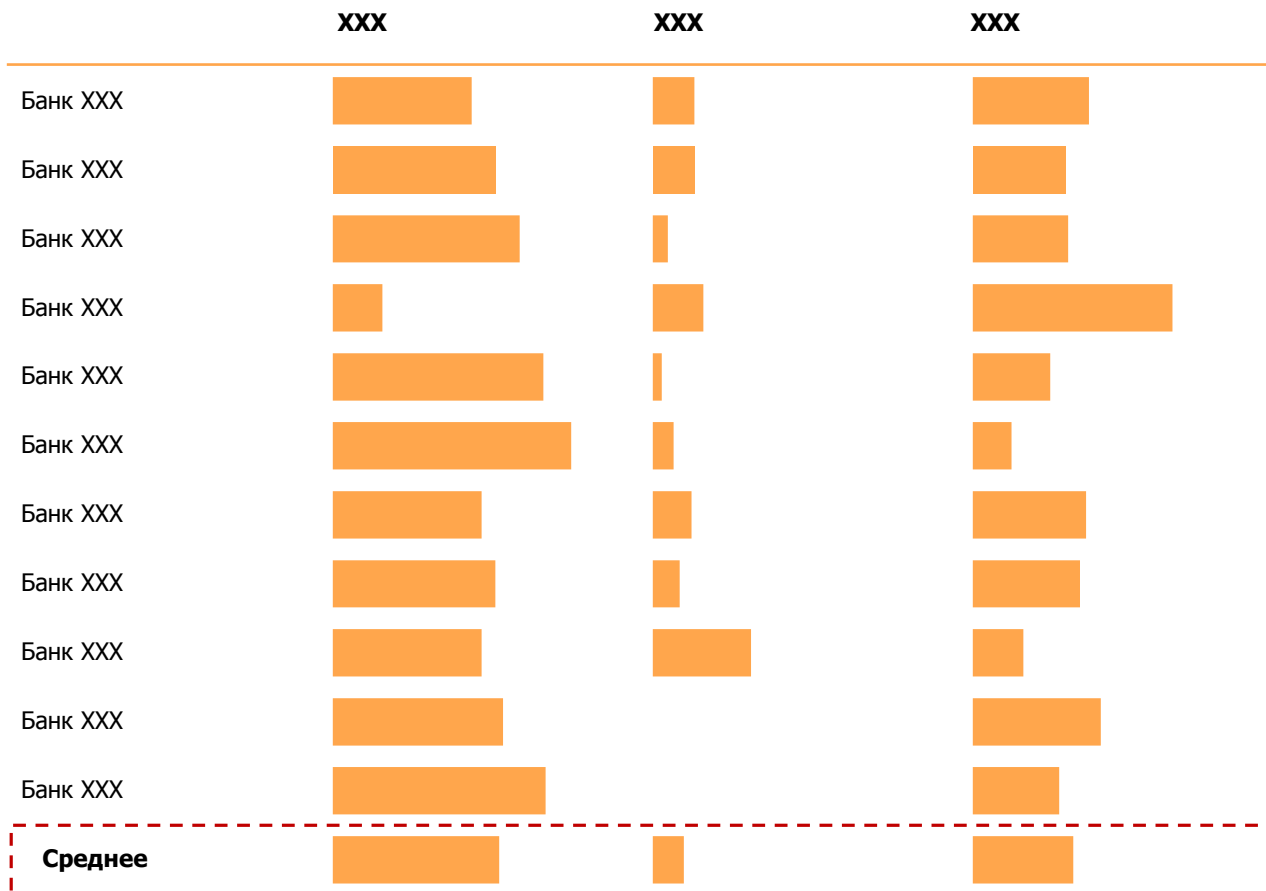
XXX, % респондентов

XXX, % респондентов



## Отслеживание начисления кешбэка/бонусов

Следите ли вы в истории транзакций за начислением бонусов / кешбэка по каждой конкретной покупке?, % респондентов



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 1 000+ держателей активных дебетовых карт, 2023 г.

# **4 Исследование клиентского пути открытия новой дебетовой карты**

## Клиентское исследование дебетовых карт: CJM



### Что исследуем?

- Клиентский путь оформления дебетовой карты в двух каналах: дистанционный (сайт банка) и получение карты в отделении банка или курьером, очный визит в отделение банка либо получение в партнерской точке
- Решение проблемных ситуаций (чат, колл-центр, поиск в приложении)
- Действия/коммуникации банка по активации клиента, его транзакционной активности и кросс-продажам



**Выборка. 75-150 тайных покупателей.** В каждом банке учтем 3-6 успешных тестов с выдачей дебетовой карты в зависимости от наличия офлайн и онлайн сценариев.



### 2 сценария исследования пути оформления карты:

1. **Оффлайн.** Тайные покупатели оформят дебетовую карту путем непосредственного визита в банк.
2. **Цифровой путь.** Тайные покупатели подадут заявку на дебетовую карту на сайте банка с использованием компьютера или смартфона и протестируют вспомогательные опции заполнения заявки и получения карты.

На этапе одобрения заявки будет учтена скорость ее рассмотрения, а также сопутствующие коммуникации от банка.

Дальнейшие действия будут выполняться в зависимости от условий банка – дистанционное оформление и получение карты или личный визит в офис.



**Практическая значимость.** Выявим узкие места в клиентском пути оформления и обслуживания дебетовой карты и на основе анализа представим рыночные стандарты и лучшие практики



## Методика исследования



### Требования к «тайным покупателям»

Исследование клиентского пути проводится **для новых клиентов** - тайный покупатель не должен являться действующим клиентом тестируемого банка

Пол, возраст – нет ограничений, распределяются рандомно при рекрутировании тайных покупателей

Один тайный покупатель может тестировать клиентский путь в нескольких банках



### География исследования

В рамках одного банка проведем 3 замера: Москва, город-миллионник и регион с численностью менее 400 тыс. чел.

В рамках одного банка тестируемые локации должны находиться в разных частях РФ (европейская и азиатская)

Весь клиентский путь тестируется в одной локации (город подачи заявки и выдачи карты должен совпадать с городом обслуживания и закрытия карты)



### Точки CJM

1. Заявка – подача заявки на сайте или в отделении
2. Идентификация клиента – в момент доставки карты или при визите в отделение
3. Получение карты
4. Онбординг в мобильном приложении
5. Коммуникации с банком
  - По доставке и получению карты
  - По активации в мобильном приложении
  - По стимулированию транзакционной активности
  - Кросс-продажи
6. Закрытие карты

### Тестируемые банки

- 1.Сбербанк
- 2.ВТБ
- 3.Альфа-Банк
- 4.Газпромбанк
- 5.Тинькофф Банк (только онлайн)
- 6.Райффайзен Банк
- 7.Открытие
- 8.Россельхозбанк
- 9.Почта Банк
- 10.Росбанк
- 11.Промсвязьбанк
- 12.Банк Санкт-Петербург
13. МКБ
14. Совкомбанк
15. Банк УРАЛСИБ
16. Банк Ак Барс
17. УБРиР
18. Банк Хоум Кредит
19. ОТП Банк
- 20.МТС Банк
21. АТБ
22. Банк Ренессанс Кредит

## Исследование клиентского пути

### 2 сценария

- 1. Офлайн путь.** Очный визит в отделение
- 2. Цифровой путь.** Подача заявки на карту на сайте банка, получение курьером / в отделении

**123** теста

в 22  
банках



**50+**

тайных  
покупателей

**2 канала:**

онлайн и  
офлайн



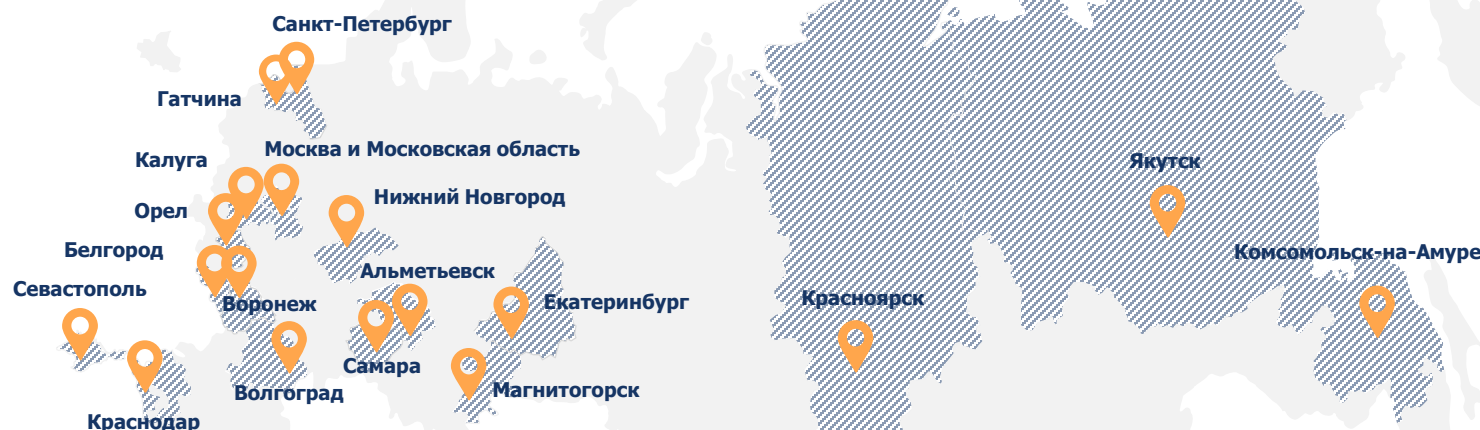
Выпуск карт в



**27**  
городах

**3 локации**

Москва  
миллионник  
город до 400 тыс. чел.



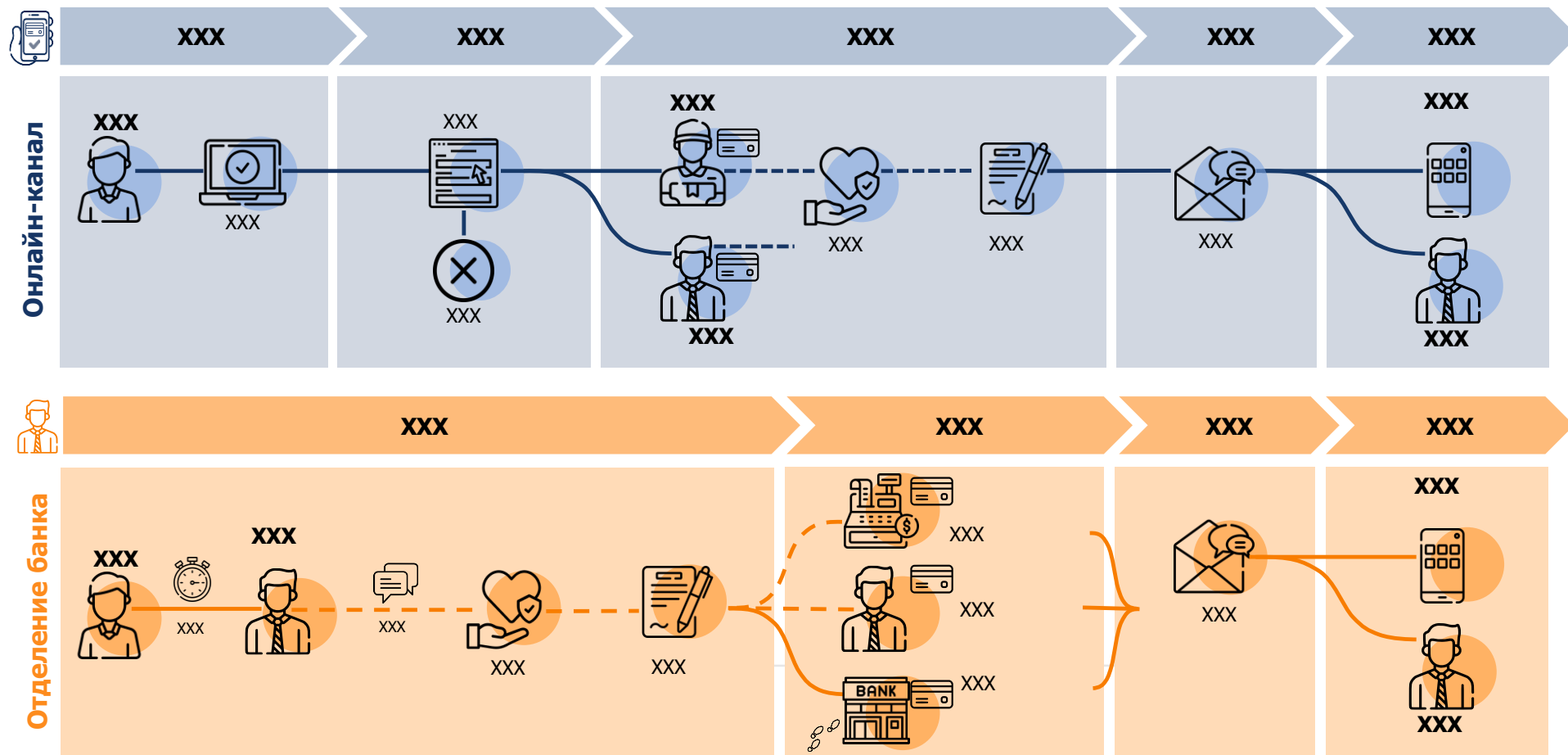
### Лучшие практики:

- Оформление и получение карты полностью дистанционно **XX/22**
- Возможность онлайн-выбора всех необходимых параметров доставки карты **XX/22**
- Консультация по основным параметрам выдаваемой карты проведена в отделениях банка во всех тестируемых локациях **XX/22**

### Худшие практики:

- Навязчивый или принудительный кросс-селл при выдаче карты как в офлайн-, так и в онлайн-канале **XX/22**
- Введение клиента в заблуждение сотрудниками отделения об условиях обслуживания карты на этапе ее активации **XX/22**
- Повторное посещение отделения для выдачи карты **XX/22**

## Клиентский путь: XXX





## Клиентский путь онлайн: оформление дебетовой карты (Банк XXX)

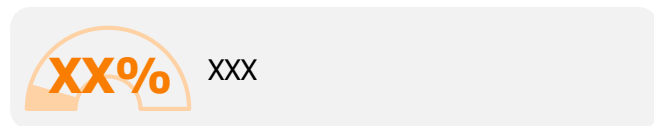
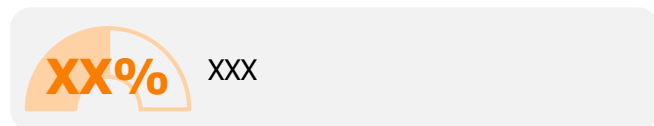
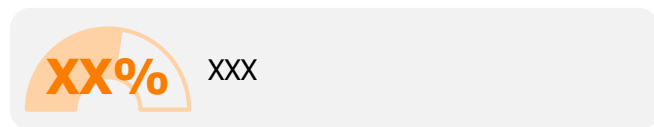
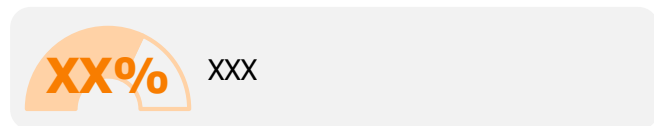
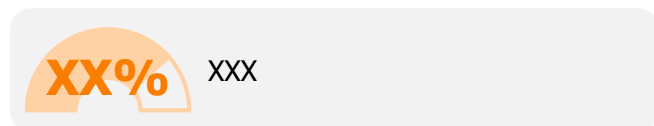
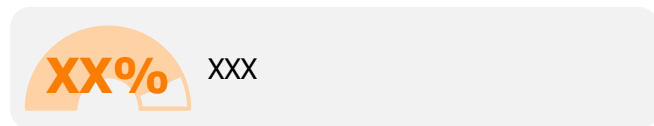


## Клиентский путь онлайн: оформление дебетовой карты (Банк XXX)

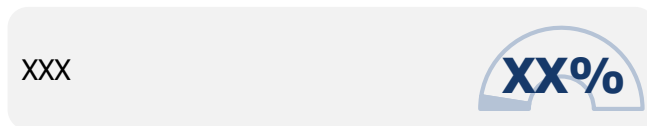
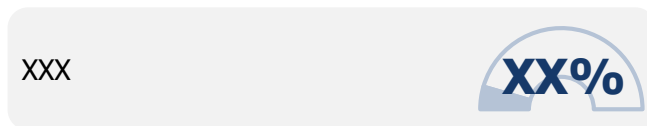
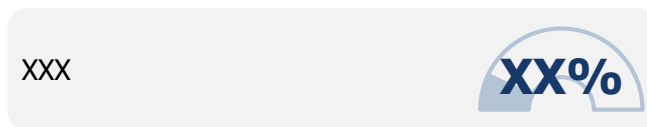
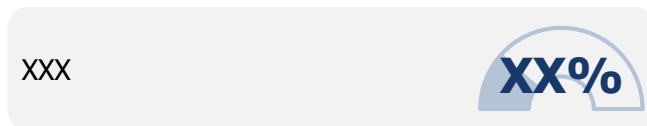
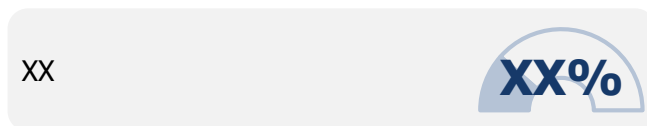
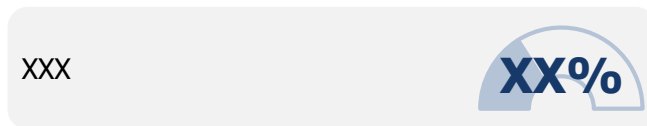


## Основные выводы: XXX

### Позитивный клиентский опыт



### Негативный клиентский опыт



XXX

# **5 Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских reward- программ**

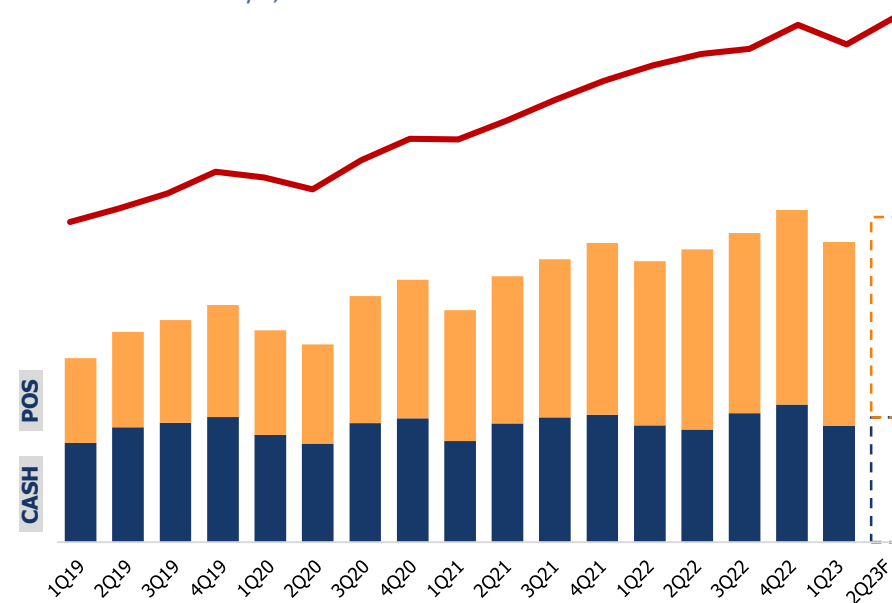
## **5.1 Анализ продуктового предложения дебетовых карт с reward-программами в 2023 г.**

## Основные тенденции развития рынка reward-программ в 2023 г. (1/2)

### Корректировка продуктового предложения

Обороты по банковским картам, млрд руб. и число активных карт, млн ед.

Число активных карт, млн шт.



Покупки и снятие наличных по картам, млрд руб.

Источник: ЦБ РФ

## Основные тенденции развития рынка reward-программ в 2023 г. (2/2)

### Появление новых предложений на рынке

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

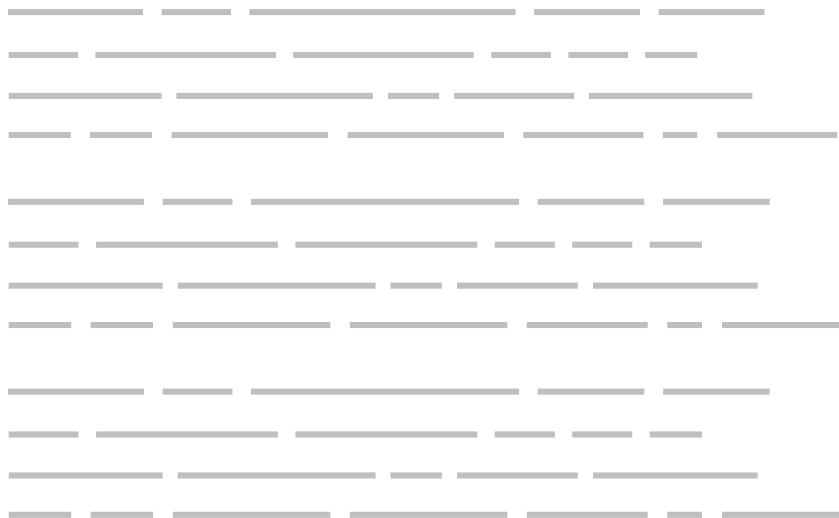
### Повышение привлекательности условий действующих линеек для удержания и увеличения клиентской базы

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Привлечение новых клиентов с помощью акционных предложений

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Основные индикаторы рынка reward-программ



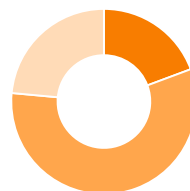
### Основные индикаторы рынка банковских reward-программ, 2 квартал 2023

Показатели	Массовый сегмент		Премиальный сегмент	
	2Q2023	Δ к 1Q2023*	2Q2023	Δ к 1Q2023*
Средний лимит начисления вознаграждения (cap rate), руб./мес.	XXX	-XXX	XXX	-XXX
Средняя выгода, % от трат	XX%	-	XX%	-
Средняя стоимость обслуживания, руб. в год	XXX	+XXX	XXX	-XXX
	XXX	-XXX	XXX	+XXX

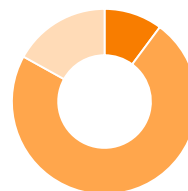
XXX

- Бесплатные карты
- Карты с бесплатным обслуживанием при соблюдении условий
- Платные карты

Дебетовые карты  
Сегмент Affluent



Кредитные карты  
Сегмент Affluent



Источник: Frank RG

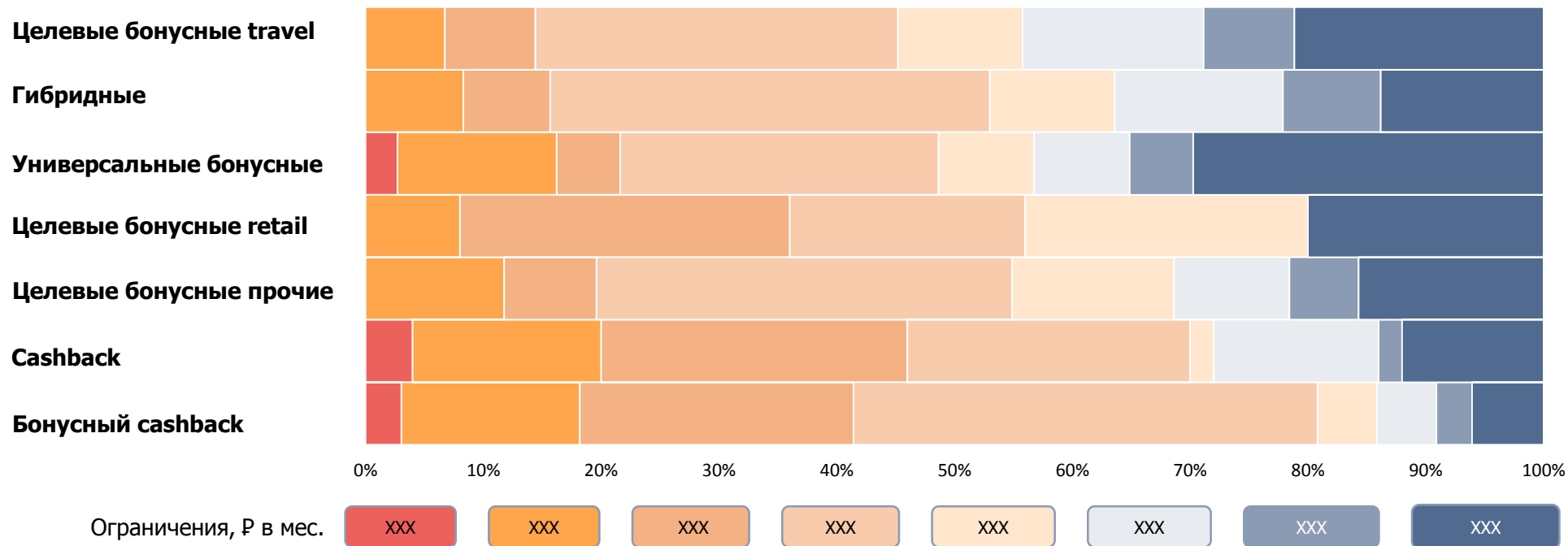
\*На 01.07.2023 г. по отношению к предыдущей оценке рынка на 01.04.2023 г. в рамках «Мониторинга банковских карт с reward-программами»



## Ограничение суммы начисляемой выгоды: массовые карты (1/2)

Ограничения выгоды

Распределение reward-программ по размеру ограничения суммы начисляемой выгоды в месяц (cap rate) в массовом сегменте, % от общего количества программ



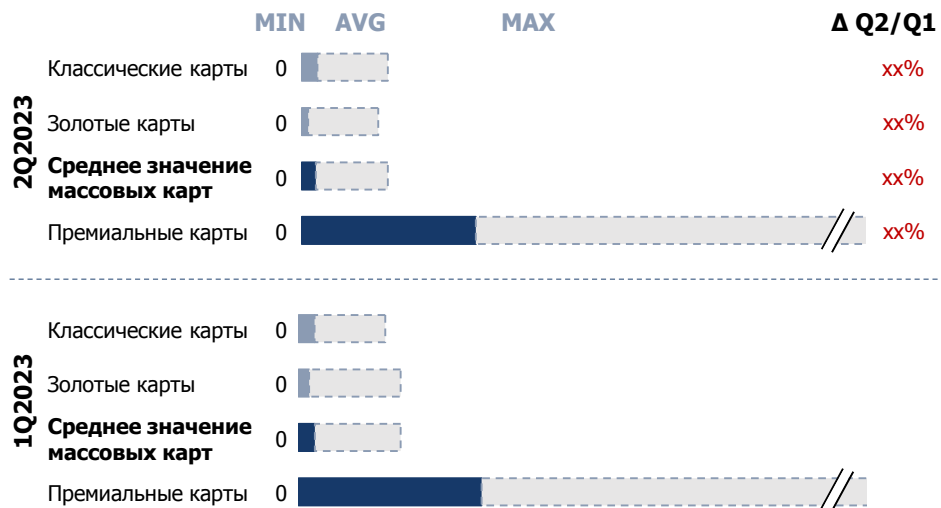
### Ключевые изменения


Источник: Frank RG, 2023 г.

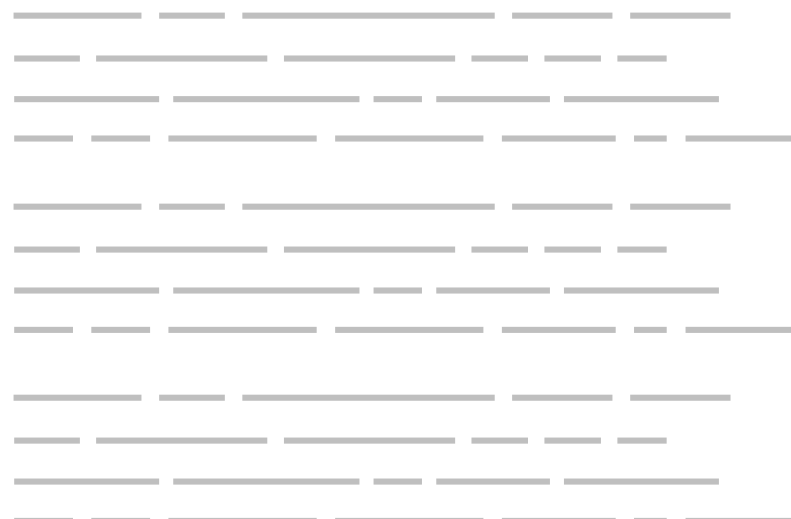
## Стоимость обслуживания ... для дебетовых карт

Стоимость карт

Дебетовые карты: средняя, минимальная и максимальная стоимость обслуживания\*, Р в год



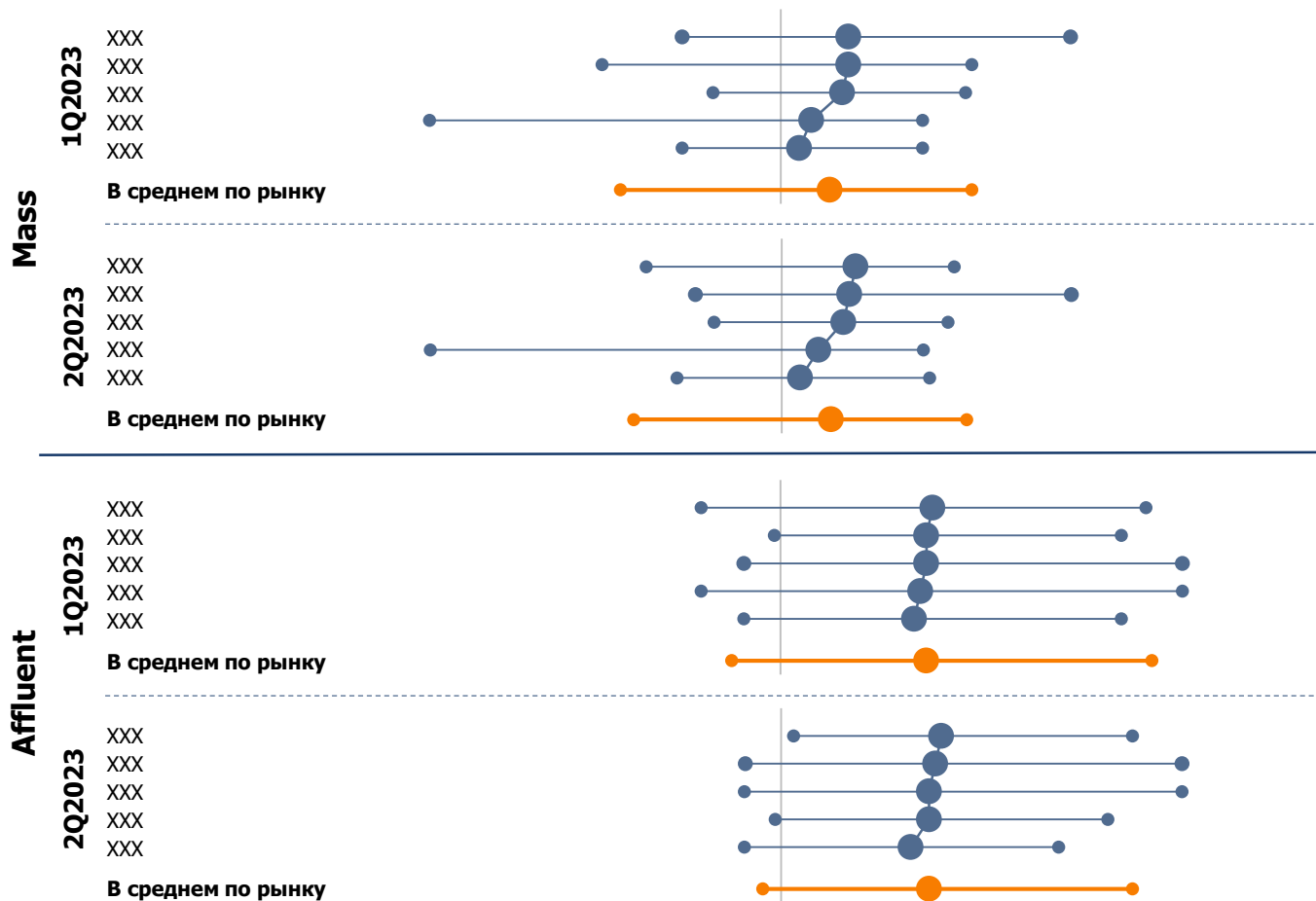
Источник: Frank RG, 2023 г.



\* Включая выпуск карты, годовое обслуживание, плату за подключение программ лояльности. Стоимость СМС-информирования не учитывается.

## Значение средней выгоды ...

Динамика средней, минимальной, максимальной выгоды по типам reward программ, % от POS-оборота по карте



Выгода

### Сегмент Mass



### Сегмент Affluent

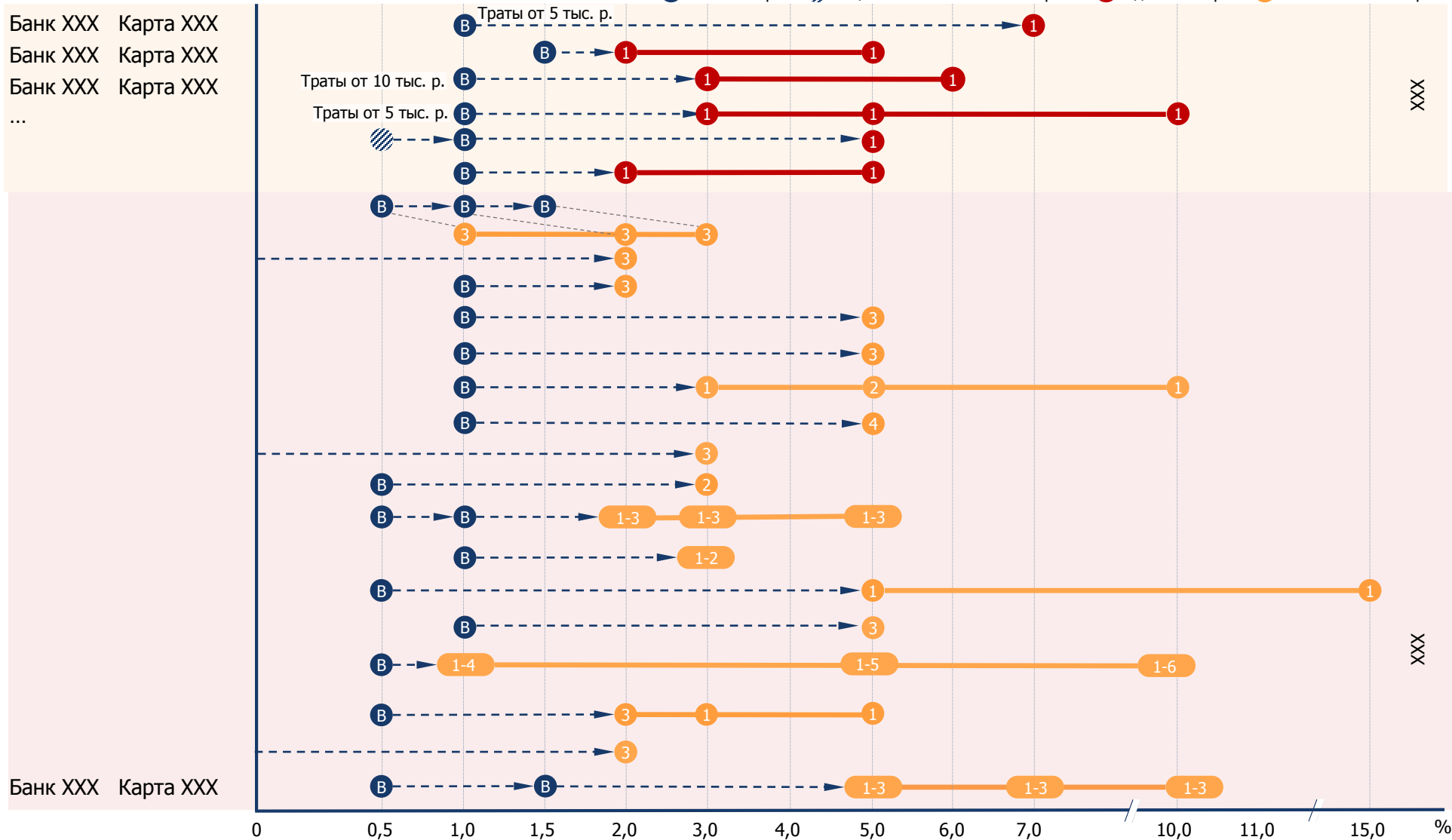


Источник: Frank RG, 2023 г. Расчет на профилях трат «Базовый», сегменты Mass Regions и Affluent Moscow (см. Приложение 2).

Массовые карты

# Основные механики reward-программ флагманских карт


B Все категории 
 ▨ Социально-значимые категории\* 
 K Одна категория 
 K Несколько категорий




\*Включают в рамках условий банка УБРИР розничную продажу продуктов, оплату топлива, медицинские услуги, услуги образования и услуги организаций культуры.  
 Источник: Frank RG, публичные тарифы банков на 01.07.2023, без учета партнерских начислений

## Исследуемые reward-программы банков: 2023

Банк	Cashback	Бонусный cashback	Универсальная бонусная	Целевая бонусная (retail)	Целевая бонусная (travel)	Целевая бонусная (прочие)	Гибридная	Сбережения	Заемщик
Банк XXX	1	—	—	—	5	—	—	—	—
Банк XXX	2	✓ <sub>1</sub>	—	✓ <sub>4</sub>	✓ <sub>4</sub>	✓ <sub>1</sub>	2	—	—
Банк XXX	1	3	—	2	3	—	—	—	—
Банк XXX	5	—	—	—	—	—	—	—	—
Банк XXX	—	3 2	—	—	—	1	—	—	—
Банк XXX	2	4	—	—	—	—	—	—	—
Банк XXX	—	2	—	—	—	—	—	—	—
Банк XXX	7 ✓ <sub>1</sub>	—	—	—	1	✓ <sub>1</sub>	1	1	—
Банк XXX	—	✓ <sub>1</sub>	✓ <sub>1</sub>	1	✓ <sub>1</sub>	—	2	—	—
Банк XXX	2 ✓ <sub>2</sub>	1	—	—	✓ <sub>2</sub>	2	2	—	—
Банк XXX	2	—	—	—	—	—	—	—	—
Банк XXX	—	—	✓ <sub>1</sub>	—	✓ <sub>1</sub>	—	2	—	—
Банк XXX	1	2	—	1	—	—	—	—	—
Банк XXX	—	2	—	—	—	—	—	—	—
Банк XXX	4	—	—	—	—	1	—	—	—
Банк XXX	2	1	—	—	—	—	—	—	—
Банк XXX	—	✓ <sub>1</sub>	✓ <sub>1</sub>	2	✓ <sub>1</sub>	—	2	—	—
Банк XXX	—	5 ✓ <sub>1</sub>	—	—	—	✓ <sub>1</sub>	2	—	—

 существующие программы

 новые программы

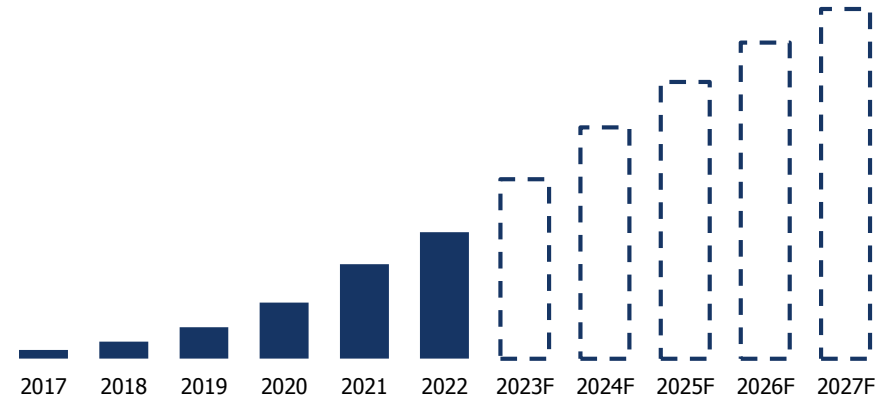
  опции гибридных программ

## **5.2   Международный опыт развития банковских дебетовых карт и reward- программ в 2023 г.**

## Необанки становятся ...

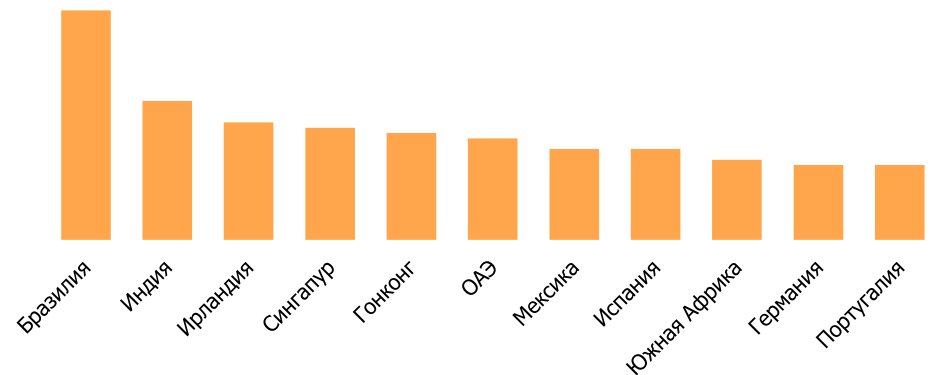


Объём транзакций через необанки, трлн дол.



Источник: Statista, 2022

Проникновение в необанки от населения страны, %

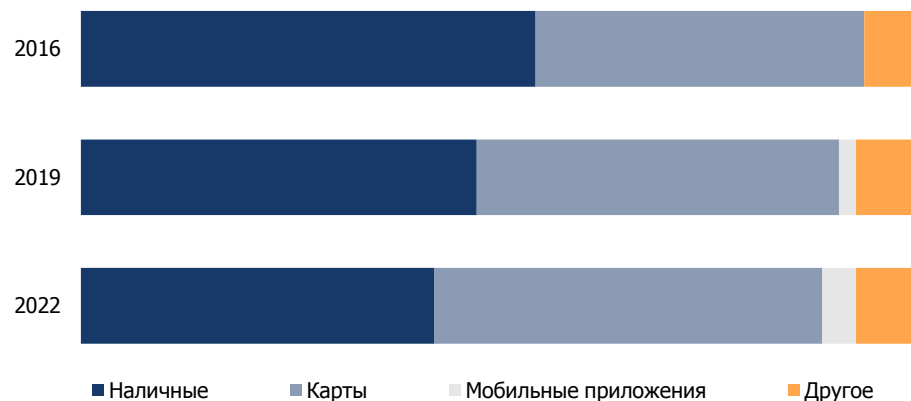


Источник: SEON, 2022

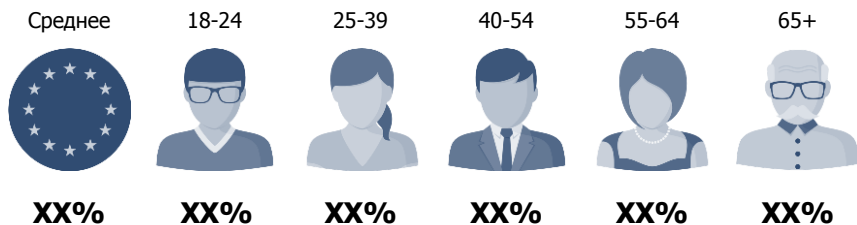
## Доля наличных в платежах в ЕС ...



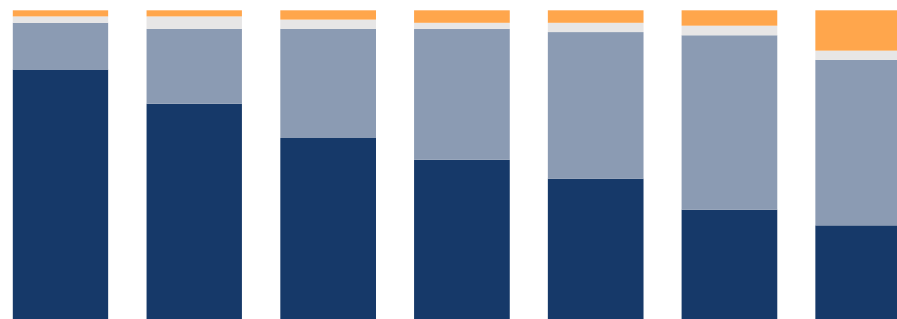
## Доля платежных инструментов, используемых в торговых точках, по сумме транзакций, %



## Доля совершаемых онлайн-покупок по возрастным категориям потребителей, %



## Доля POS-платежей по платежным инструментам, %

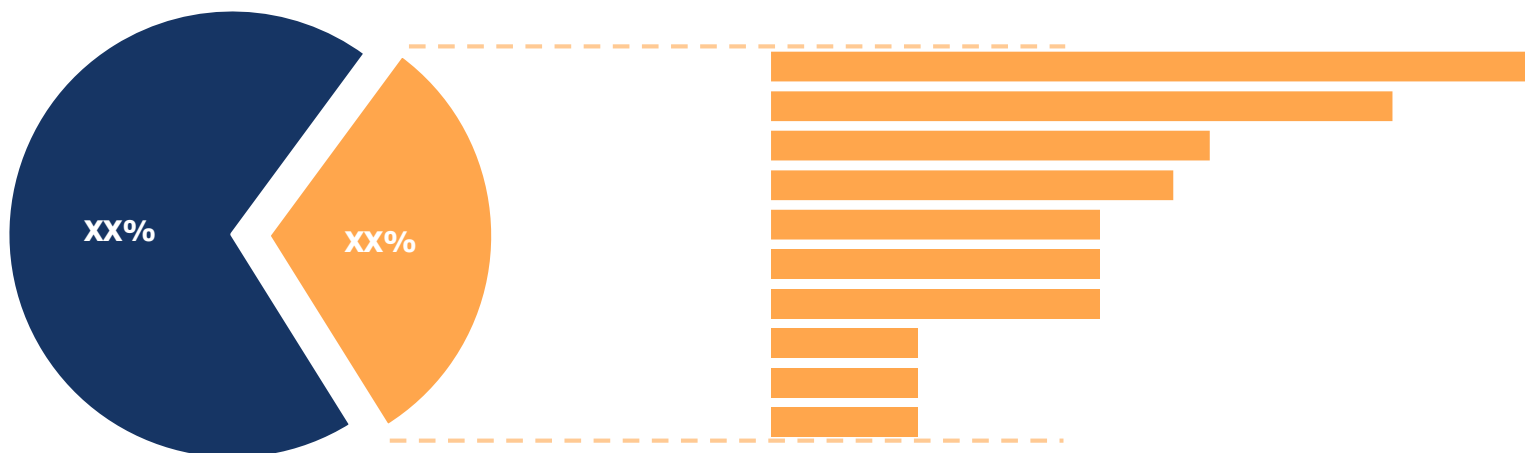




## Популярные инструменты оплаты

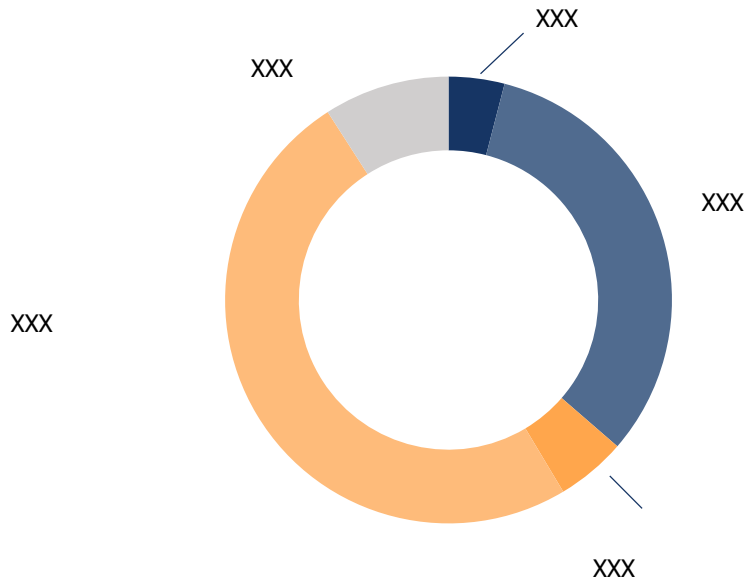


Предпочтения держателей дебетовых карт относительно инструментов оплаты в 2022 г., %



## Основное средство платежа в США

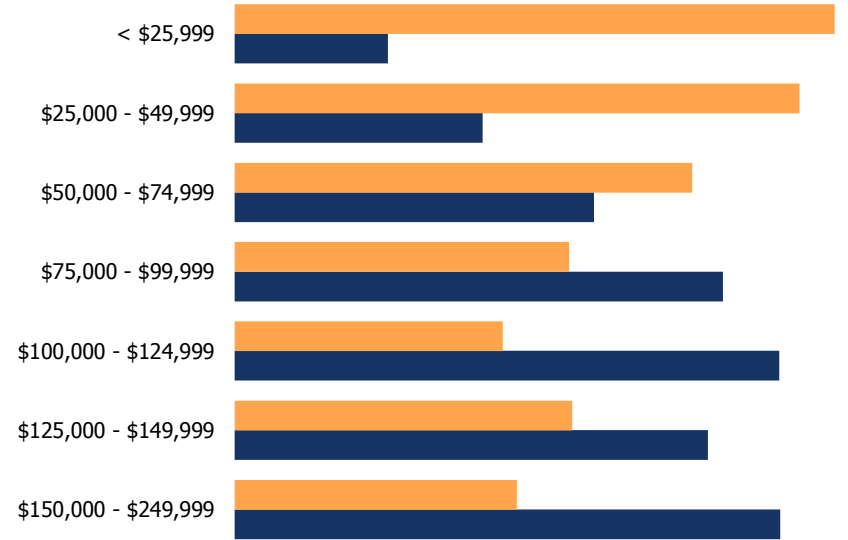
Чем обычно оплачивают покупки в США (по количеству платежей), %



Источник: Forbes, 2022



## Основная платежная карта семьи США по годовому доходу, %



Источник: S&P Global Market Intelligence, 2022



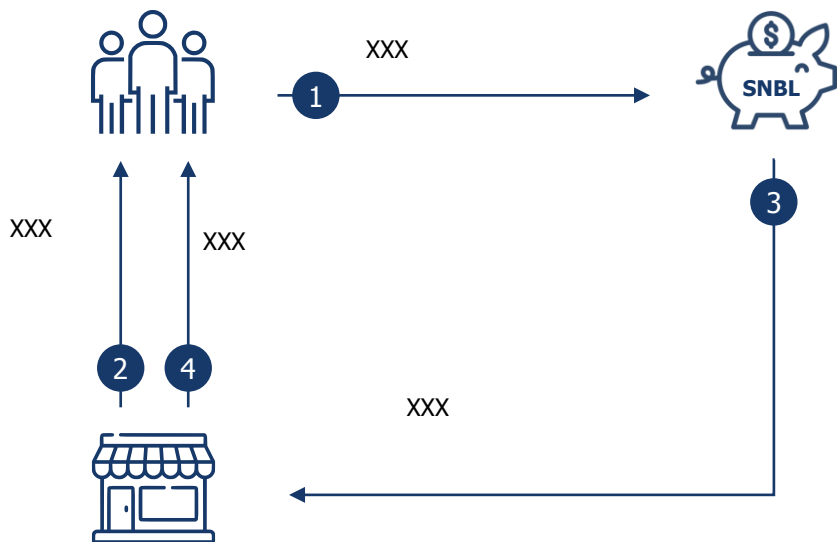
## XXX – альтернативные инструменты для разных типов потребителей

-----

-----

-----

### Механика работы сервисов



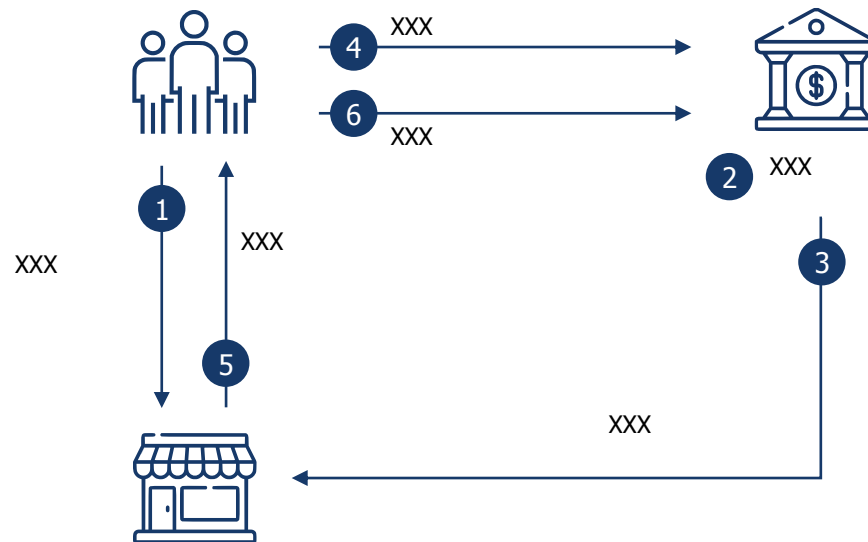
-----

-----

-----

-----

-----



-----

-----

-----

-----

## XXX – новый тренд рынка банковских продуктов

-----  
-----  
-----  
-----

- -----  
-----  
-----
- -----  
-----  
-----

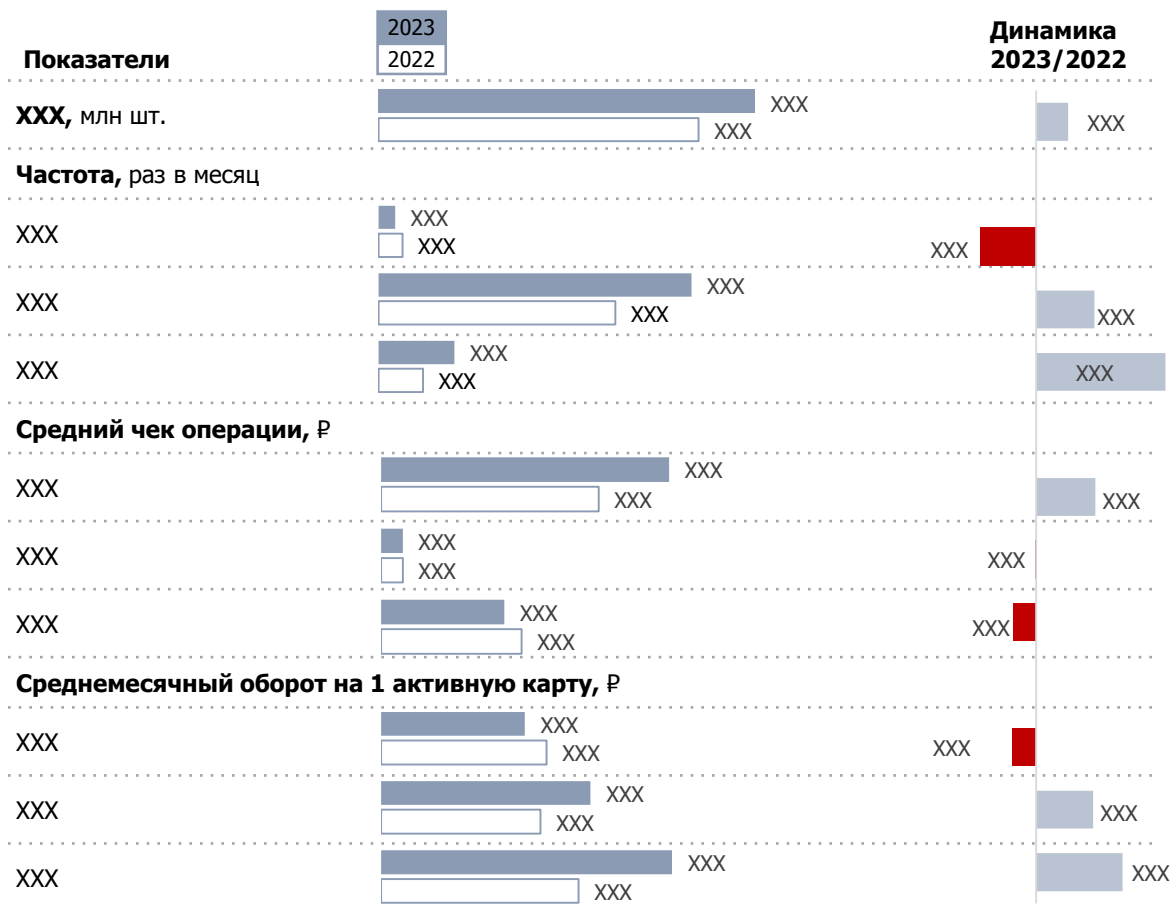
-----  
-----  
-----  
-----



# **6      Оценка рынка дебетовых карт**

## Основная статистика рынка платежных карт в РФ

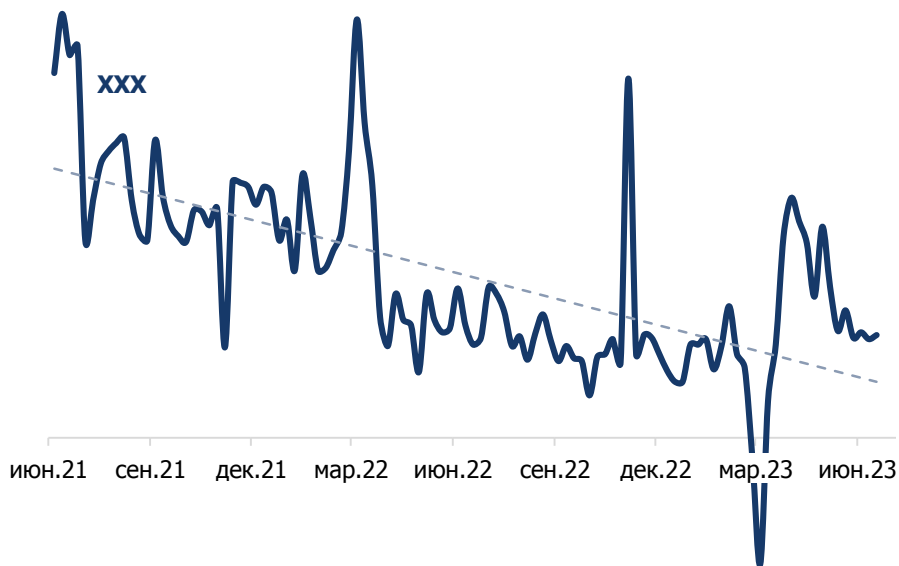
Показатели транзакционной активности банковских карт в РФ, 2022-2023 гг.



Источник: ЦБ РФ, расчеты Frank RG

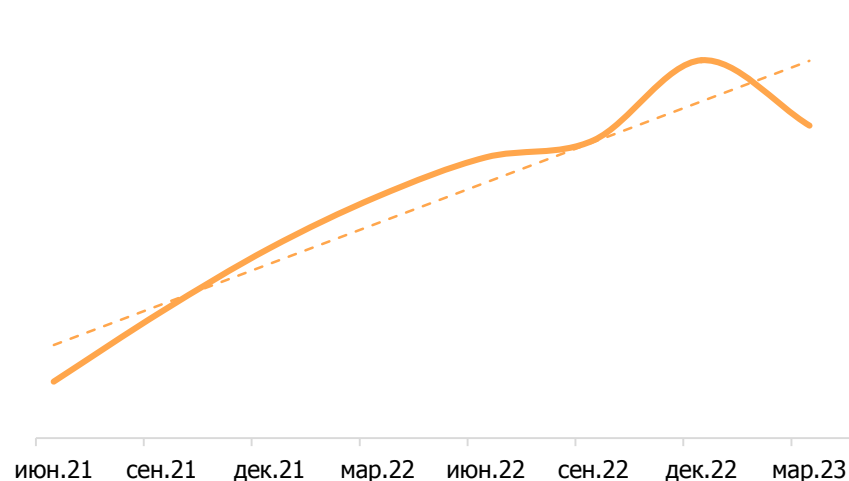
## Рост количества активных карт ...

Изменение потребительских расходов, в % к аналогичному периоду прошлого года



Источник: СберИндекс, 2022

Количество активных банковских карт, млн ед.



Источник: ЦБ РФ, 2022

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## Развитие платежных систем и рау-сервисов

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_


- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

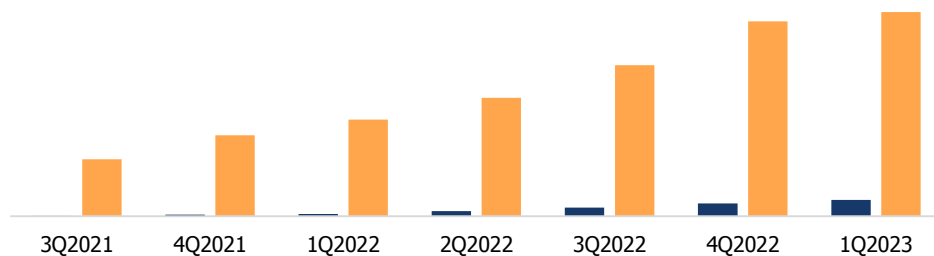


**XX XXX**

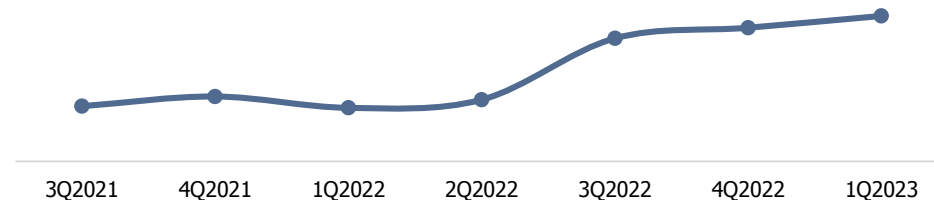
**XX XXX**

**XX XXX**

**Сумма переводов через СБП в России, трлн руб.,  
сумма совершенных покупок через СБП в России, трлн руб.**








**Доля переводов через СБП в объеме денежных переводов, %**




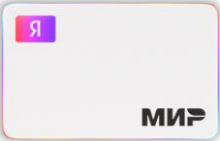



## Платежные стикеры: условия и функциональность

Банк	Условия пользования
XXX	 <span data-bbox="576 419 634 444">XXX</span>
XXX	 <span data-bbox="576 586 634 611">XXX</span>
XXX	 <span data-bbox="576 743 634 768">XXX</span>
XXX	 <span data-bbox="576 901 634 925">XXX</span>
XXX	 <span data-bbox="576 1048 634 1072">XXX</span>
XXX	 <span data-bbox="576 1205 634 1229">XXX</span>

Placeholder for detailed conditions and functionality text, consisting of multiple horizontal lines.

## Карты маркетплейсов

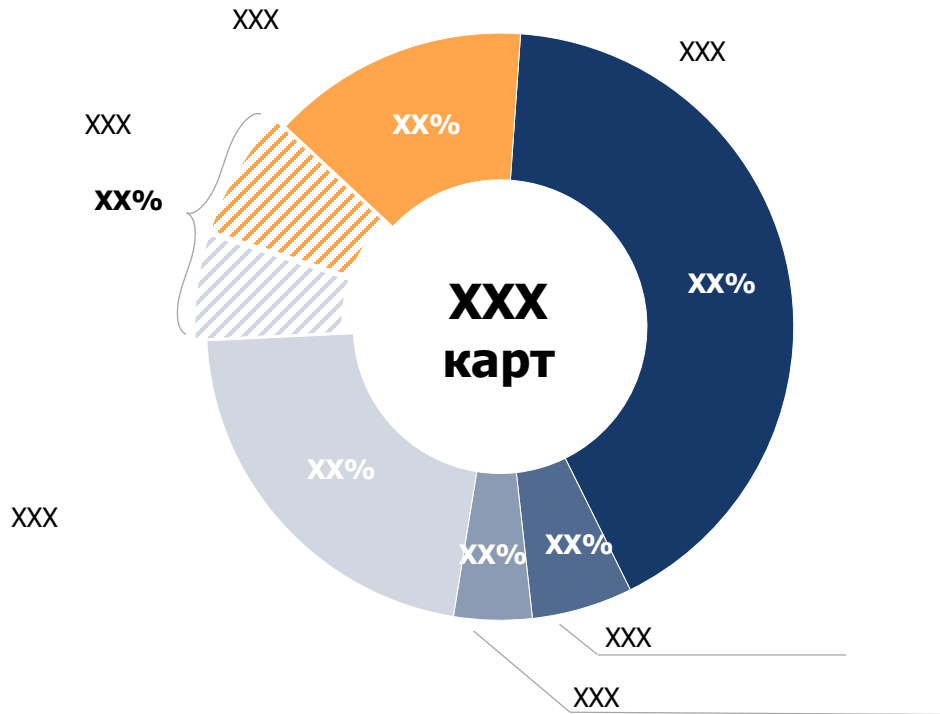
Карта	Количество пользователей	Условия пользования
<b>Ozon Карта</b> 	<b>XXX млн</b> пользователей	<ul style="list-style-type: none"><li>• XXX</li></ul>
<b>«Карта Плюса»</b> 	<b>XXX млн</b> пользователей	<ul style="list-style-type: none"><li>• XXX</li></ul>
<b>WB CARD</b> 	<b>XXX млн</b> пользователей	<ul style="list-style-type: none"><li>• XXX</li></ul>

# **7 Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки дебетовых карт**

## **7.1 Структура линейки**

## Флагманские карты составляют XX% линейки дебетовых карт

Структура линейки дебетовых карт, количество карт



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Источник: Frank RG, 2023 г.

## Начисление % на остаток: флагманы банков (1/2)

Банк	Карта	СКС				Накопительные/сберегательные счета			
		Min % ставка	Max % ставка	Условие для max % ставки	Способ расчета	Min % ставка	Max % ставка	Условие для max % ставки	Способ расчета
XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	*	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	*	*	*	XX%	XX%	XXX	XXX
XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX	XX%	XX%	XXX	XXX

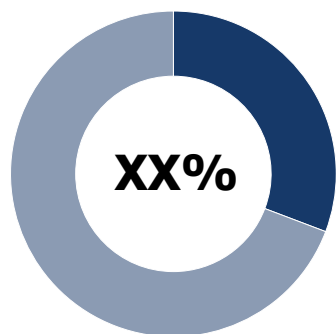
T – траты, O – остаток средств, П – пополнение, \* - начисление/условие отсутствует, \* - начисление прекращено в 2022-2023 гг.

Источник: Frank RG, 2023 г.

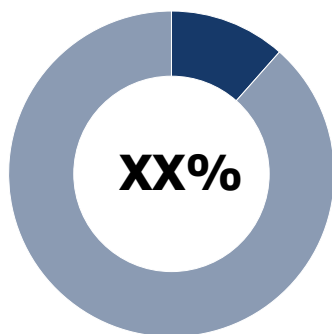
NEW

## Партнеры по снятию наличных через банкоматы

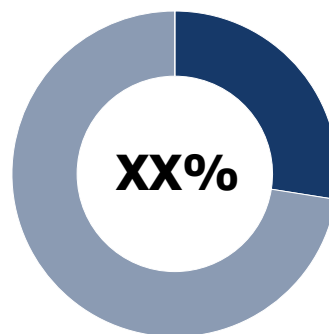
Распределение банков по широте партнерской банкоматной сети



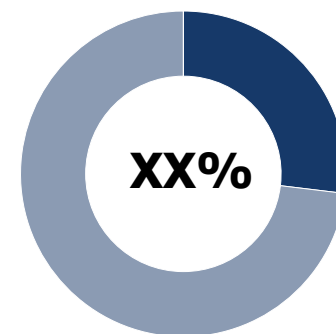
XXX



XXX



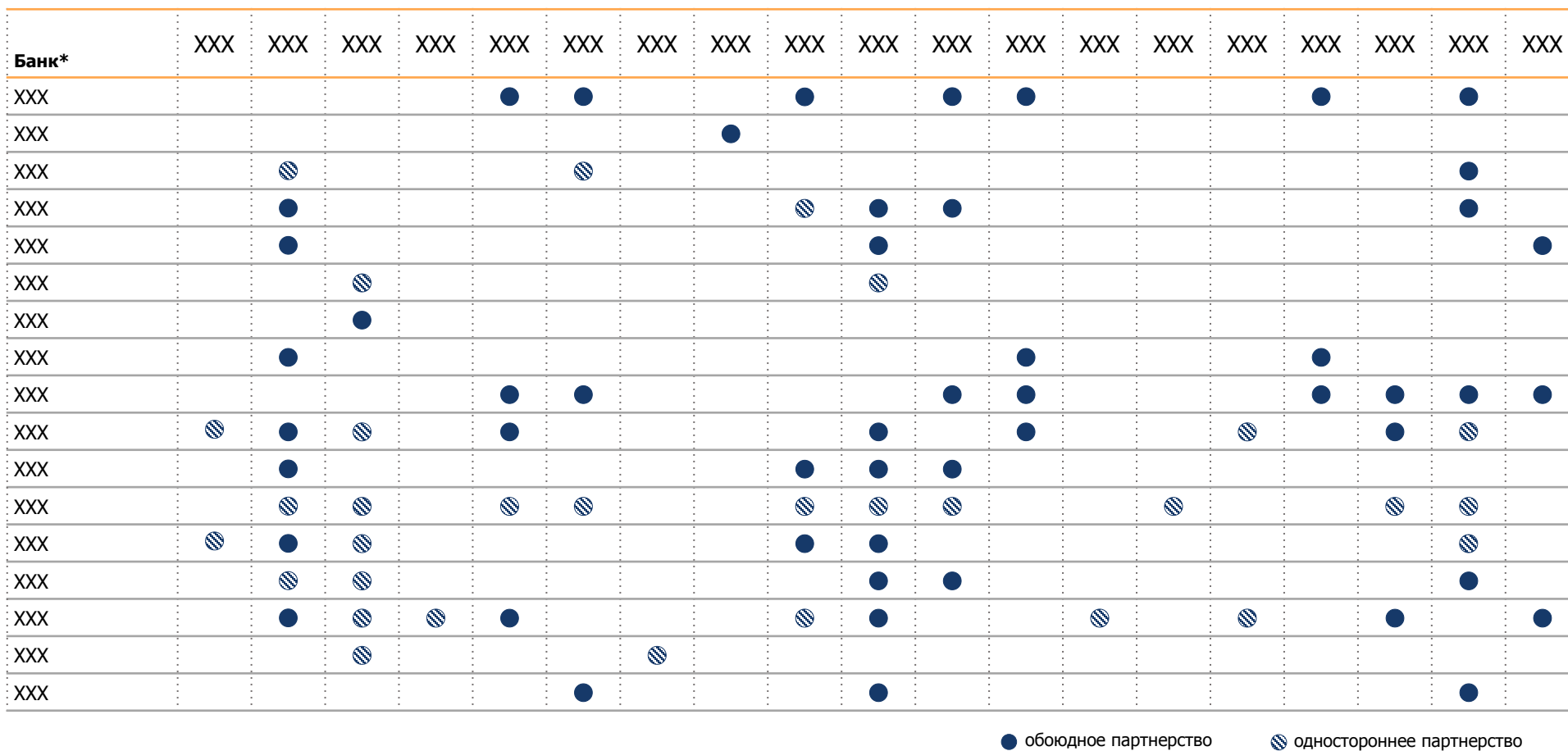
XXX



XXX

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## Наибольшее количество крупных банков-партнеров – у банка XXX



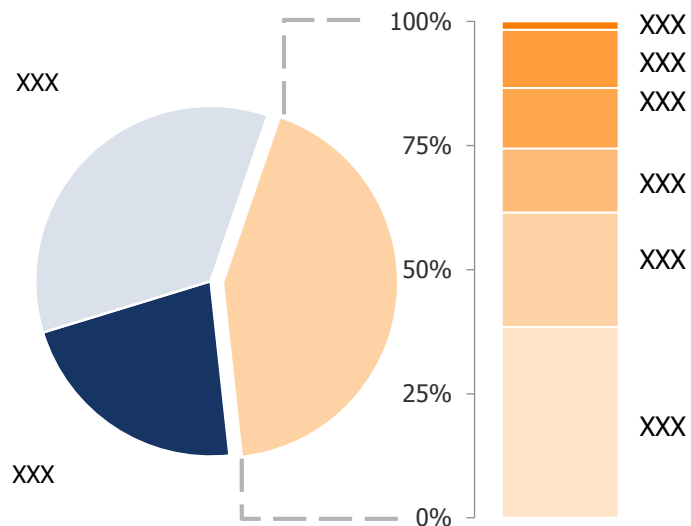


## Стоимость и программы лояльности по дебетовым картам: флагманы банков (1/2)

Банк	Флагманское предложение	Стоимость обслуживания					Программа лояльности					
		Выпуск	1-й год	2-й год	Критерии БО	SMS (в год)	Базовое начисление, min		Повышенное начисление, max		Тип программы лояльности	
							%	Условия	%	Кол-во категорий		Условия
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	XXX	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX	XXX р.	XX%	XXX	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	XXX	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX	XXX р.	XX%	XXX	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	*	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX	XXX р.	XX%	XXX	XX%	XXX	XXX	XXX
XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	*	XXX р.	XX%	XXX	XX%	XXX	XXX	XXX

## XXX – самый распространенный критерий бесплатного обслуживания

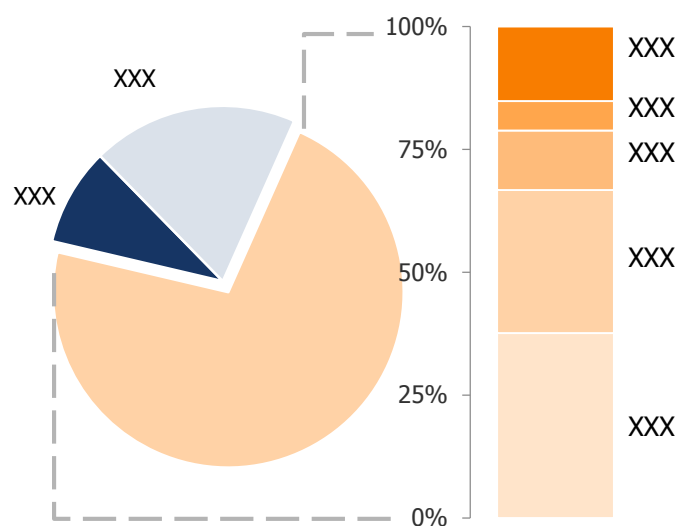
Критерии бесплатности обслуживания по дебетовым картам, количество карт (Сегмент Mass)



Источник: Frank RG, 2023 г.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Критерии бесплатности обслуживания по дебетовым картам, количество карт (Сегмент Affluent)

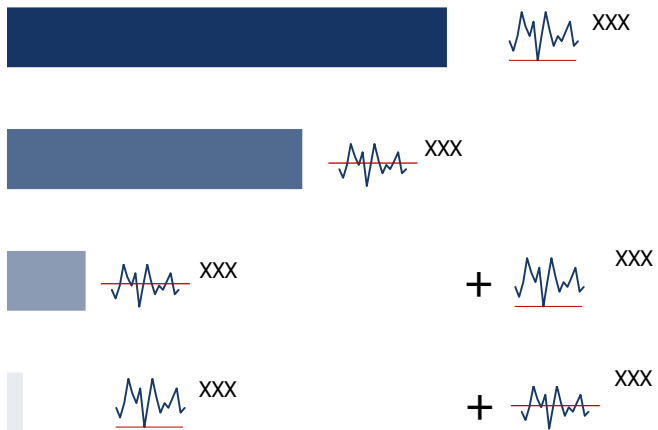


Источник: Frank RG, 2023 г.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## Выплата процентов на остаток

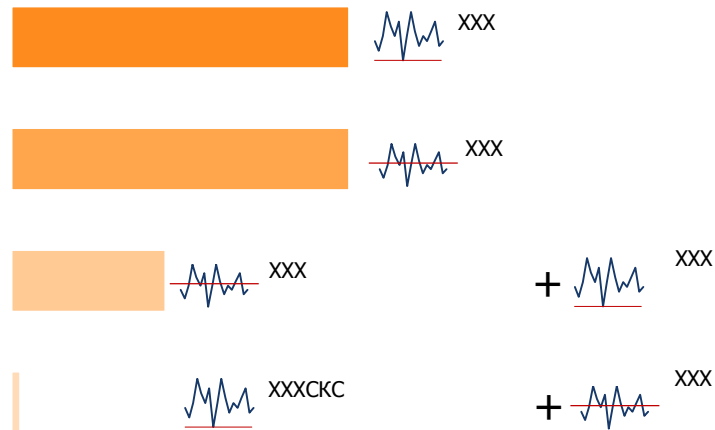
Распределение дебетовых карт по формуле выплаты %, количество карт (Сегмент Mass)



Источник: Frank RG, 2023 г.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Распределение дебетовых карт по формуле выплаты %, количество карт (Сегмент Affluent)



Источник: Frank RG, 2023 г.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

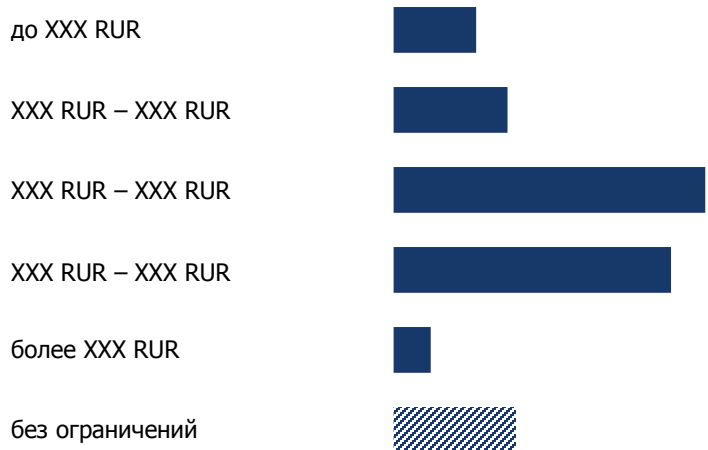
## Подписки вместо пакетов услуг

Услуга \ Банк	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX
Увеличенный лимит на бесплатные переводы	●	●	●	●		●	●	●		
Повышенные бонусы/кешбэк	●		●	●	●	●	●	●	●	●
Повышенный процент по вкладу/накопительному счету	●		●	●	●	●	●	●		●
Увеличенный лимит бесплатного снятия наличных в сторонних банкоматах	●		●					●		
Бесплатное информирование об операциях	●		●	●		●	●			
Бесплатное обслуживание карты	●			●		●				
Специальный курс продажи валюты					●					

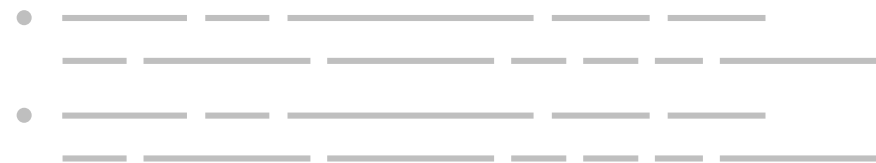
● Условия бесплатности

## Лимиты снятия наличных: разница сегментов

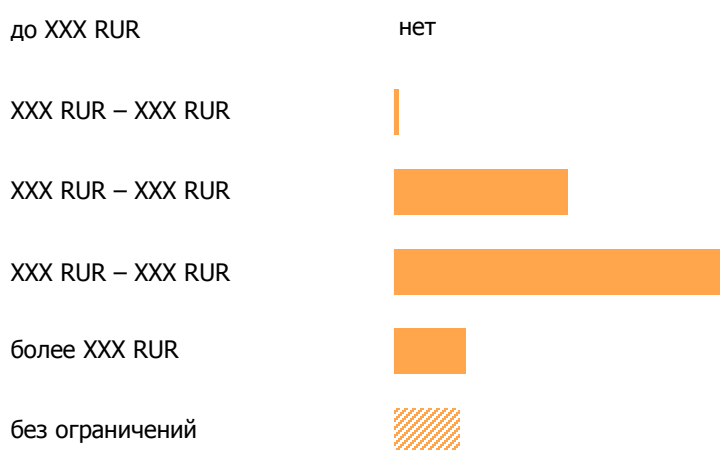
Максимальные лимиты в месяц, количество карт (Сегмент Mass)



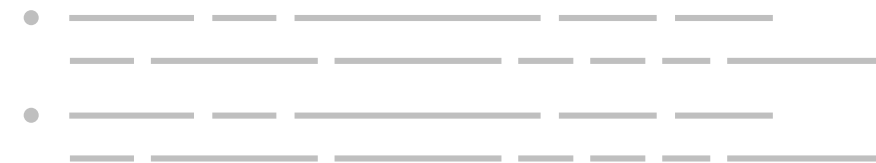
Источник: Frank RG, 2023 г.



Максимальные лимиты в месяц, количество карт (Сегмент Affluent)

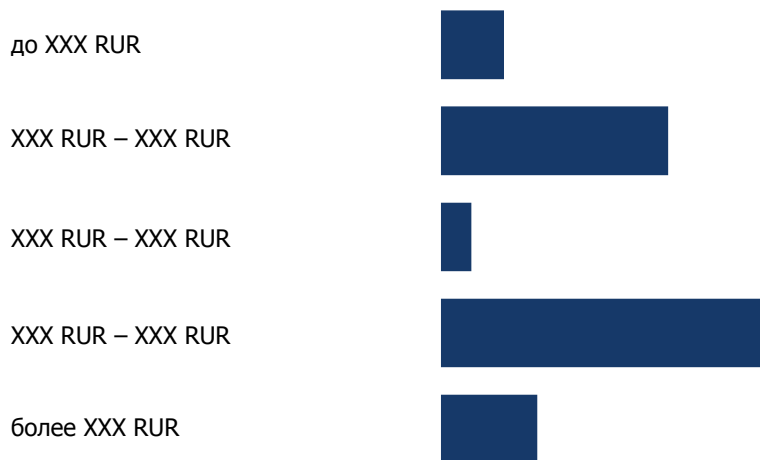


Источник: Frank RG, 2023 г.



## XX% карт предусматривают комиссию за внешние переводы

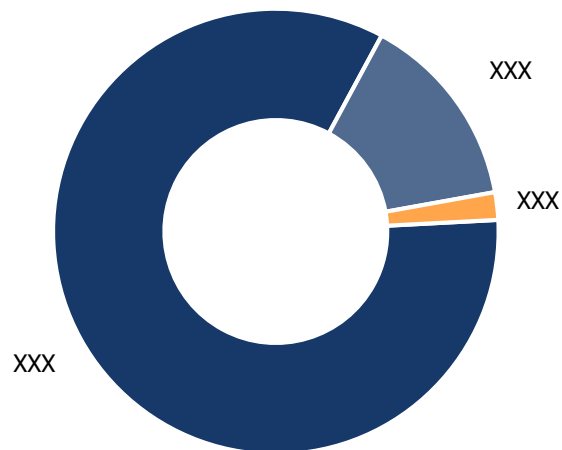
Максимальные лимиты на переводы в другой банк в месяц, количество карт



Источник: Frank RG, 2023 г.

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Комиссия за внешние переводы с карты на карту, количество карт



Источник: Frank RG, 2023 г.

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Дебетовые карты: рыночные стандарты, лучшие и худшие практики

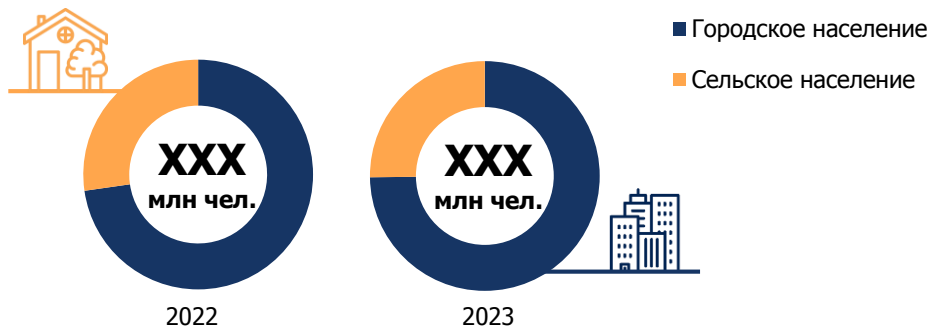
—	Рыночные стандарты	+
<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>	<p><b>Продуктовая линейка</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>
<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>	<p><b>Стоимость обслуживания</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>
	<p><b>Онлайн-банк</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>
<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>	<p><b>Доходы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	
<p>●—————● 0,5%                      1%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	<p>●—————● 1%                                      1,5%</p>
	<p><b>Переводы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>
<p>XXX: Банк XXX, Банк XXX...</p>	<p><b>Снятие наличных</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● —————</li> <li>—————</li> </ul>	

## **7.2 Детские и молодежные карты**



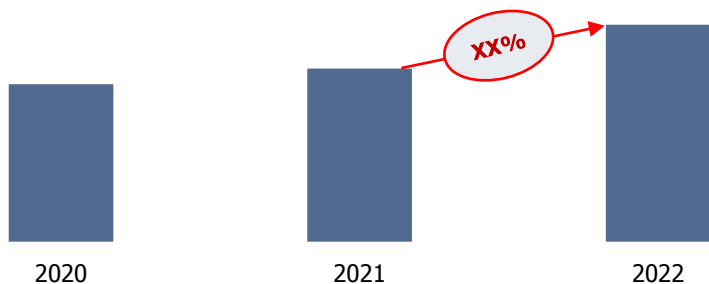
## Дети – XX% всего населения

Общее количество и распределение городского и сельского населения 6-21 лет на 1 января 2022 и 2023 гг., млн чел.



Источник: Росстат, 2023 г.

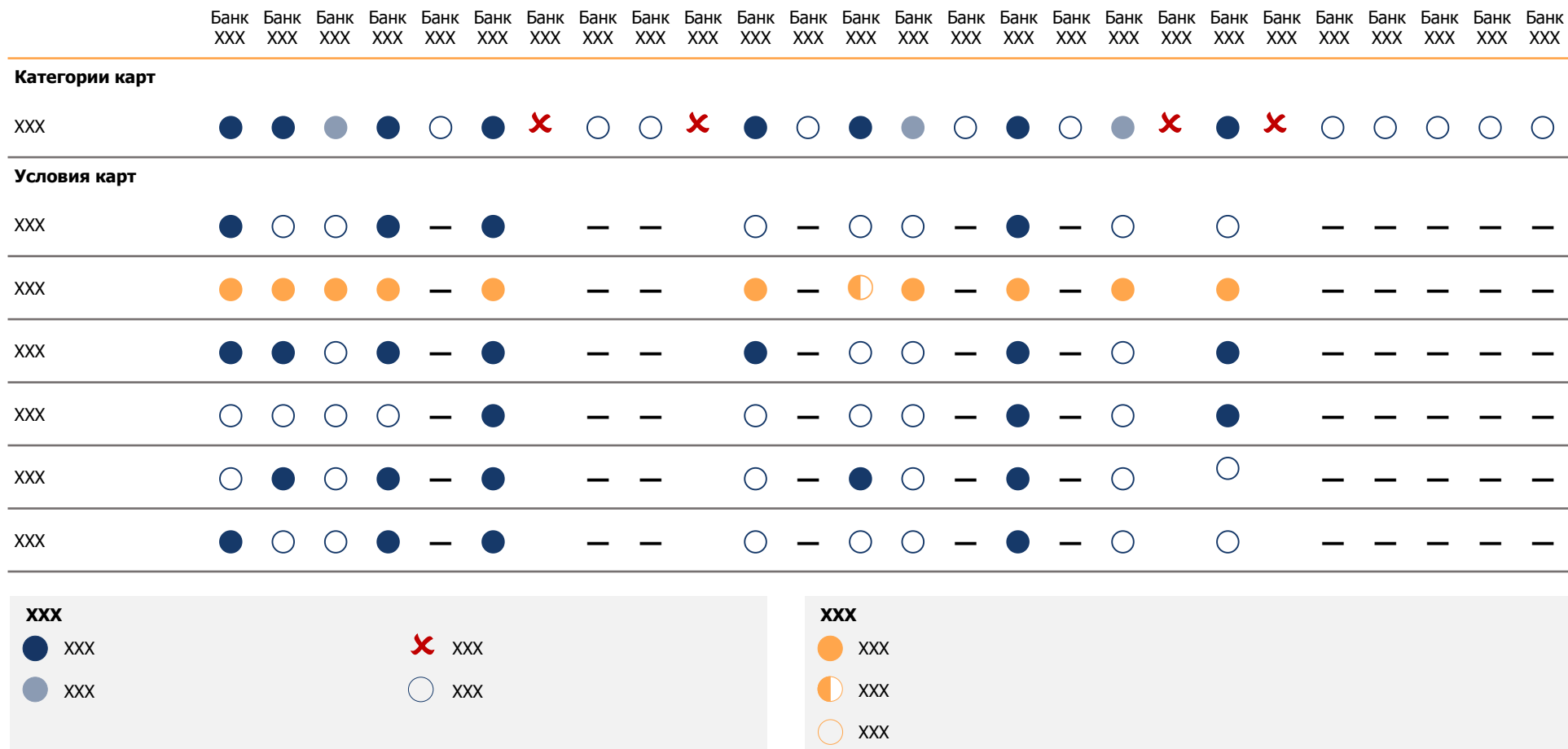
Количество активных клиентов банков 6-21 лет, на конец марта 2020-2022 гг., млн чел.











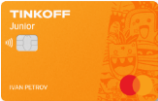

Источник: Frank RG, оценка, данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, 2022-2023 г.



## Детские карты предлагаются XX банками



## Сравнительный анализ детских карт

Карта	Формат	Возраст	Статус	Возможности	Мобильное приложение	Эмоциональная вовлеченность
XXX						
		XXX лет	XXX	XXX	XXX	XXX
XXX						
		XXX лет	XXX	XXX	XXX	XXX
XXX						
		XXX лет	XXX	XXX	XXX	XXX
XXX						
		XXX лет	XXX	XXX	XXX	XXX
XXX						
		До XXX лет	XXX	XXX	XXX	XXX

## Категории кешбэка по детским картам

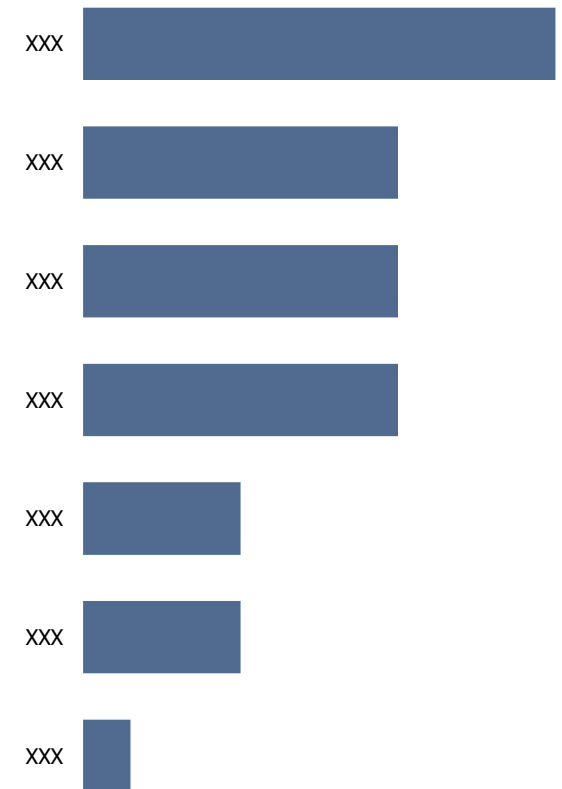
### Бонусируемые категории трат по детским картам

Карты



Категория	MIRA	BTB	A	TINKOFF	росбанк	Халвабанк	ДОУМ БАНК
XXX	●	○	●	●	●	●	●
XXX	○	●	○	●	○	○	●
XXX	○	●	○	○	○	○	●
XXX	○	○	○	●	○	○	○
XXX	○	●	○	○	○	○	○
XXX	○	●	○	○	○	○	○

### Максимальная сумма кешбэка в месяц по детской карте, руб.



## Социальные проекты

XXX



XXX



XXX



## Динамика трат по детским картам

Динамика среднемесячных трат по детским картам Mass сегмента, руб.

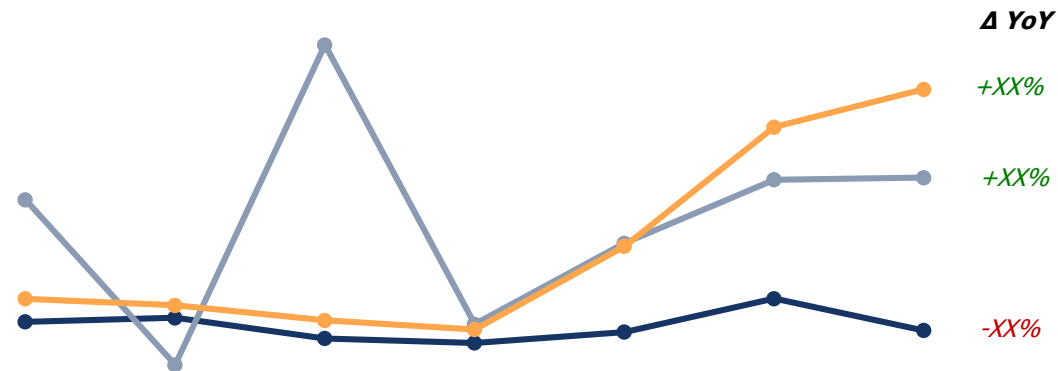


6-13

Санкт-Петербург

Регионы

Москва



Δ YoY

+XX%

+XX%

-XX%

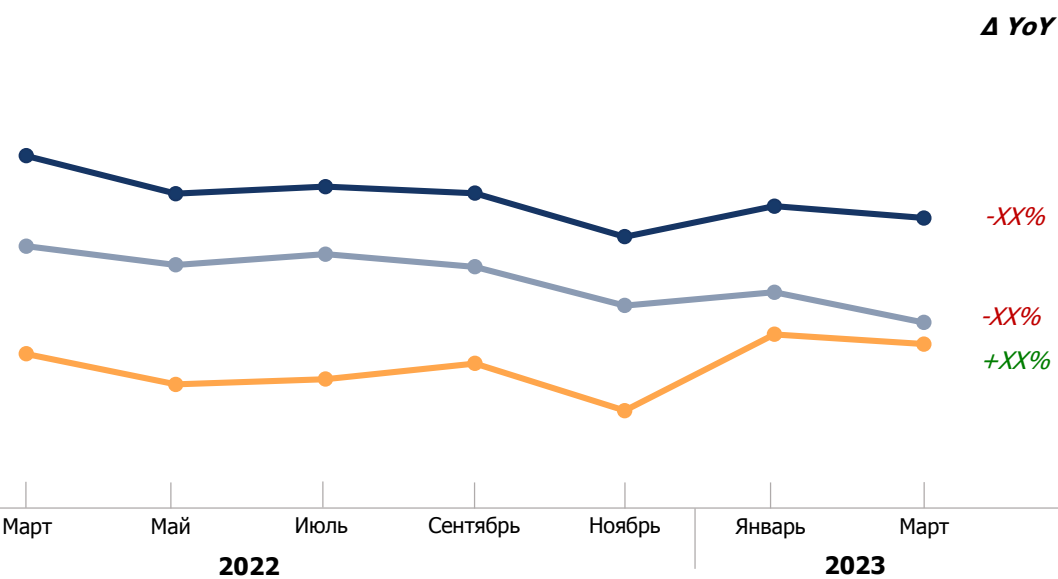


14-21

Москва

Санкт-Петербург

Регионы



Δ YoY

-XX%

-XX%

+XX%

Источник: Frank RG, оценка, данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, 2022-2023 г.

## Объем трат по детским картам

Среднемесячный объем трат по картам mass сегмента, руб.



Среднемесячный объем трат по картам клиентов affluent сегмента, руб.

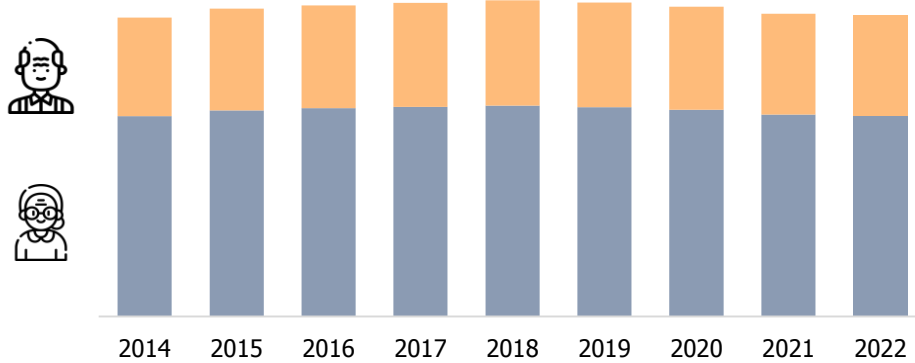


## **7.3 Пенсионные карты**

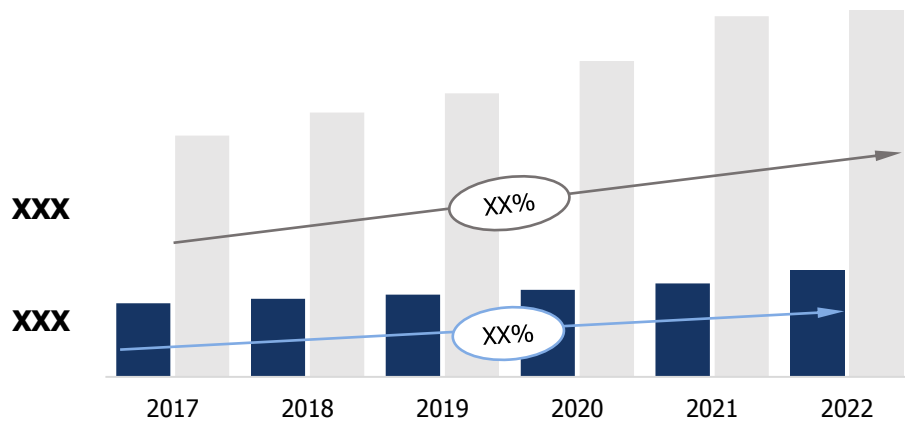


## Численность пенсионеров ...




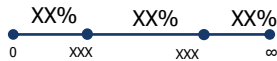

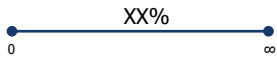

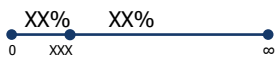
Численность пенсионеров в РФ, 2014-2022 гг., млн чел.



Средний размер пенсии и зарплаты РФ, 2014-2022 гг., руб.

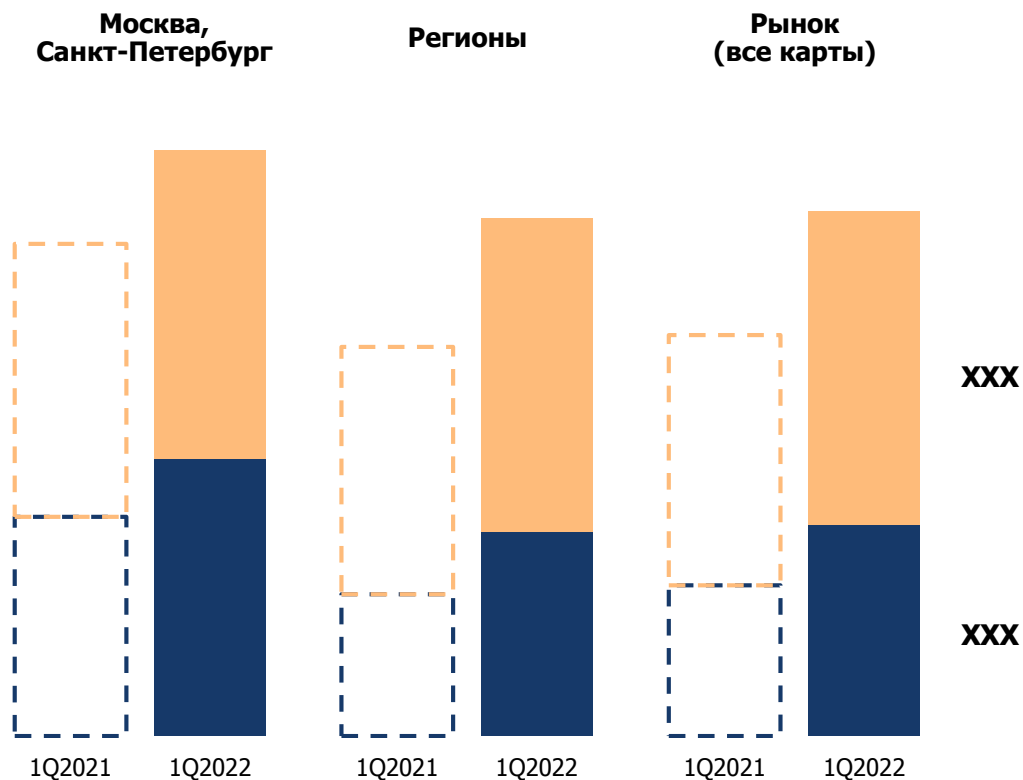


## Сравнительный анализ пенсионный карт

Карта	Плат. система	Процент на остаток СКС	Стоимость обслуживания			Дополнительные привилегии	
			SMS	Карта	Reward - программа	Финансовые продукты	Небанковские сервисы и акции
XXX			XXX	XXX	XXX	XXX	
	МИР <span style="color: orange;">■</span> MC <span style="color: gray;">■</span> Visa <span style="color: gray;">■</span>		XXX	XXX	XXX	XXX	
XXX			XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
	МИР <span style="color: orange;">■</span> MC <span style="color: gray;">■</span> Visa <span style="color: gray;">■</span>		XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
XXX			XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
	МИР <span style="color: orange;">■</span> MC <span style="color: gray;">■</span> Visa <span style="color: gray;">■</span>		XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
XXX			XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
	МИР <span style="color: orange;">■</span> MC <span style="color: gray;">■</span> Visa <span style="color: gray;">■</span>		XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

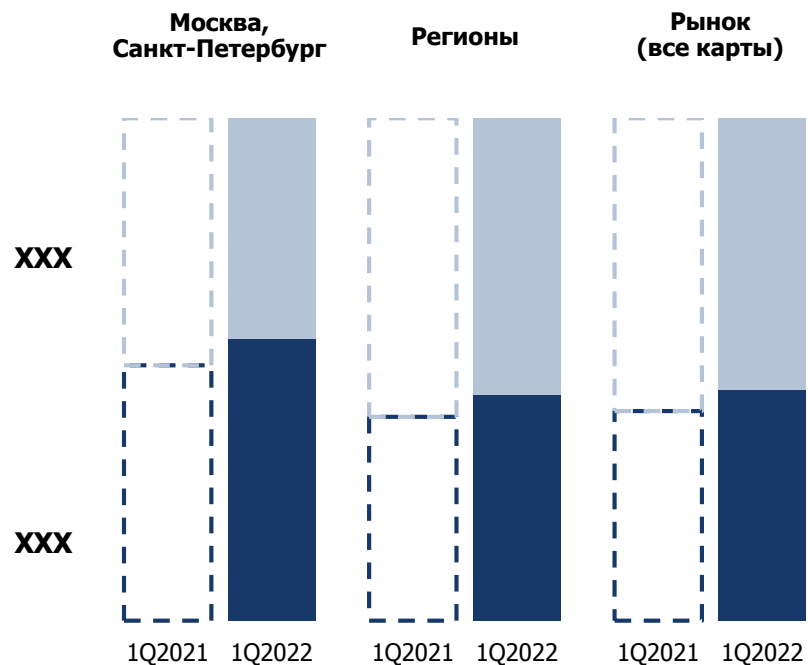
## Рост объема операций обусловлен ...

Среднемесячный оборот CASH/POS транзакций по картам, 2021-2022 гг., руб.

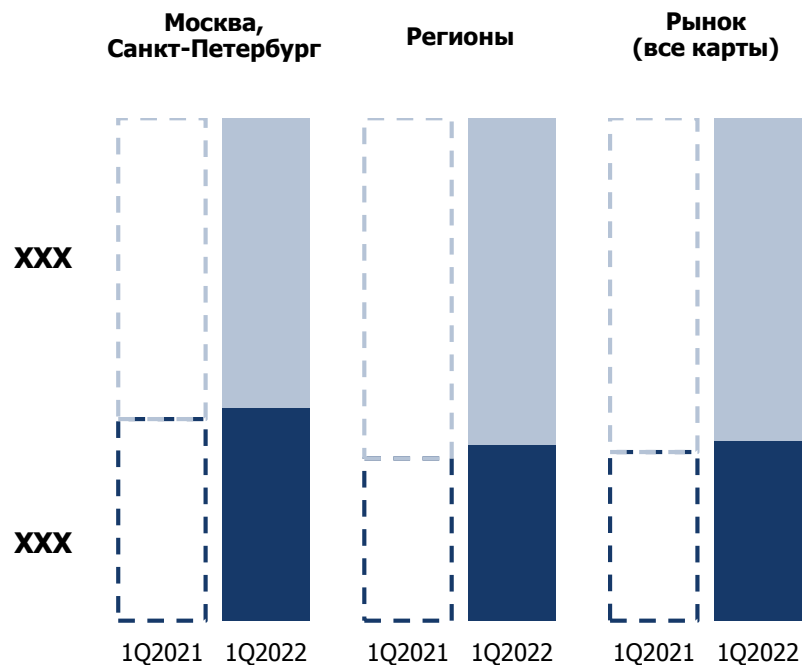


## Доля операций с наличными по картам пенсионеров ...

Структура трат по картам клиентов mass сегмента



Структура трат по картам клиентов affluent сегмента



# **8 Анализ эффективности управления портфелями дебетовых карт на основе benchmark**

## Показатели, раскрываемые в бенчмарк-исследовании (1/2)

### Собираемые показатели

1. Количество клиентов с действующими / активными дебетовыми картами
2. Количество клиентов, активных в цифровых каналах
3. Количество входов клиентов с действующими дебетовыми картами в мобильный / интернет банк
4. Количество действующих / активных дебетовых карт
5. Среднедневные остатки по счетам держателей дебетовых карт (всего, по спецкарточным счетам, по прочим текущим счетам)
6. Выплаченные % по счетам держателей дебетовых карт (всего, по СКС, по накопительным/сберегательным счетам)
7. Количество карт с СДО (на СКС, накопительных и сберегательных счетах) менее 1000 руб. / от 1000 до 10 000 руб. / от 10 000 до 50 000 руб. / свыше 50 000 руб.
8. POS-транзакции (объем, кол-во транзакций, кол-во карт)
9. Снятие наличных (объем, кол-во транзакций, кол-во карт)
10. Внешние переводы (объем, кол-во транзакций, кол-во карт)
11. Пополнение карты (объем, кол-во транзакций, кол-во карт)
12. Лояльность
13. Сумма начисленных бонусов (баллы, бонусы, рубли) за период
14. Расходы по программам лояльности
15. Остаток бонусов на бонусных счетах на начало отчетного периода
16. Среднее количество активных держателей дебетовых карт с действующими банковскими / кредитными продуктами
17. Воронка продаж (кол-во инициированных клиентом заявок, поданных заявок, новых выданных карт, карт, ставших активными в течение 30 дней / 3 мес. / 6 мес.)

### Детализация показателей:

- По названию продукта
- По категории клиента
- По возрасту клиента
- По способу идентификации клиента
- По формату выпуска пластика
- По цели выпуска карты
- По наличию reward-программы
- По наличию токена
- По каналу транзакций
- По каналу переводов
- По назначению платежа
- По каналу пополнения
- По каналу привлечения
- По каналу покупок
- По региону

### Детализация данных

- В разрезе банков (для участников обмена данными)
- В среднем по рынку (для прочих получателей отчета)

## Показатели, раскрываемые в бенчмарк-исследовании (2/2)

### + расчетные аналитические показатели

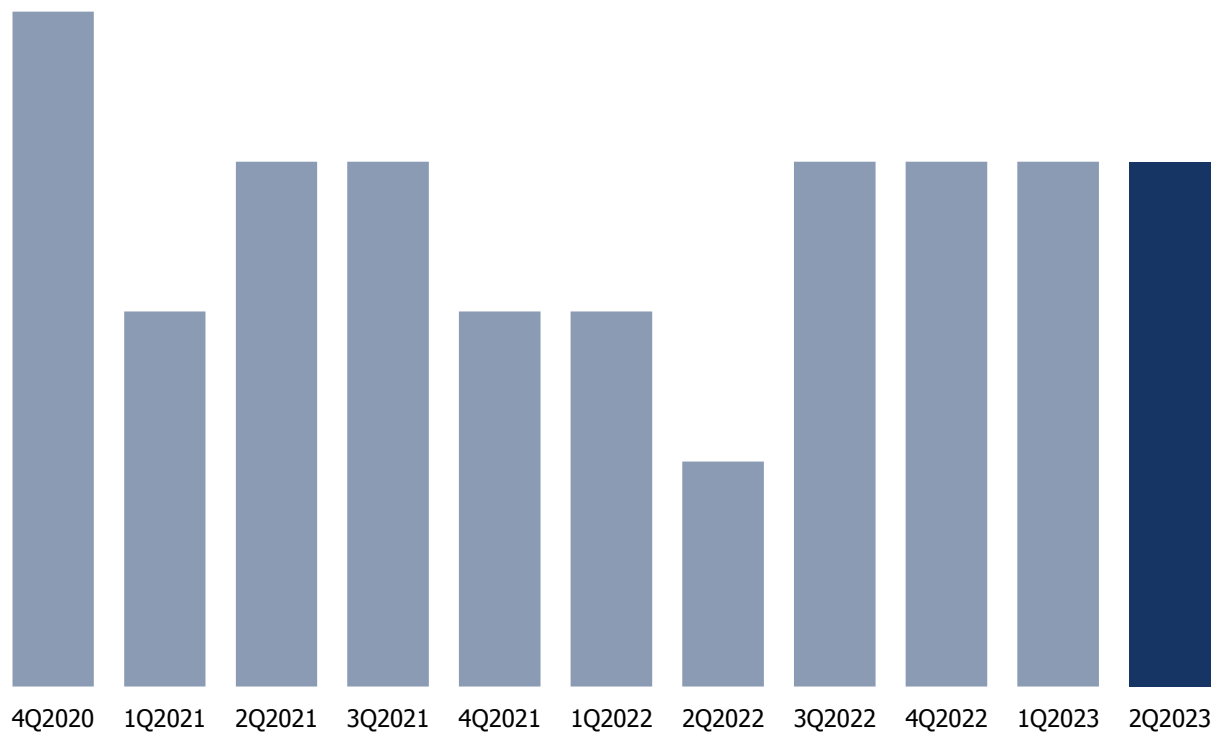
1. Доля активных клиентов
2. Доля клиентов, активных в цифровых каналах
3. DAU / MAU
4. Доля активных карт к выданным
5. Количество действующих / активных карт на клиента
6. Средний оборот по карте в месяц
7. Доля виртуальных карт
8. Доля карт с подключенными reward-программами
9. Средний размер остатков на счетах на действующего клиента
10. Доля остатков по СКС / накопительным и сберегательным счетам в общих остатках
11. Процентные расходы по карточным счетам (% от СДО)
12. Доля карт с СДО (на СКС и накопительных счетах) менее 1000 руб. / от 1000 до 10 000 руб. / от 10 000 до 50 000 руб. / свыше 50 000 руб.
13. Остатки к обороту по карте
14. Структура транзакций по карте
15. Средний чек POS-транзакций / снятия наличных / внешних переводов / пополнения карты
16. Частота POS-транзакций / снятия наличных / внешних переводов / пополнения карты в месяц
17. POS-оборот / сумма снятия наличных / сумма внешних переводов / объем пополнения на 1 карту в месяц
18. Доля POS-транзакций / снятия наличных / внешних переводов / пополнения карты в обороте по карте
19. Доля карт с объемом POS-транзакций за отчетный период менее 1000 руб. / от 1000 до 10 000 руб. / от 10 000 до 50 000 руб. / свыше 50 000 руб.
20. Утилизация бонусов
21. Потенциальные / реальные расходы по программам лояльности в % к POS-обороту
22. Сумма полученного / начисленного вознаграждения по 1 активной карте в месяц
23. Накопленные неиспользованные бонусы на активную карту
24. Доля активных держателей карт, не оформивших другие продукты
25. Проникновение в прочие кредитные / банковские продукты
26. Доля завершенных заявок к инициированным
27. Take rate (выданные карты к поданным заявкам)
28. Коэффициент выдачи / оттока карт в год
29. Средний срок жизни клиента с картой
30. Доля активных карт к поданным заявкам
31. Доля активных карт к выданным

# Клиенты и карты



## Доля клиентов с активными дебетовыми картами (динамика)

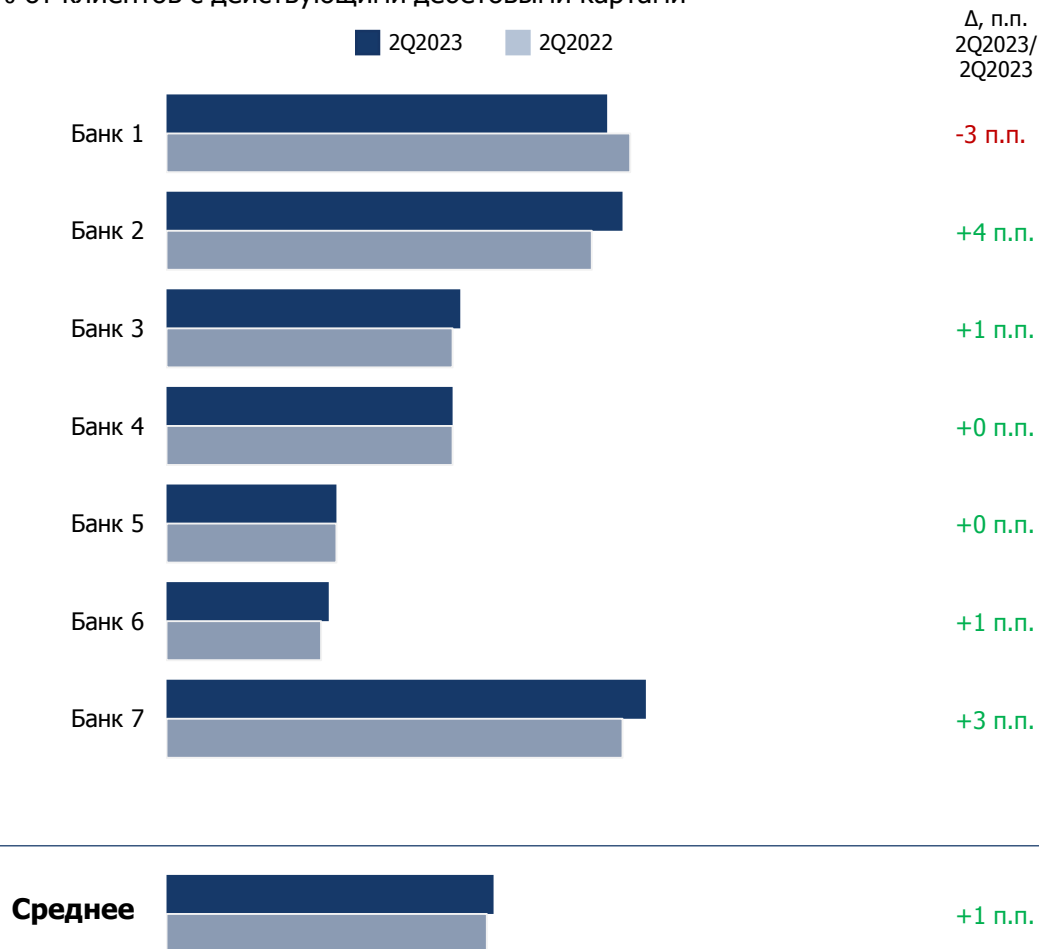
Доля клиентов с активными дебетовыми картами в динамике,  
% от клиентов с действующими дебетовыми картами



Текст комментариев

## Доля клиентов с активными дебетовыми картами (в разрезе банков Y-o-Y)

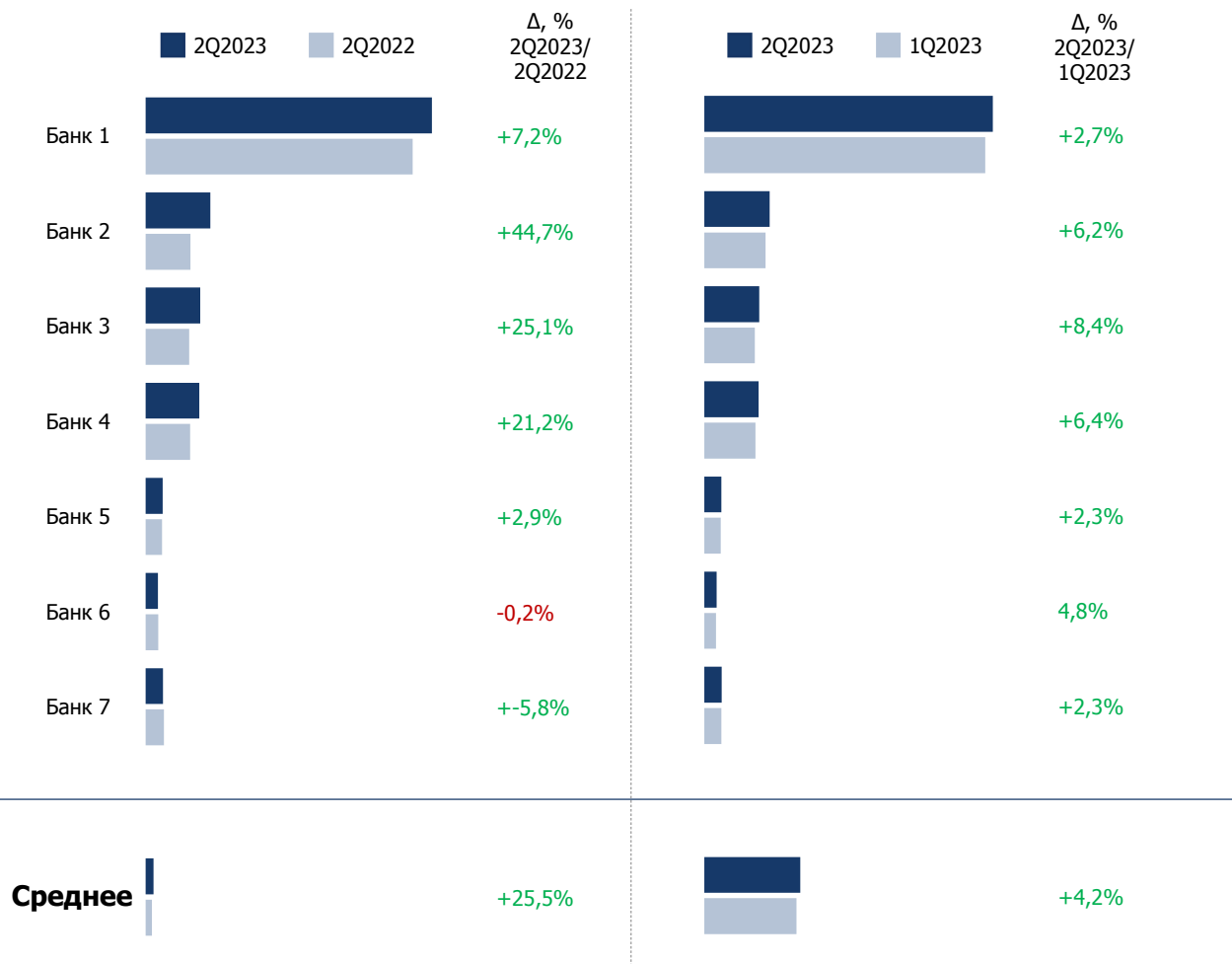
Доля клиентов с активными дебетовыми картами,  
% от клиентов с действующими дебетовыми картами



Текст комментариев

## Динамика активной клиентской базы в разрезе банков

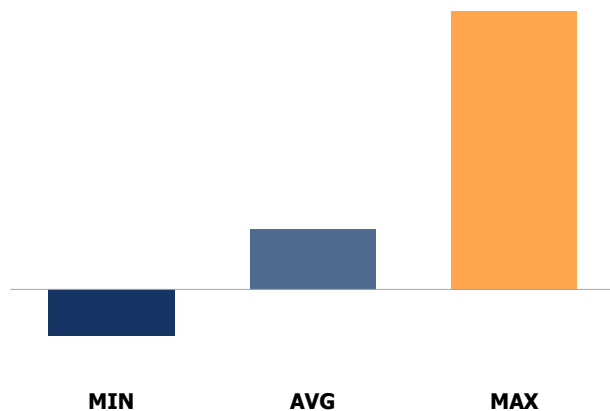
Динамика количества активных клиентов за год и за квартал, тыс. чел.



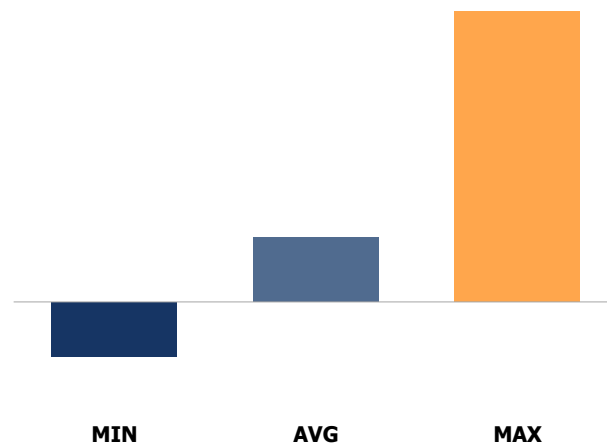
Текст комментариев

## Динамика активной клиентской базы за год

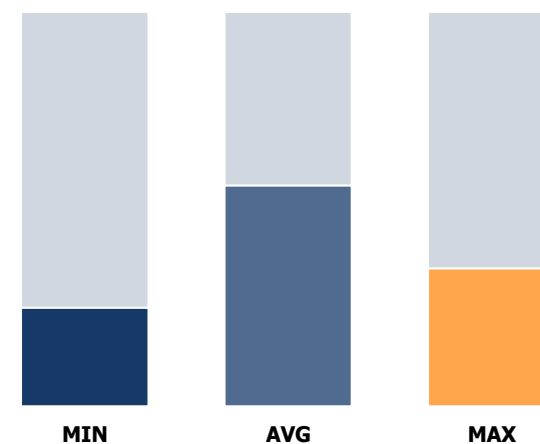
Прирост базы активных клиентов,  
2Q2023/2Q2022, %



Прирост базы действующих клиентов,  
2Q2023/2Q2022, %



Доля активных клиентов в  
действующих, 2Q2023, %



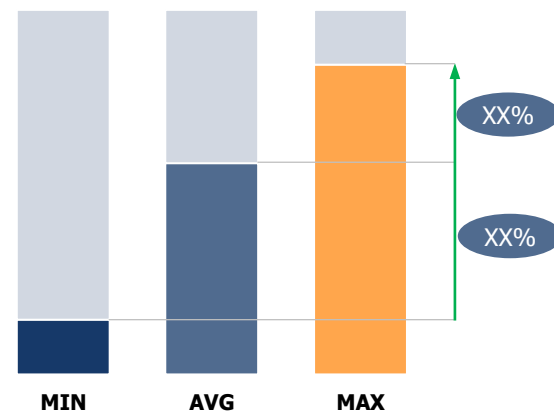
Текст комментариев

## Проникновение клиентов в цифровые каналы (средняя динамика)

Доля клиентов, активных в цифровых каналах в динамике,  
% от клиентов с действующими дебетовыми картами



Доля клиентов, активных в онлайн-каналах, 2Q2023, %



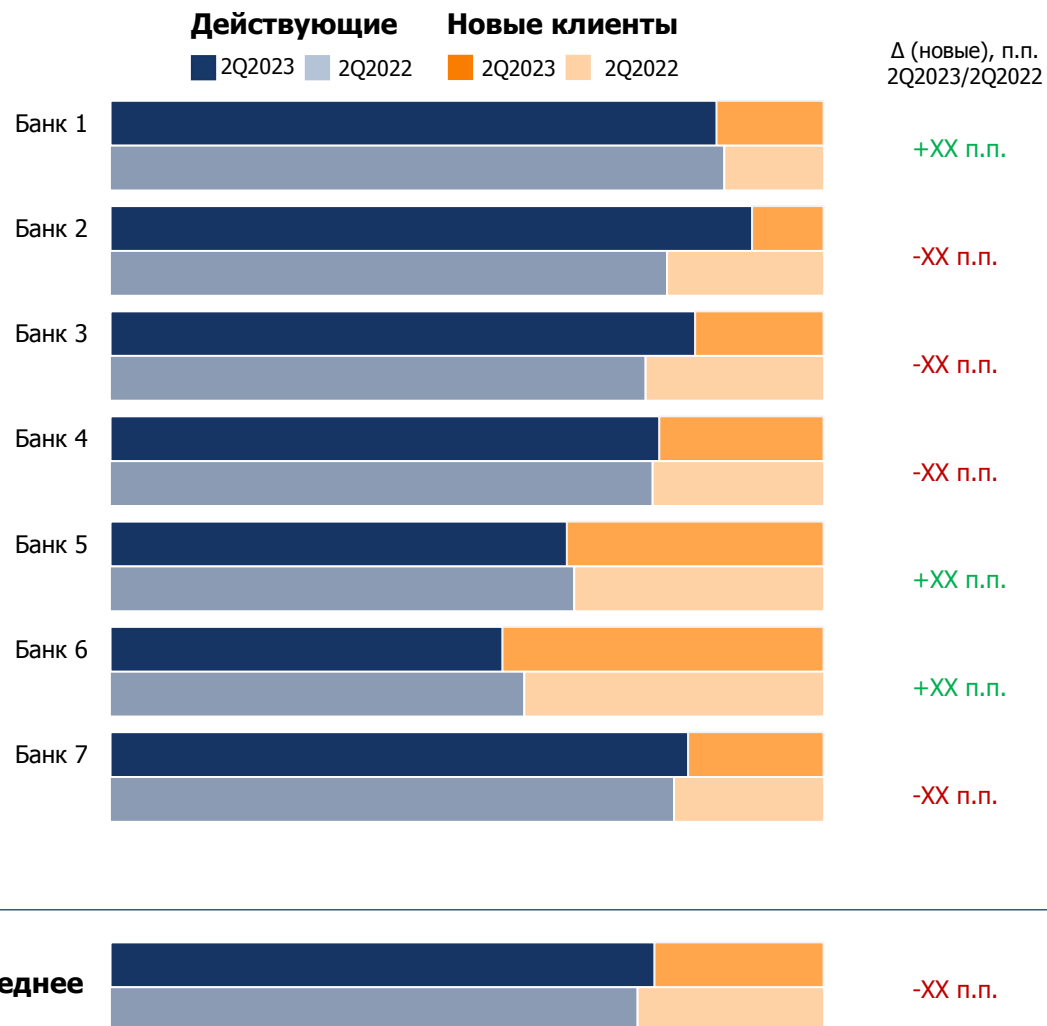
Среднее количество входов клиентов в онлайн-банк, 2Q2023

MAU XXX

DAU XXX

Текст комментариев

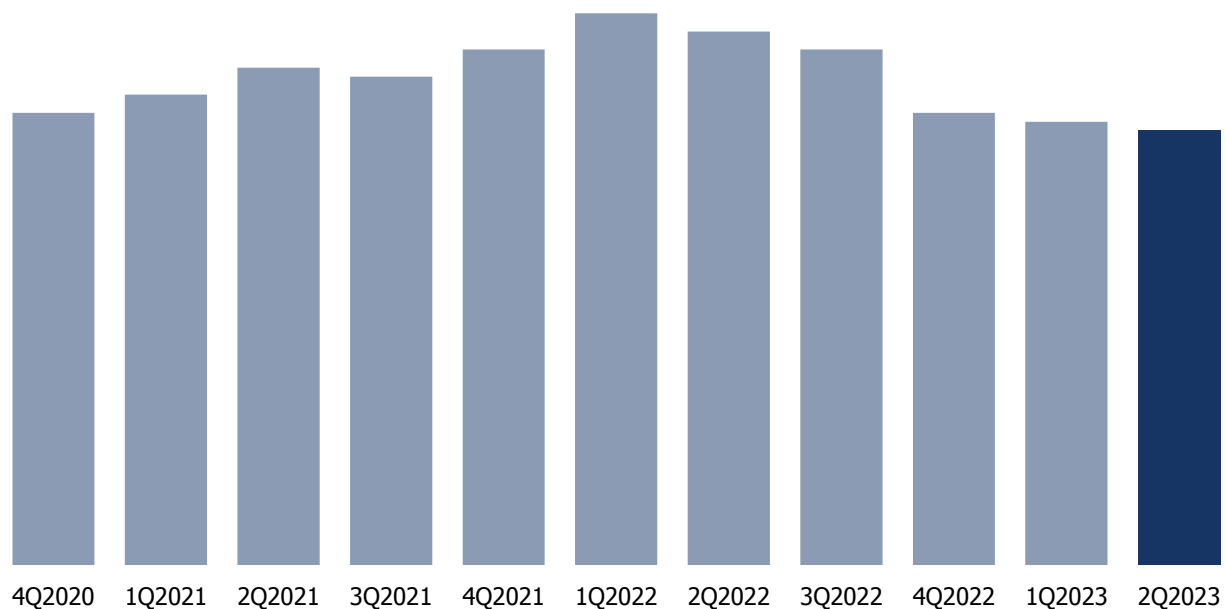
## Структура активной клиентской базы: новые и действующие клиенты



Текст комментариев

## Динамика доли активных дебетовых карт

Доля активных дебетовых карт в динамике, % от действующих дебетовых карт



XXX

Среднее количество действующих карт на 1-го действующего клиента во 2 квартале 2023

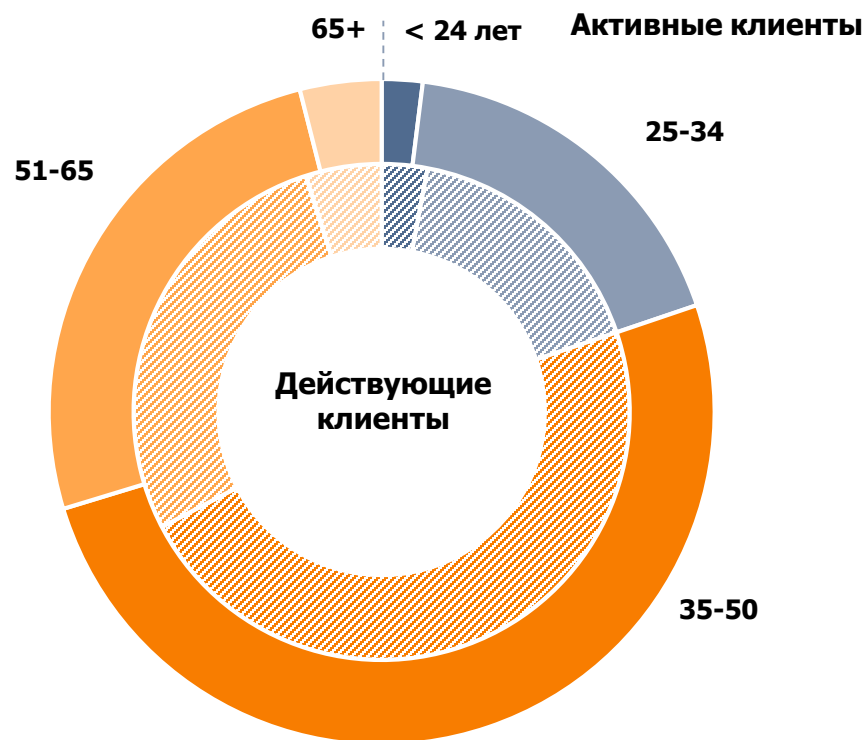
XXX

Среднее количество активных карт на 1-го действующего клиента во 2 квартале 2023

Текст комментариев

## Возрастная структура клиентской базы дебетовых карт

Возрастная структура клиентской базы дебетовых карт, 2Q2023

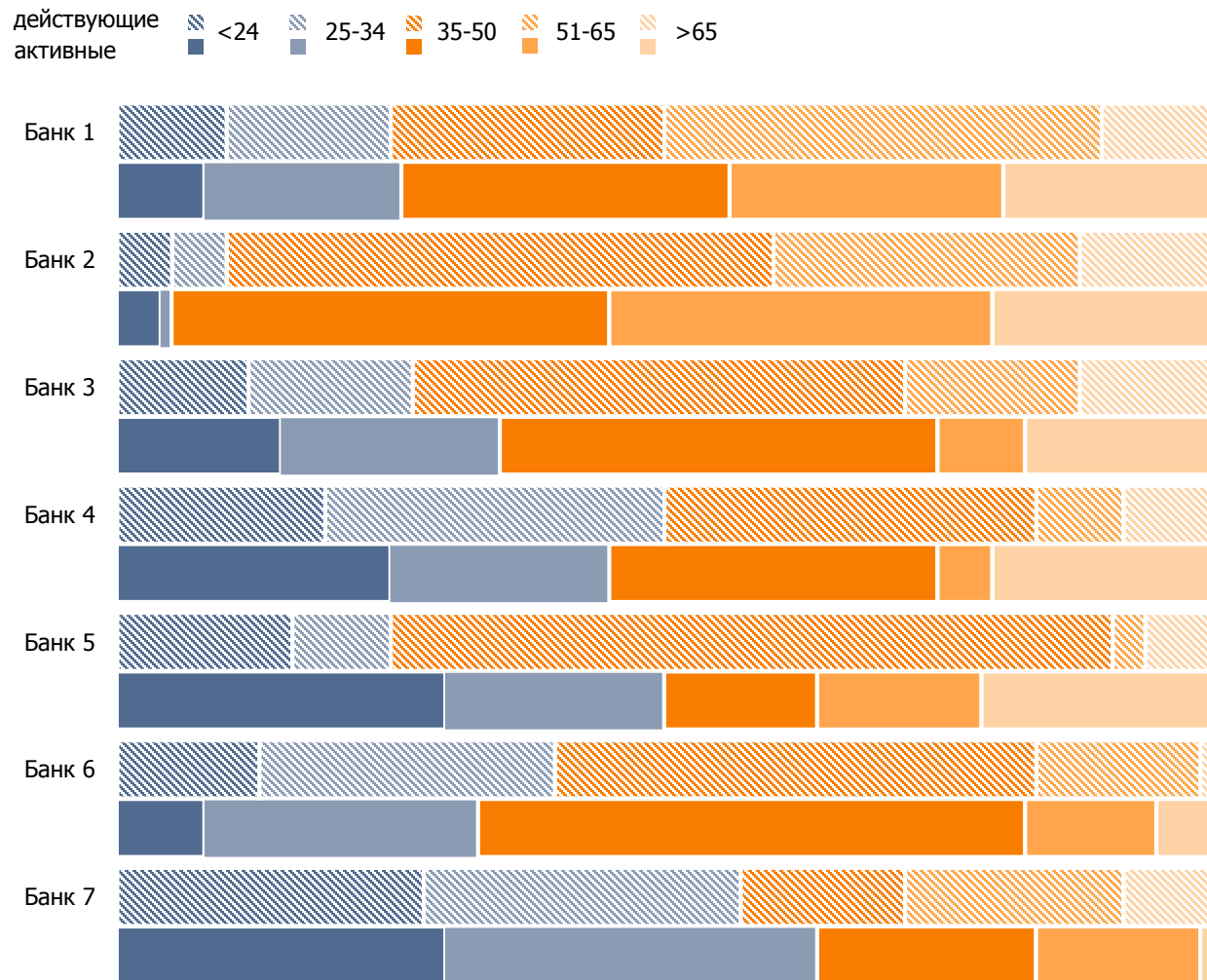


Текст комментариев



## Возрастная структура клиентской базы дебетовых карт в разрезе банков

Структура клиентской базы дебетовых карт по возрасту, 2Q2023

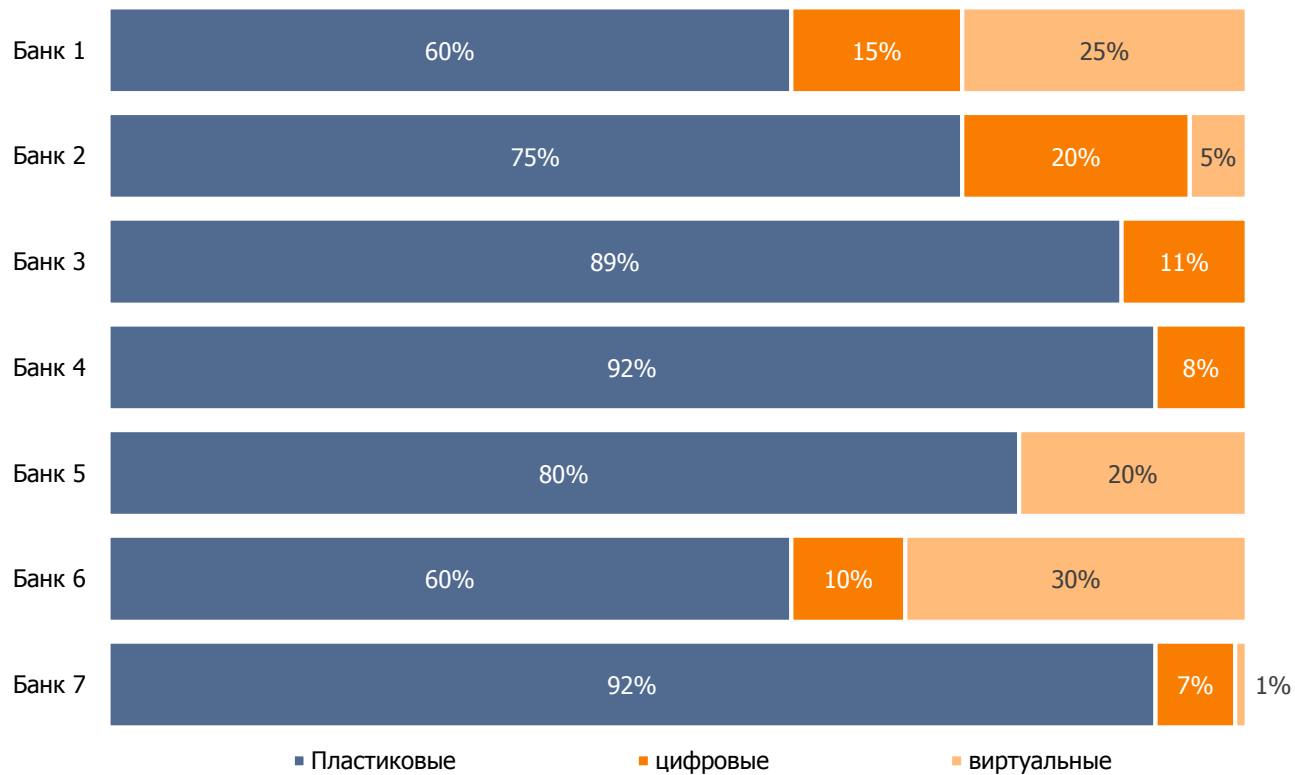


Источник: Frank RG, данные банков, 2022-2023

Текст комментариев

## Структура портфеля дебетовых карт по типу выпущенных карт

Структура портфеля дебетовых карт, 2Q2023



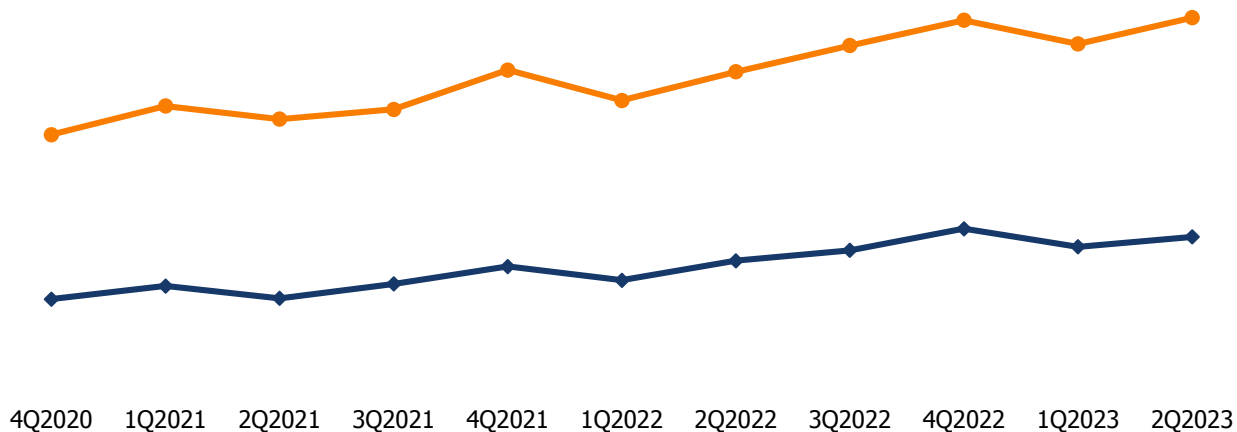
Текст комментариев

XXX

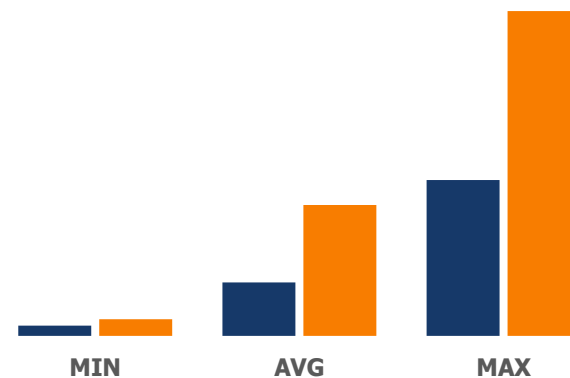
# Остатки по счетам

## Динамика средних остатков по счетам дебетовых карт

Динамика средних остатков по СКС и накопительным счетам на 1 действующего клиента держателя дебетовой карты, руб.



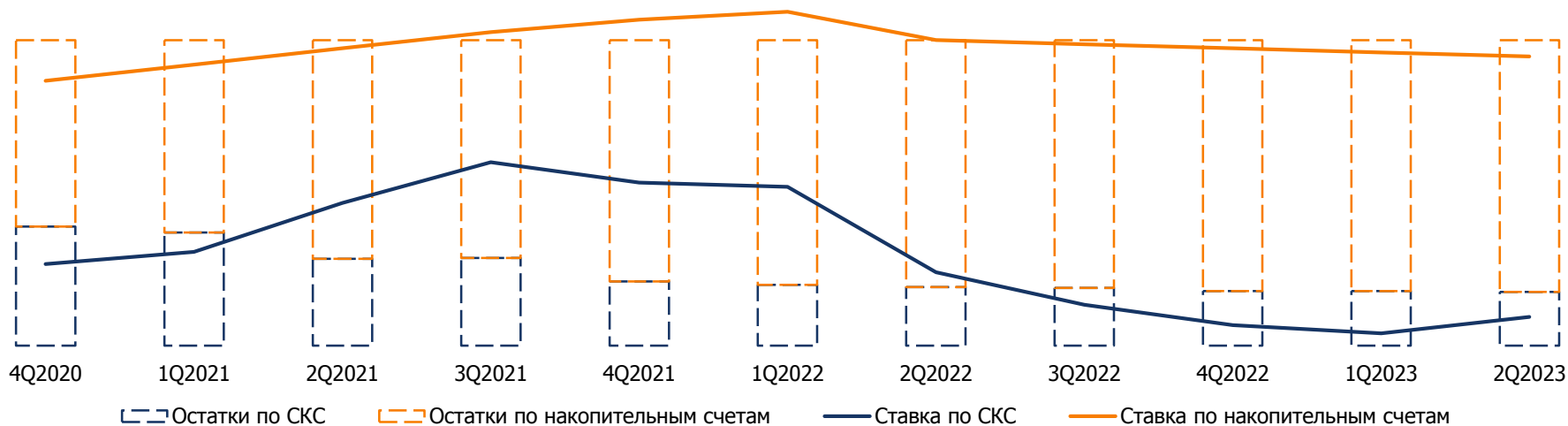
Средние остатки по счетам на 1 держателя дебетовых карт, 2Q2023, руб.



Текст комментариев

## Структура остатков по счетам держателей дебетовых карт

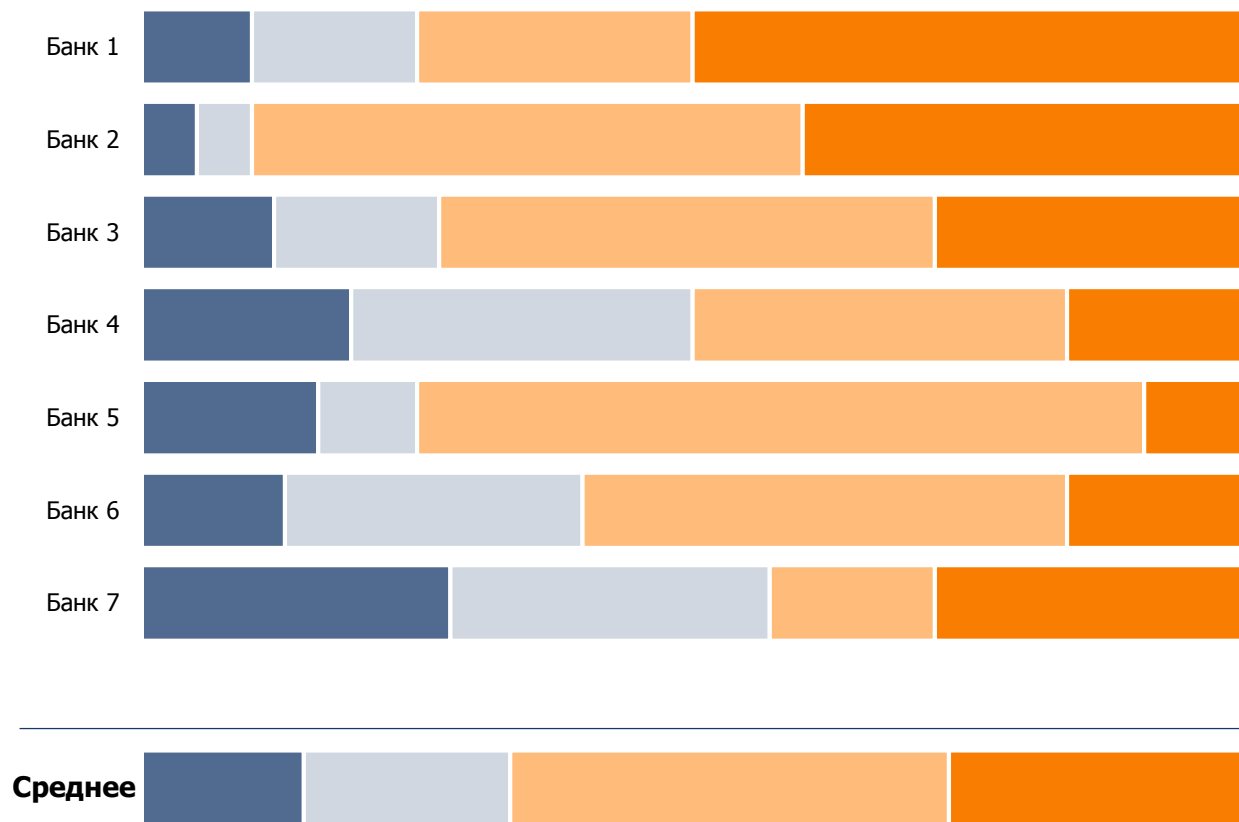
Динамика портфеля активных дебетовых карт по структуре остатков по спецкарточным и накопительным счетам и эффективной % ставки на среднедневные остатки по счетам, % годовых



Текст комментариев

## Структура портфелей дебетовых карт по средненедельным остаткам на счетах держателей (в разрезе банков)

Структура портфеля дебетовых карт по сумме остатков по счетам держателей\*, кол-во карт, 2Q2023



Текст комментариев

# Продажи

## Воронка продаж в разрезе банков, Y-o-Y

Показатели воронки продаж дебетовых карт по всем каналам, 2Q2023/2Q2022

Банк	Количество инициированных заявок, тыс. шт.	Y-o-Y	Количество поданных заявок, тыс. шт.	Y-o-Y	Поданные к инициированным, %	Y-o-Y	Take Rate, % Выданные к поданным, %	Y-o-Y	Активные к выданным, %	Y-o-Y	Активные к поданным заявкам, %	Y-o-Y
Банк 1												
Банк 2												
Банк 3												
Банк 4												
Банк 5												
Банк 6												
Банк 7												
<b>Среднее</b>												

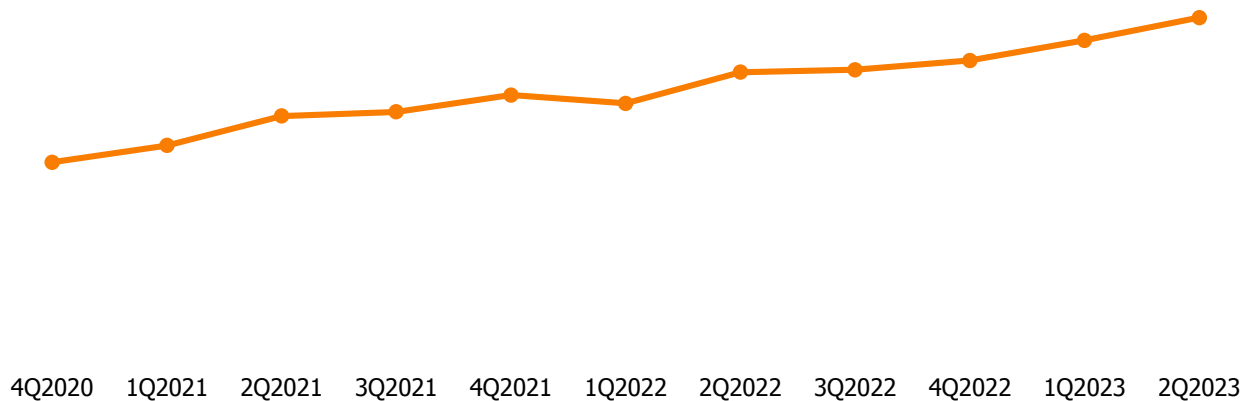
■ 2Q2023 ■ 2Q2022

Текст комментариев

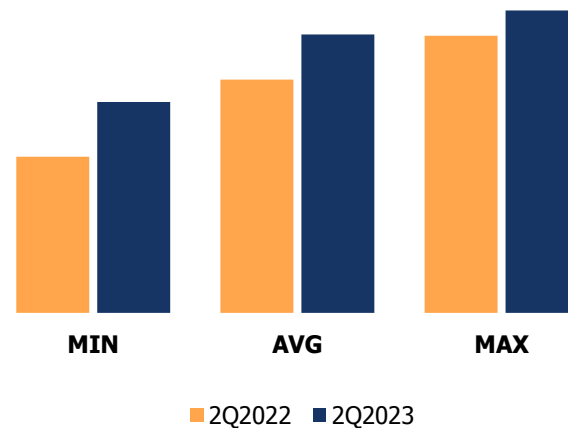


## Динамика уровня выдач дебетовых карт (take rate)

Динамика Take rate (доля выданных карт к поданным заявкам), %



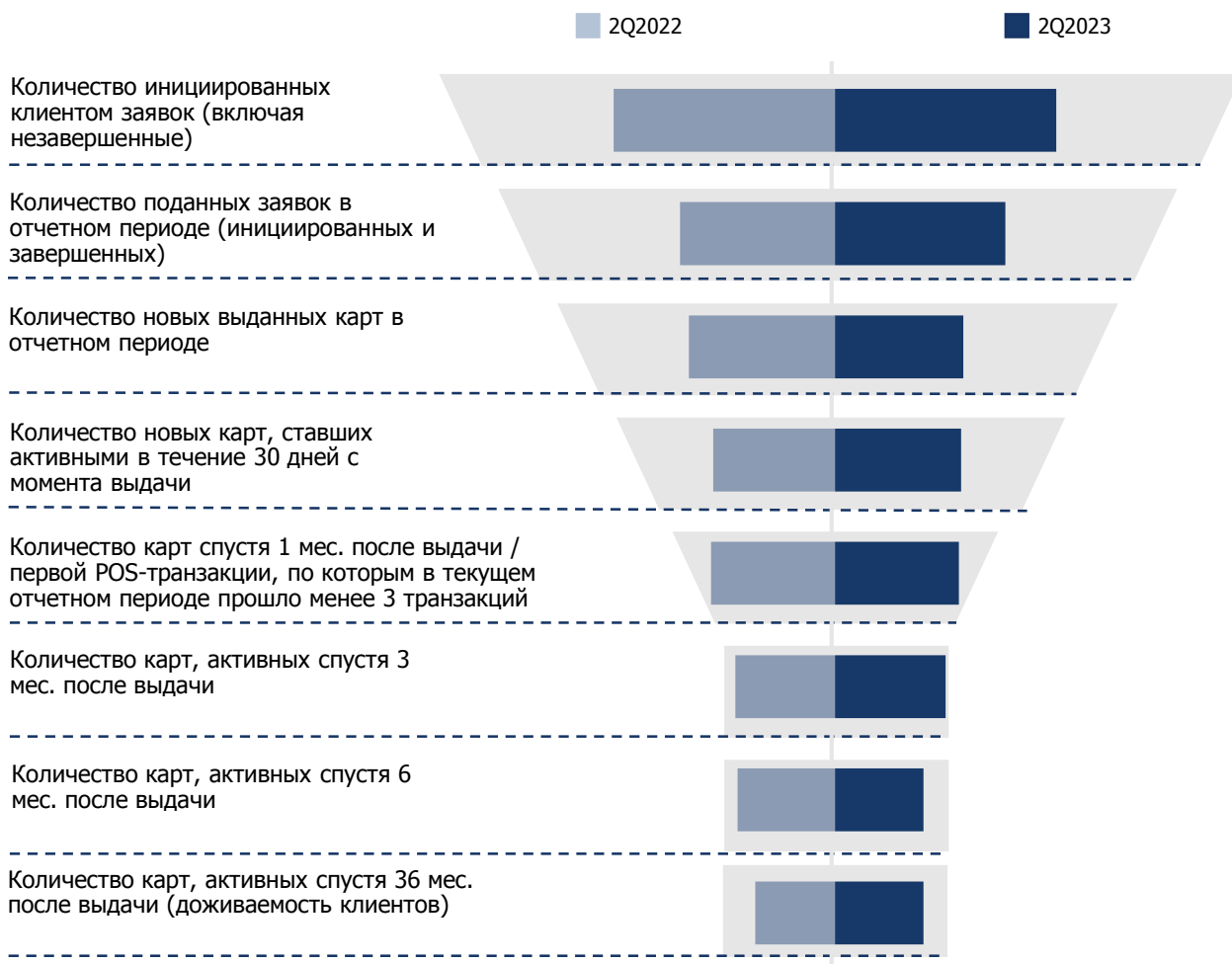
Средний, минимальный и максимальный уровень Take rate, 2Q2023/2Q2022, %



Текст комментариев

## Воронка продаж (в среднем по пулу)

Воронка продаж в среднем по пулу банков, %

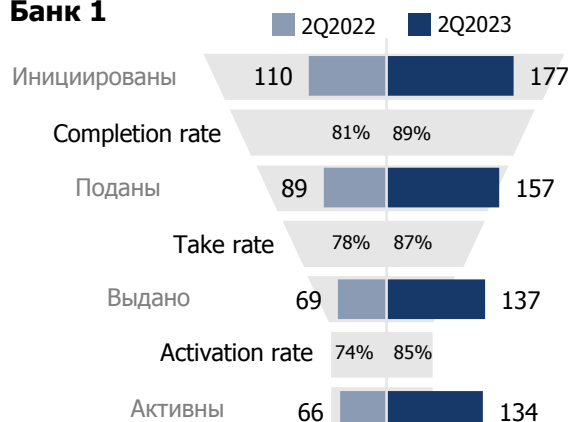


Текст комментариев

## Воронки продаж по дебетовым картам за год (1/2)

Показатели воронки продаж по дебетовым картам за год, 2Q2023/2Q2022, тыс. чел.

### Банк 1



### Банк 2



### Банк 3



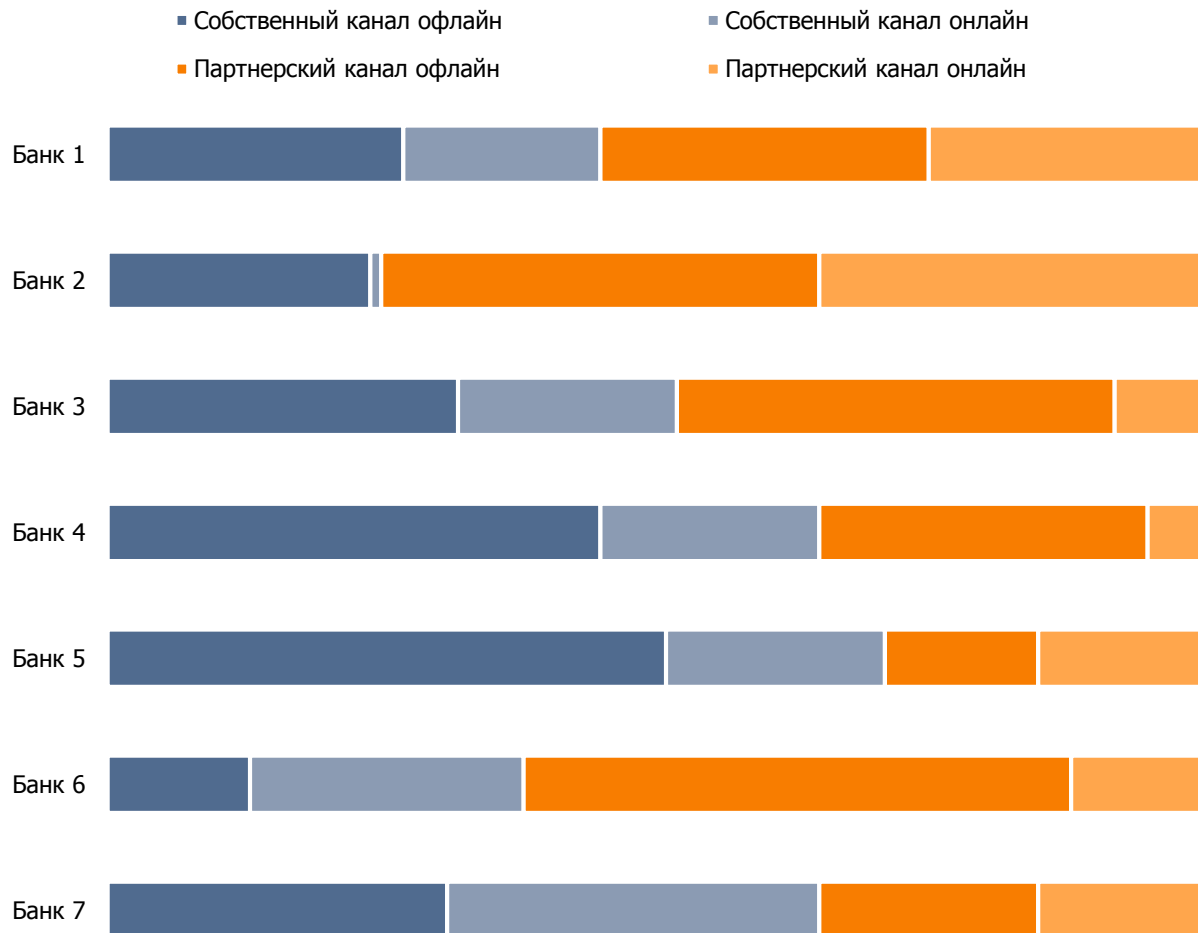
### Банк 4



Текст комментариев

## Основные каналы подачи заявок на дебетовые карты (в разрезе банков)

Структура каналов привлечения, %, 2Q2023

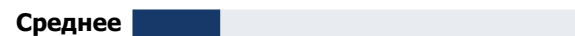
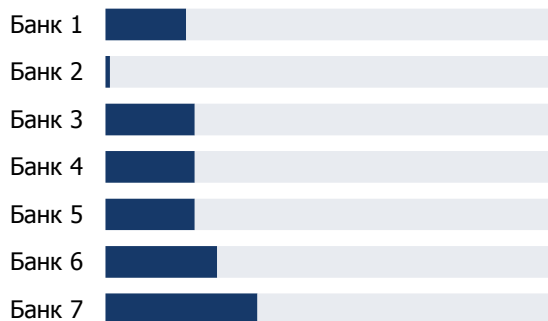


Текст комментариев

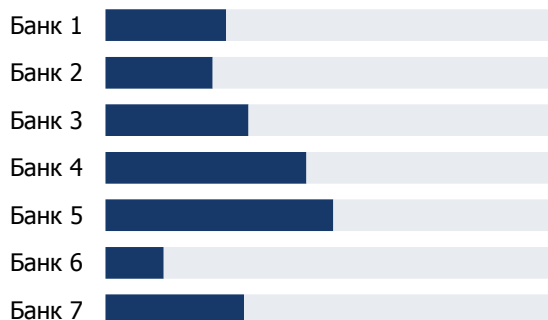
## Сравнительные доли каналов продаж в активных дебетовых картах в разрезе банков

Доля канала продаж в активных дебетовых картах\*, 2Q2023, %

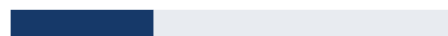
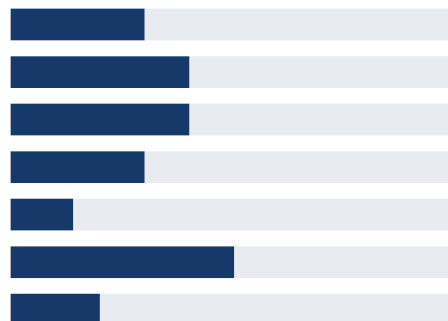
### Собственный канал онлайн



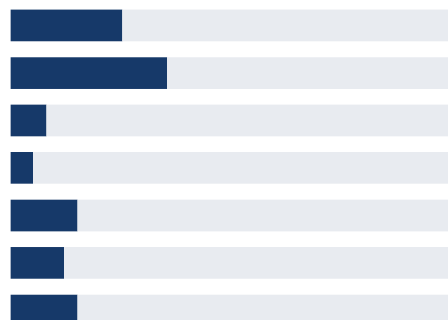
### Собственный канал офлайн



### Партнерский канал онлайн



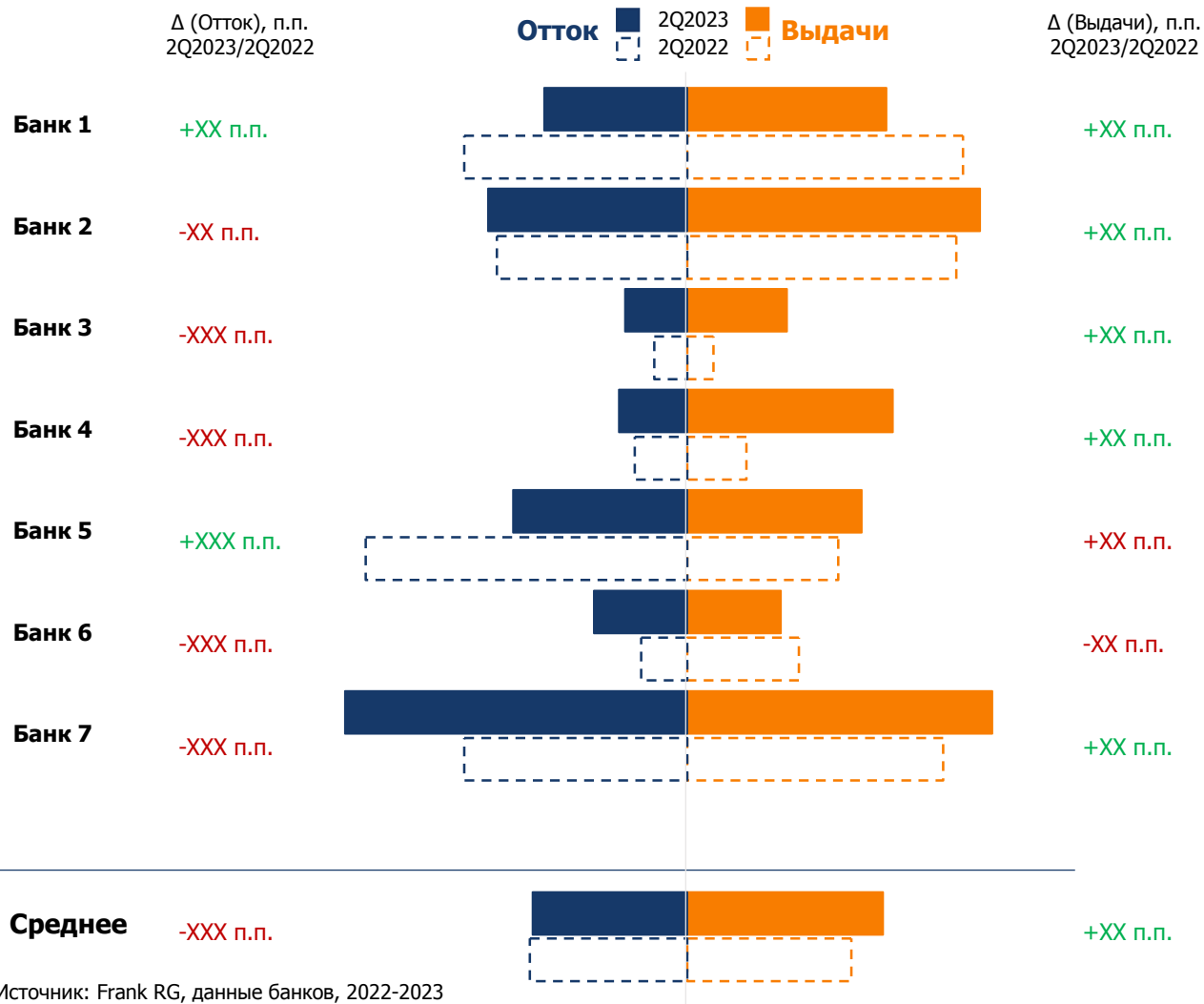
### Партнерский канал офлайн



Текст комментариев

## Коэффициенты выдач и оттока действующих дебетовых карт

Коэффициенты\* выдач и оттока действующих дебетовых карт за год, %

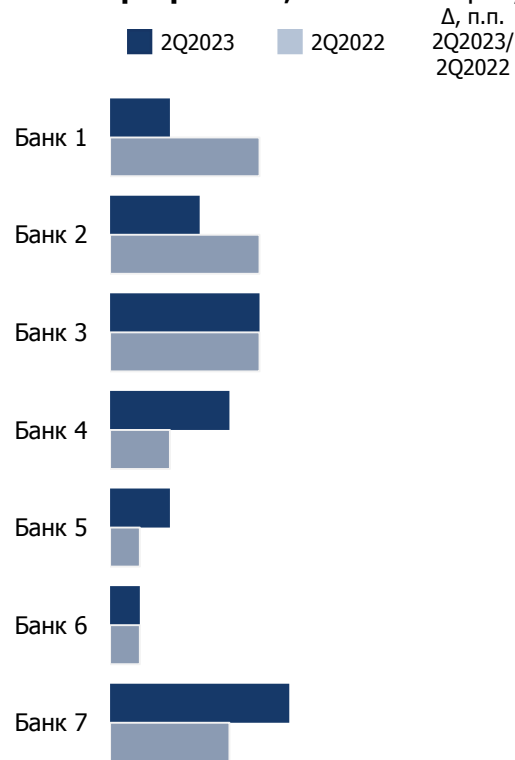


Текст комментариев

# Программы лояльности

## Расходы банков на программы лояльности по дебетовым картам

Полученное клиентами вознаграждение по reward-программам, % к POS-обороту



Утилизация бонусов, %



Среднее



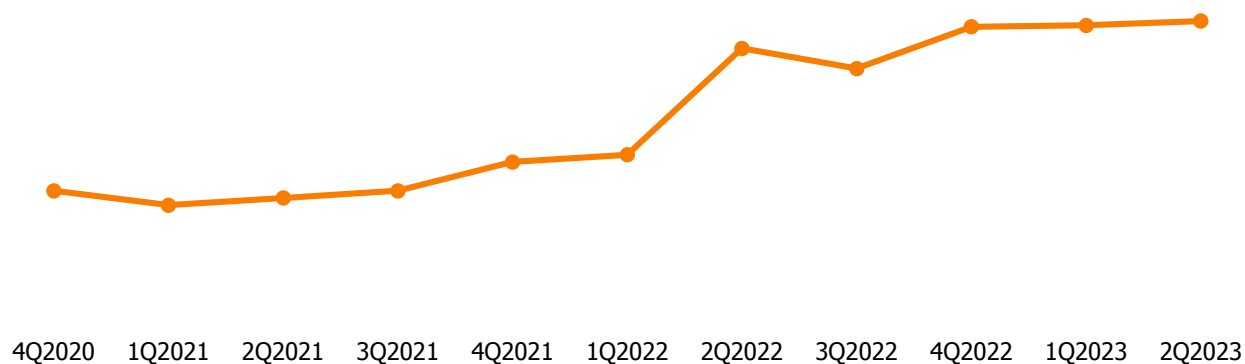
Источник: Frank RG, данные банков, 2022-2023

Текст комментариев

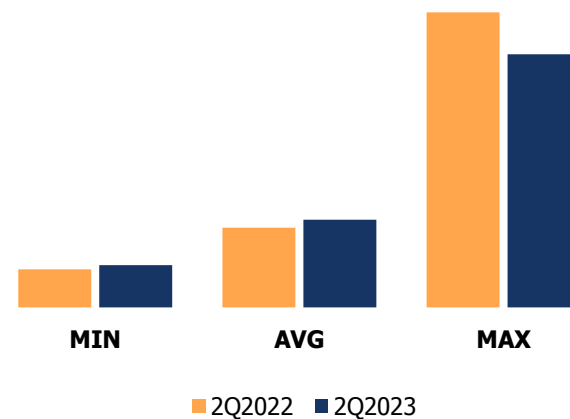


## Сумма полученного вознаграждения по программам лояльности на 1 карту в месяц (динамика в среднем по пулу банков)

Сумма полученного вознаграждения по reward-программам на 1 карту, руб. в месяц



Средний, минимальный и максимальный уровень вознаграждения, 2Q2023/2Q2022, %



Текст комментариев

# **Кросс-продажи и проникновение в продукты**

## Проникновение в продукты активных держателей дебетовых карт (в разрезе банков)

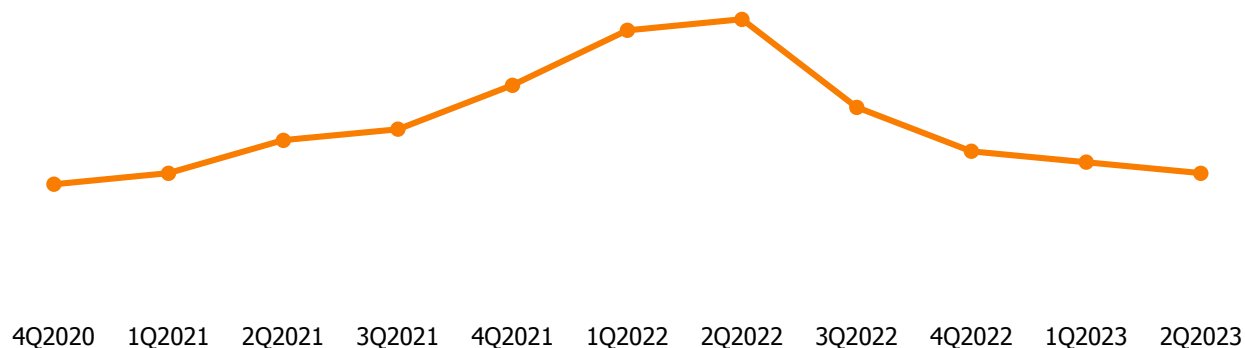
Проникновение в продукты активных держателей дебетовых карт (в разрезе банков), %

Показатели	Банк 1	Банк 2	Банк 3	Банк 4	Банк 5	Банк 6	Банк 7	Среднее значение
Доля активных держателей карт, не оформивших другие продукты	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Проникновение в депозиты/ накопительные счета	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Проникновение в кредитные карты	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Проникновение в потребительские кредиты	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Проникновение в ипотеку	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Проникновение в страховые продукты	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Проникновение в инвестиционные продукты	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%

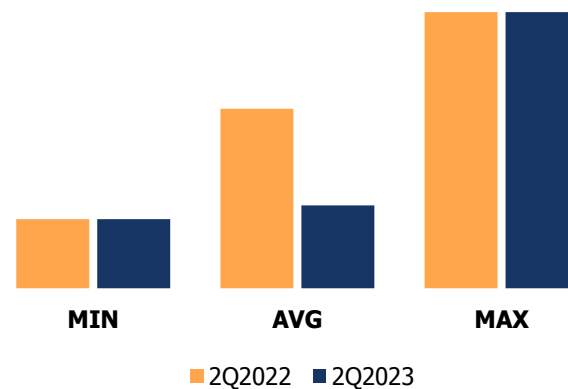
Текст комментариев

## Среднее количество дебетовых продуктов на 1 активного держателя дебетовой карты (динамика в среднем по пулу банков)

Среднее количество дебетовых продуктов\* на 1 активного держателя карты, 2022-2023



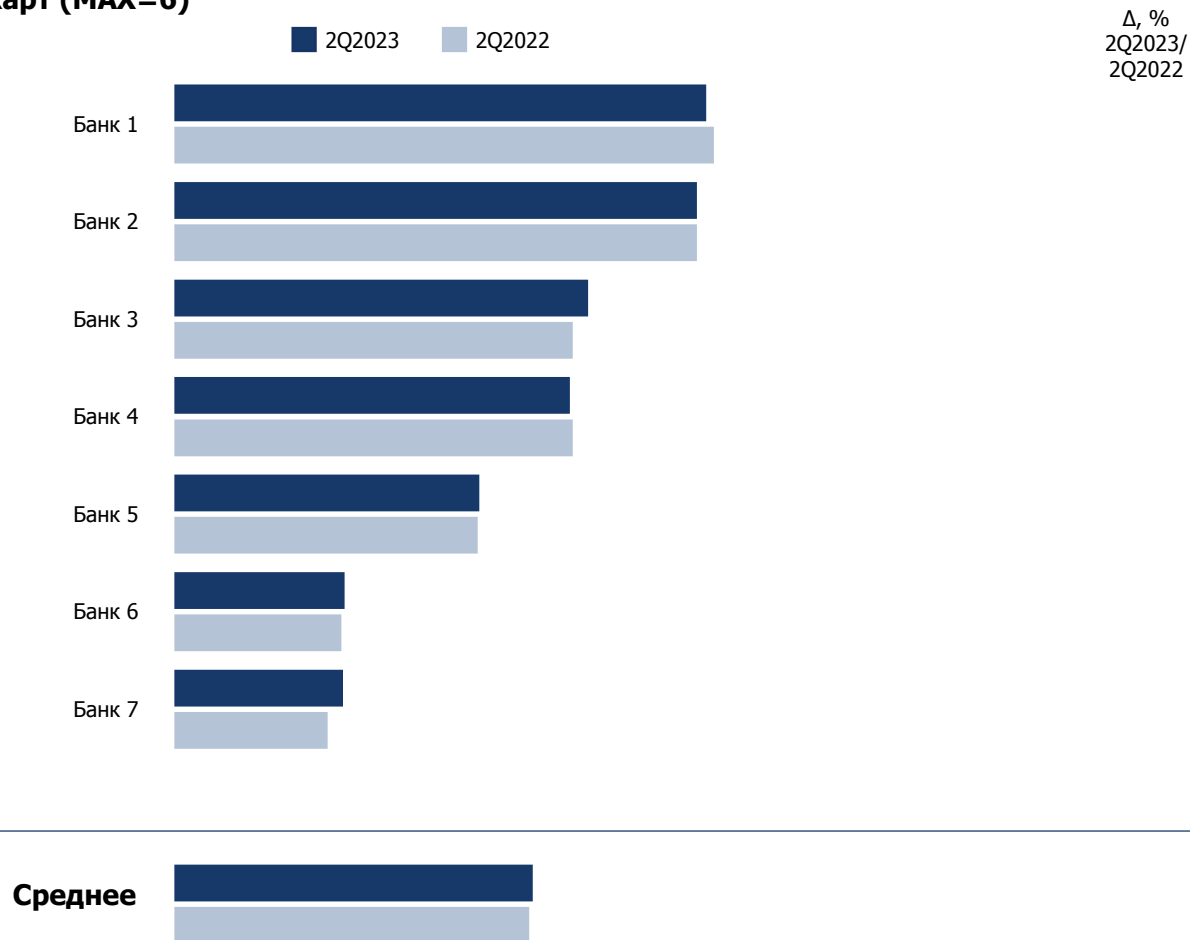
Среднее, минимальное и максимальное количество дебетовых продуктов на 1 активного держателя карты, 2023/2022



Текст комментариев

## Среднее количество банковских продуктов на 1 держателя активных дебетовых карт

Среднее количество банковских продуктов на 1 держателя активных дебетовых карт (MAX=6)

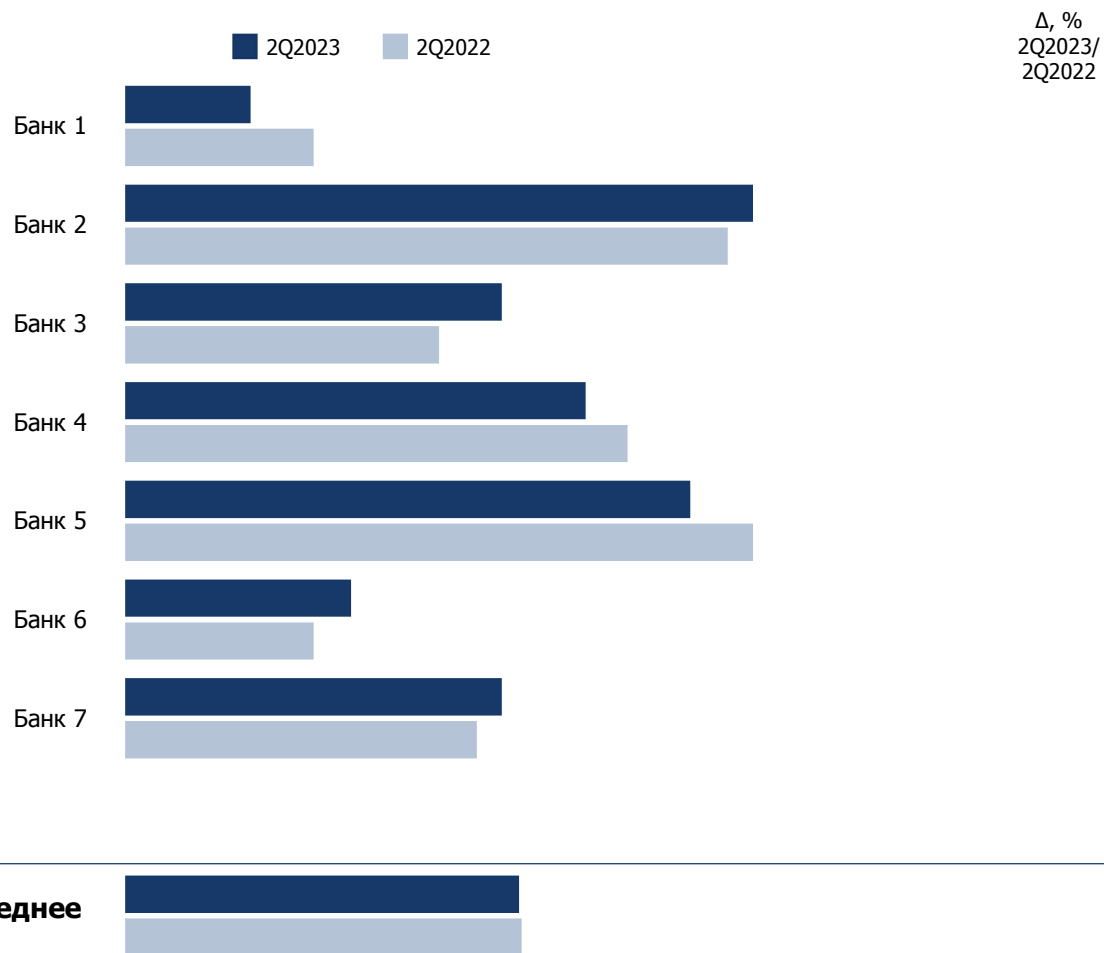


Текст комментариев

# Эффективность

## Стоимость привлечения 1 клиента в дебетовые карты

Стоимость привлечения клиента, руб.



Текст комментариев

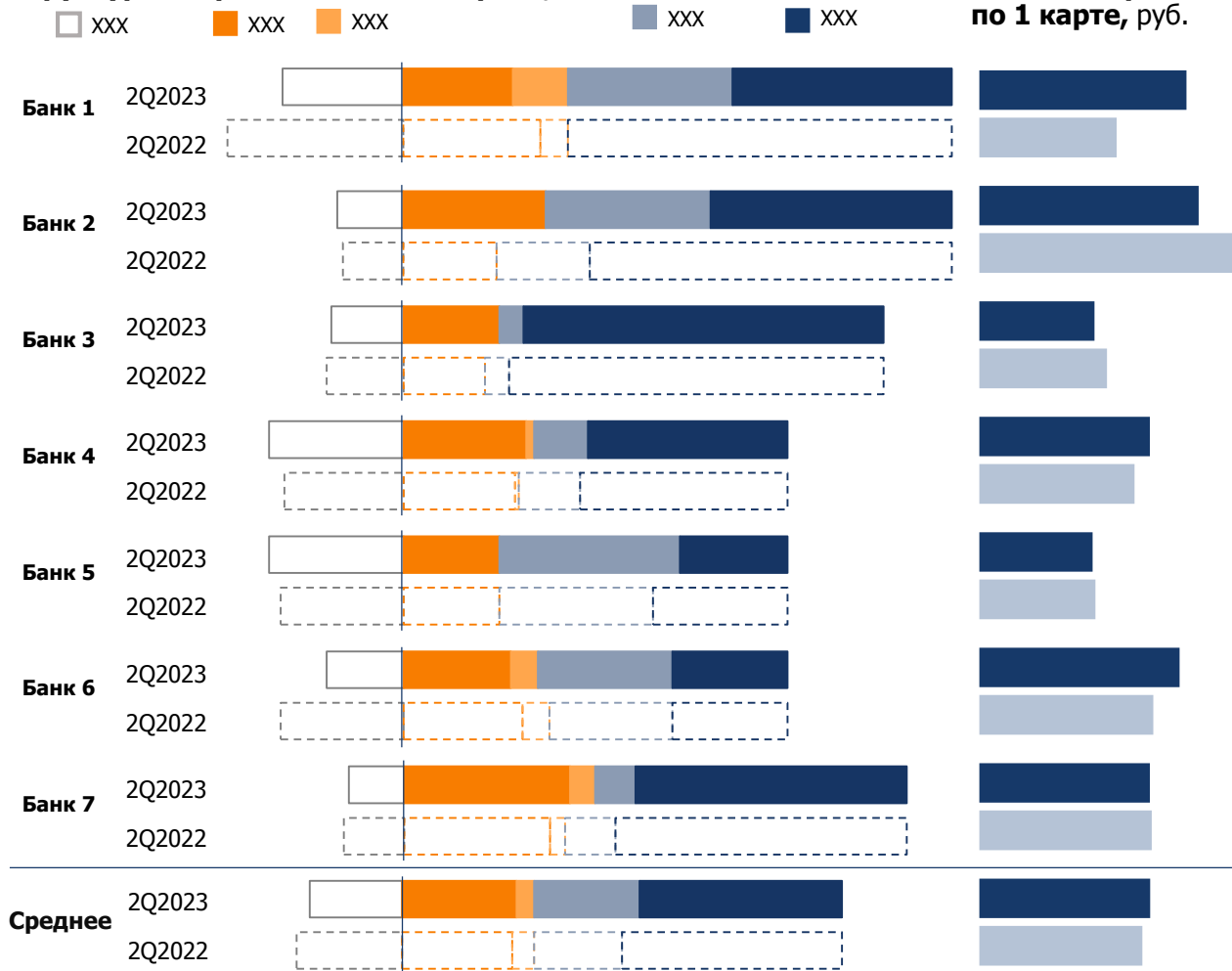
# Транзакции



## Структура транзакций по картам

Структура оборотов по одной карте\*, %

Объем оборотов по 1 карте, руб.



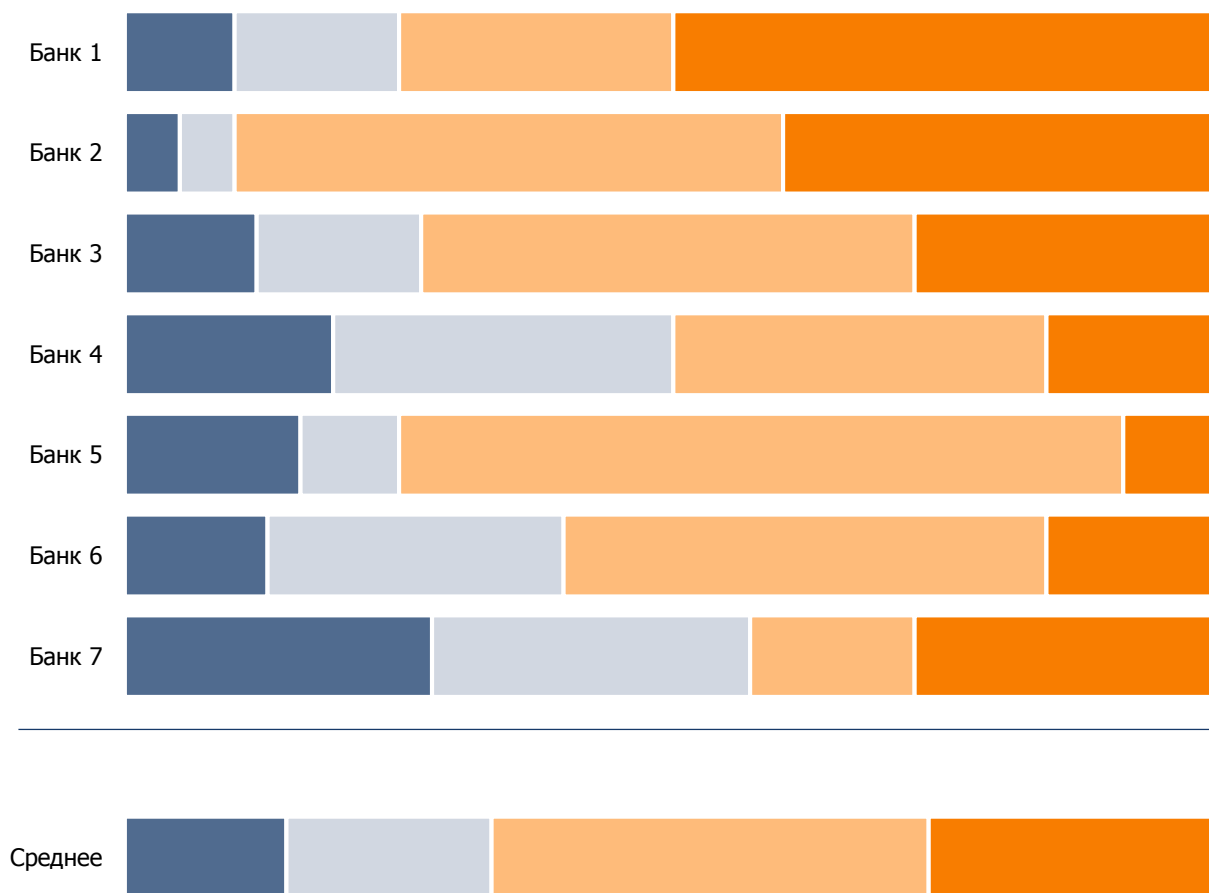
Текст комментариев

Источник: Frank RG, данные банков, 2022-2023

# **POS-транзакции**

## Структура портфелей дебетовых карт по POS-обороту

Структура портфеля активных дебетовых карт по объему POS-транзакций на 1 карту, руб. в месяц, данные на 01.07.2023



Текст комментариев

## Средний чек и частота POS-операций

Средний чек POS-операций, руб.

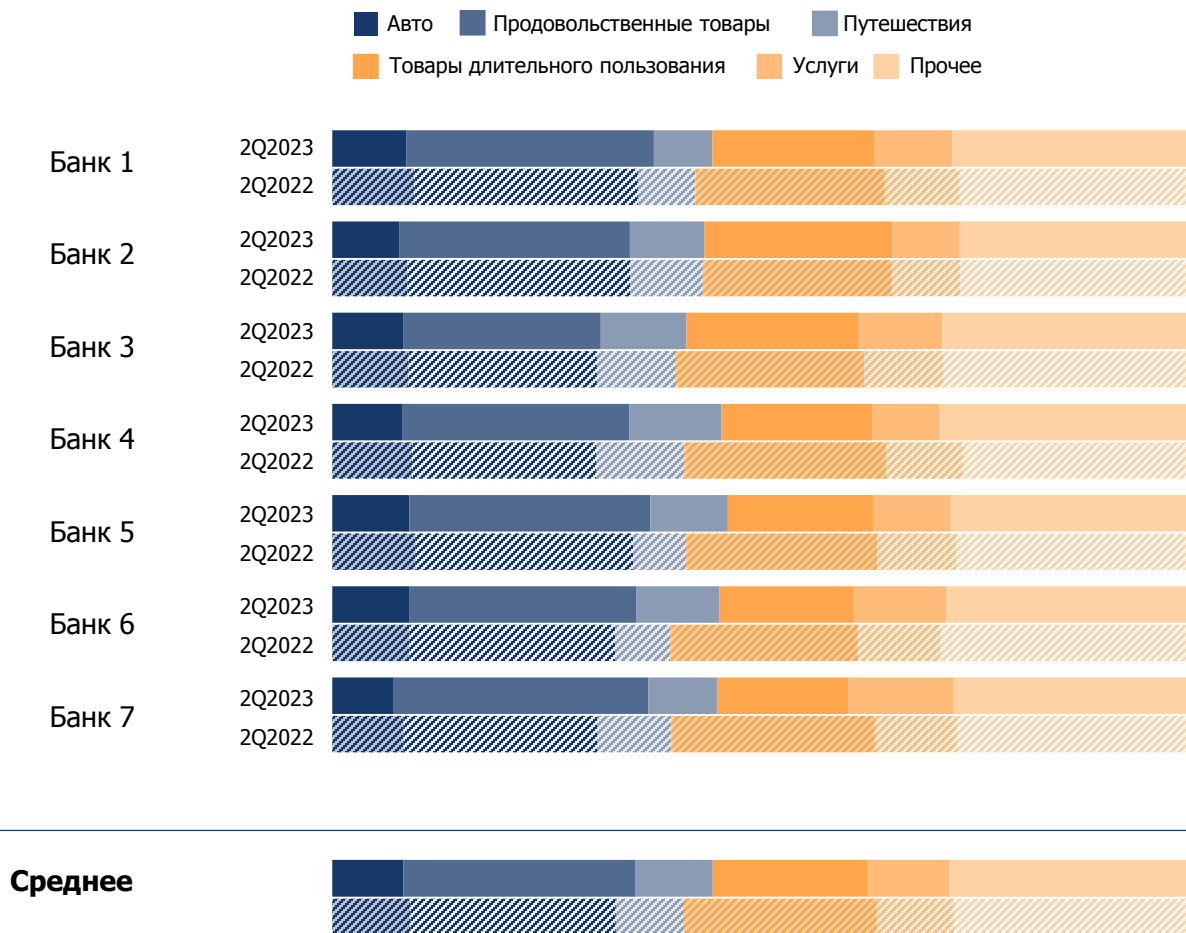
XXX, в месяц



Текст комментариев

## Структура POS-транзакций по дебетовым картам (в разрезе банков)

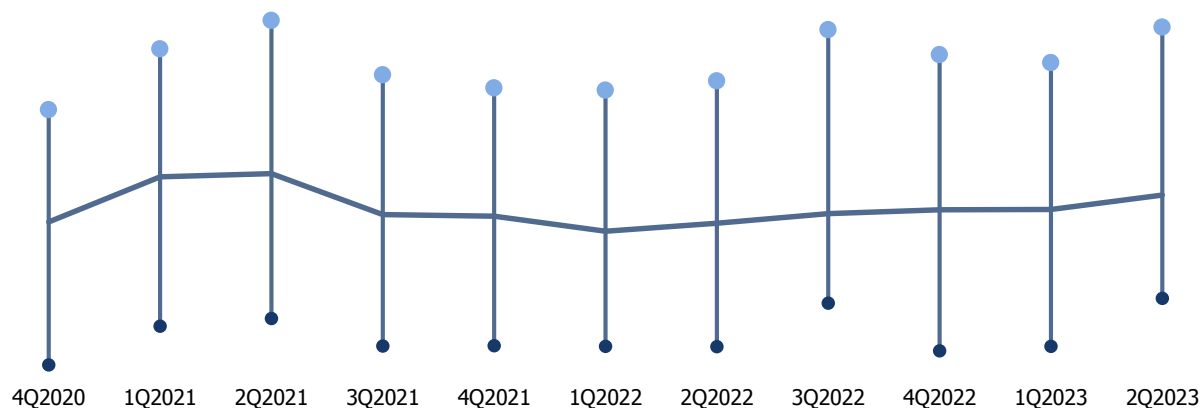
Структура POS-транзакций по дебетовым картам по каналам покупок, %



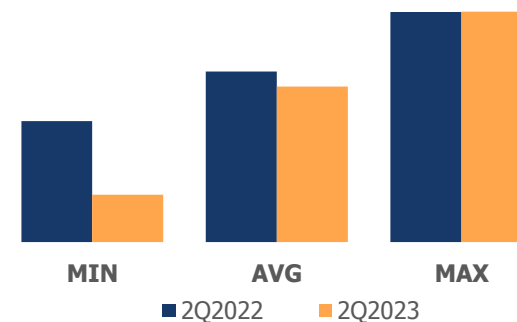
Текст комментариев

## Динамика средних чеков, частоты и объемов объем POS-операций по картам

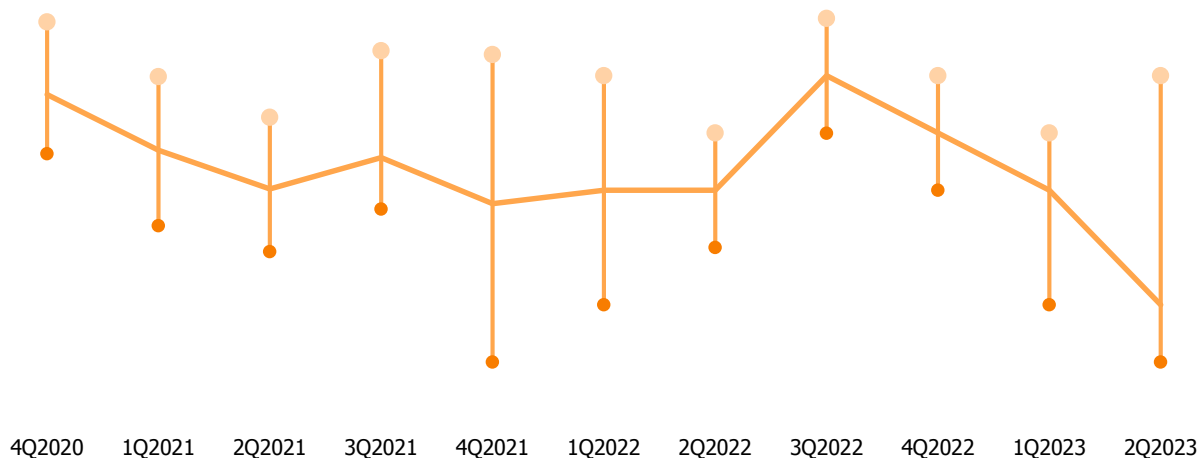
### Средний чек POS-операций, руб.



### Объем POS-операций на 1 карту, руб. в месяц



### Частота POS-операций, в месяц



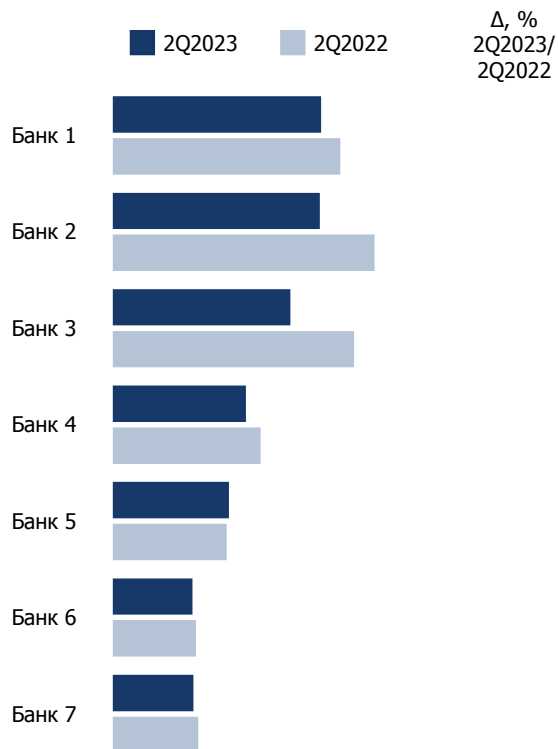
Источник: Frank RG, данные банков, 2021-2023

Текст комментариев

# Операции с наличными

## Средний чек и частота снятия наличных

### Средний чек снятия наличных, руб.



### Частота снятия наличных, в месяц



Среднее

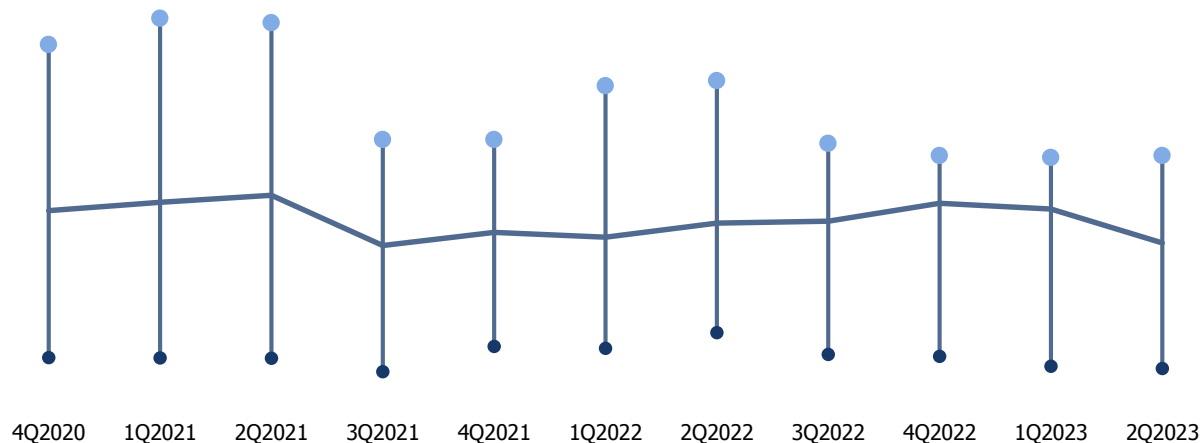


Текст комментариев

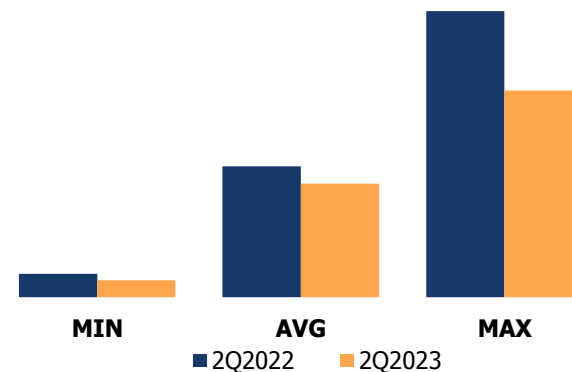


## Динамика средних чеков, частота и объемов снятия наличных по кредитным картам

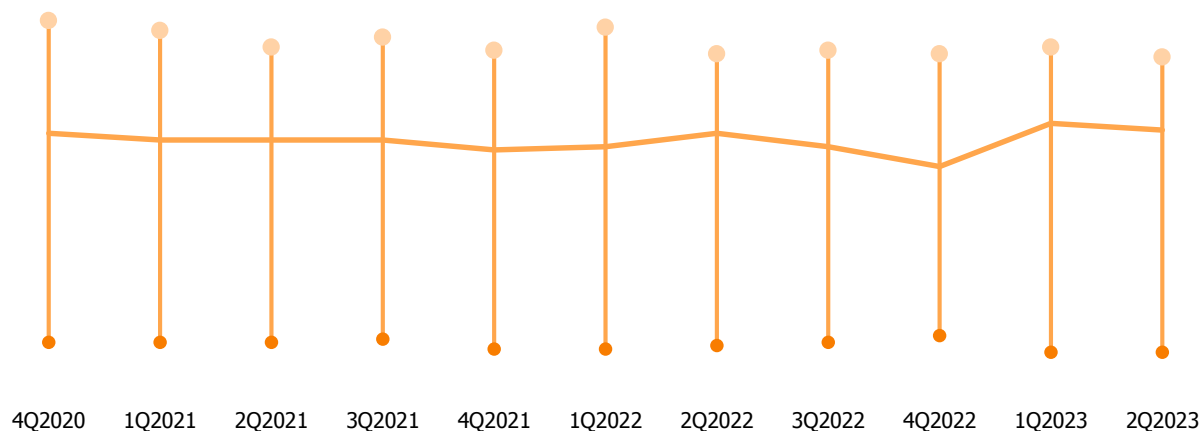
Средний чек снятия наличных с дебетовых карт, руб.



Объем операций снятия наличных на 1 карту, руб. в месяц



Частота снятия наличных с дебетовых карт, в месяц



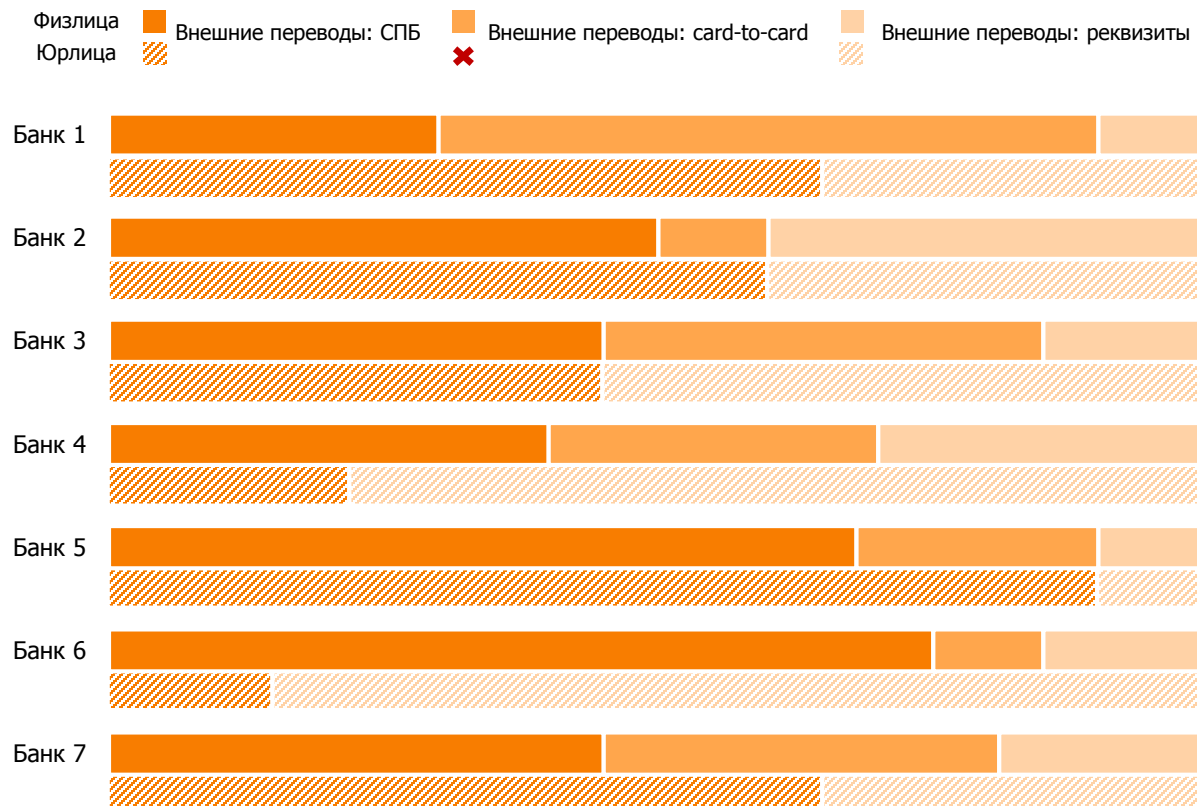
Источник: Frank RG, данные банков, 2021-2023

Текст комментариев

# **Внешние переводы**

## Структура внешних переводов по дебетовым картам

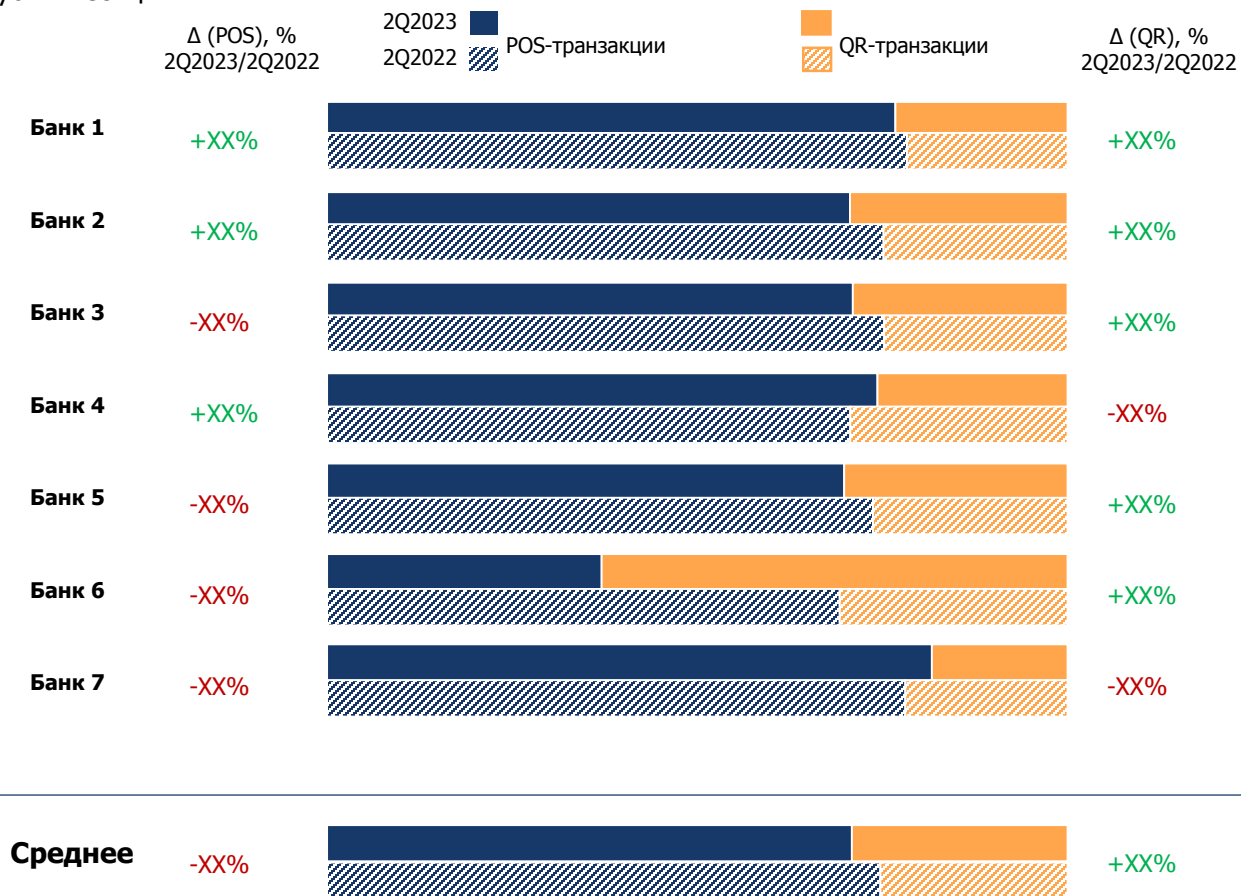
Внешние переводы в пользу физлиц и юрлиц в структуре переводов по активным дебетовым картам, за 2Q2023, %



Текст комментариев

## Сравнительный оборот платежей по QR и POS транзакций

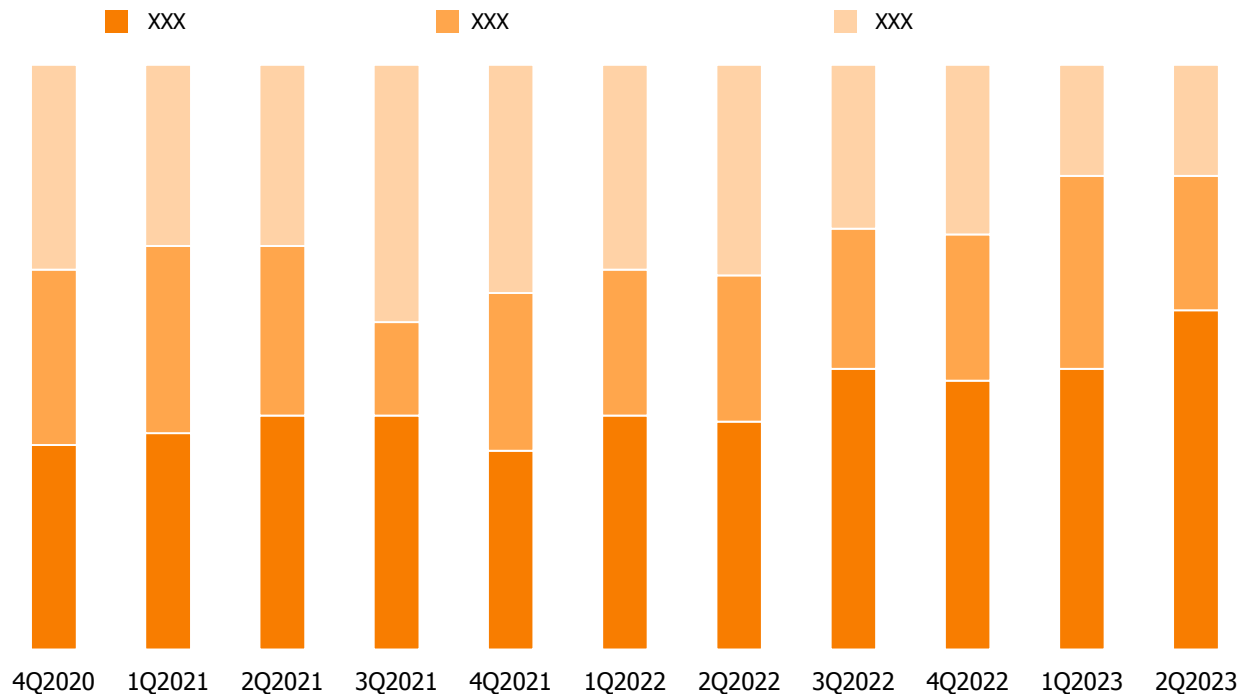
Сравнительные обороты платежей по QR и POS транзакций на 1 карту,  
руб. в месяц



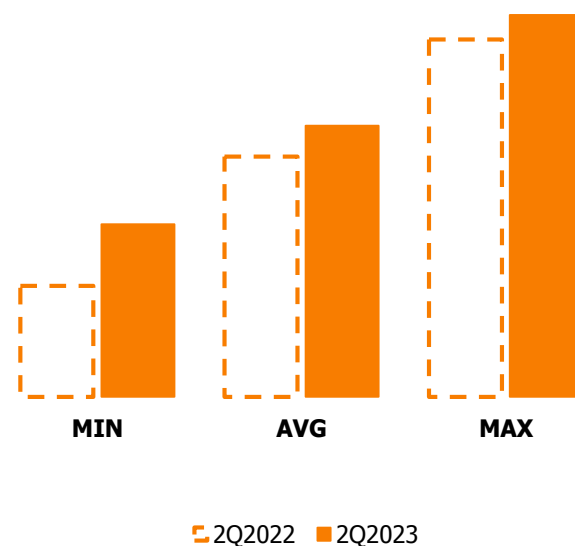
Текст комментариев

## Структура переводов в пользу физлиц по каналам

Динамика внешних платежей по структуре переводов в пользу физлиц по каналам, %



Динамика среднего, минимального и максимального значения доли внешних платежей (СПБ), 2023/2022, %

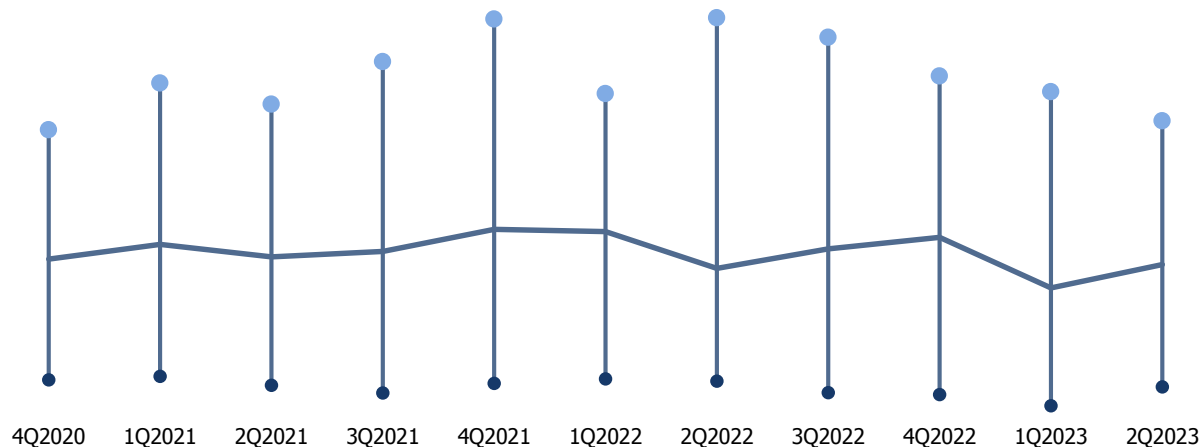


Текст комментариев

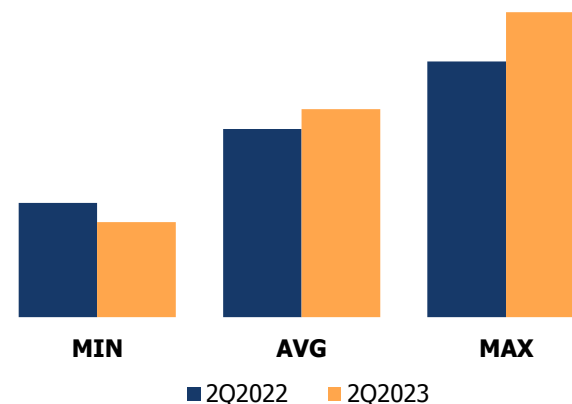
# Пополнение карты

## Динамика средних чеков, частоты и объемов пополнения по кредитным картам

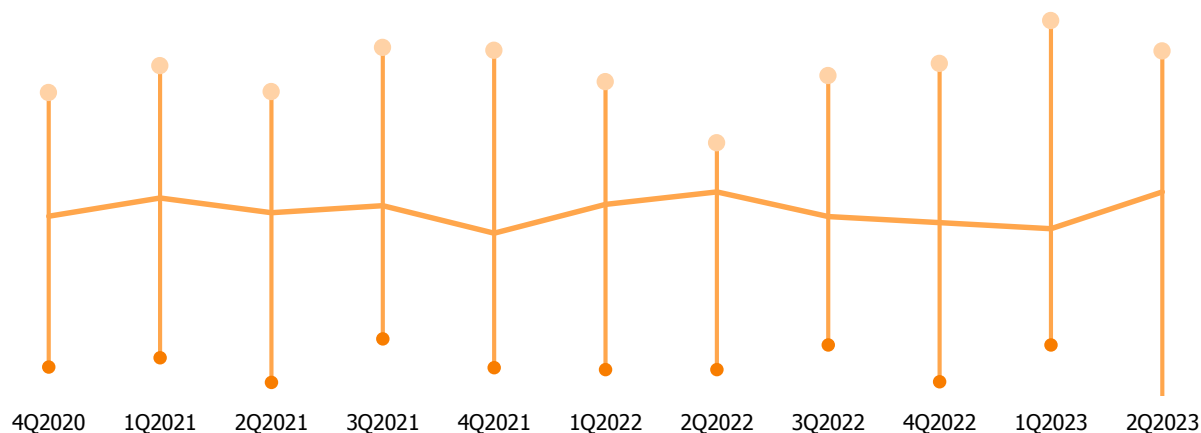
### Средний чек пополнения карты, руб.



### Объем операций пополнения на 1 карту, руб. в месяц



### Частота пополнения карты, в месяц

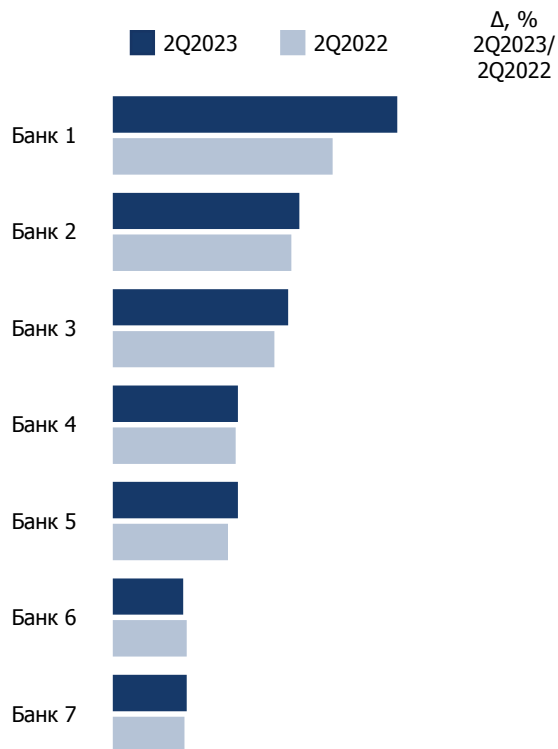


Источник: Frank RG, данные банков, 2021-2023

Текст комментариев

## Средний чек и частота пополнения карты

### Средний чек пополнения, руб.



### Частота пополнения, в месяц



Среднее



Текст комментариев



# **9 Анализ предпочтений активных клиентов – держателей дебетовых карт (Voice of the Customer)**

## Методика и участники клиентского опроса

### Список банков-участников

Сбербанк
ВТБ
Альфа-Банк
Тинькофф Банк
Открытие
МКБ
ПСБ
Ренессанс Банк
МТС Банк
Банк Уралсиб
УБРиР
Росбанк
Россельхозбанк

Компания Frank RG провела клиентский опрос среди держателей дебетовых карт 13 банков. Общее количество полностью заполненных анкет превысило 4 тыс. шт. Результаты данного исследования должны приниматься с определенными оговорками:

- Исследование касается «активных» клиентов – держателей дебетовых флагманских карт, по которым за отчетный квартал прошла хотя бы одна расходная транзакция или пополнение, инициированное клиентом
- Флагманская дебетовая карта – дебетовая карта, предлагаемая новым клиентам в настоящее время (по состоянию на 1 октября 2022 г.). Не учитываются партнерские карты (ко-бренды), а также выданные ранее карты с не истекшим сроком действия, но выведенные из активного предложения новым клиентам по состоянию на 1 октября 2023 г.
- Данные по трем банкам – Сбербанк, ВТБ и Тинькофф Банк были собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.

## Перечень вопросов

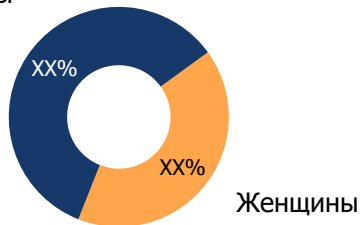
1. Наличие дебетовой карты банка и ее наименование;
2. Удовлетворенность дебетовой картой по 10-балльной шкале;
3. Восприятие дебетовой карты банка в качестве основной;
4. Как была выбрана дебетовая карта / как она появилась у клиента;
5. Способы пополнения дебетовой карты;
6. Какие операции проводятся по карте и их частота;
7. Важность критериев выбора дебетовой карты и удовлетворенность по ним;
8. Вероятность рекомендации дебетовой карты банка друзьям/знакомым;
9. Трудности в использовании дебетовой карты и их решение;
10. Пользование мобильным и интернет-банком, частота использования;
11. Действующие продукты в банке, их оформление в онлайн-каналах;
12. Пользование платежными стикерами, виртуальными картами;
13. Срок жизни клиента с дебетовой картой банка;
14. Количество дебетовых карт в кошельке клиента;
15. Наличие карт в других банках;
16. Восприятие банка;
17. Критерии выбора новой карты исходя из программы лояльности;
18. Оценка удовлетворенности сотрудничеством с банком;
19. Причины отказа от пользования текущей дебетовой картой;
20. Социально-демографические вопросы.

## Социально-демографические характеристики выборки (1/2)

### Распределение по полу

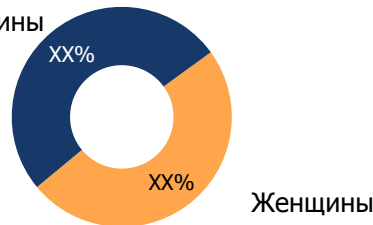
#### Участники опроса

Мужчины



#### Генеральная выборка (занятое население, Росстат)

Мужчины



### Распределение по возрасту

#### Участники опроса



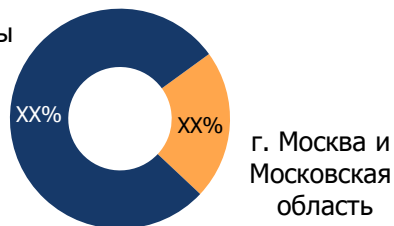
#### Генеральная выборка (Росстат)



### Географическое распределение

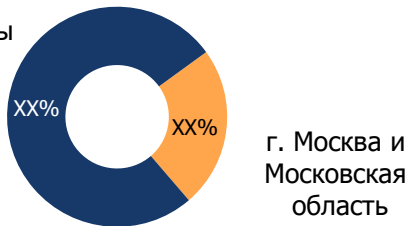
#### Участники опроса

Регионы



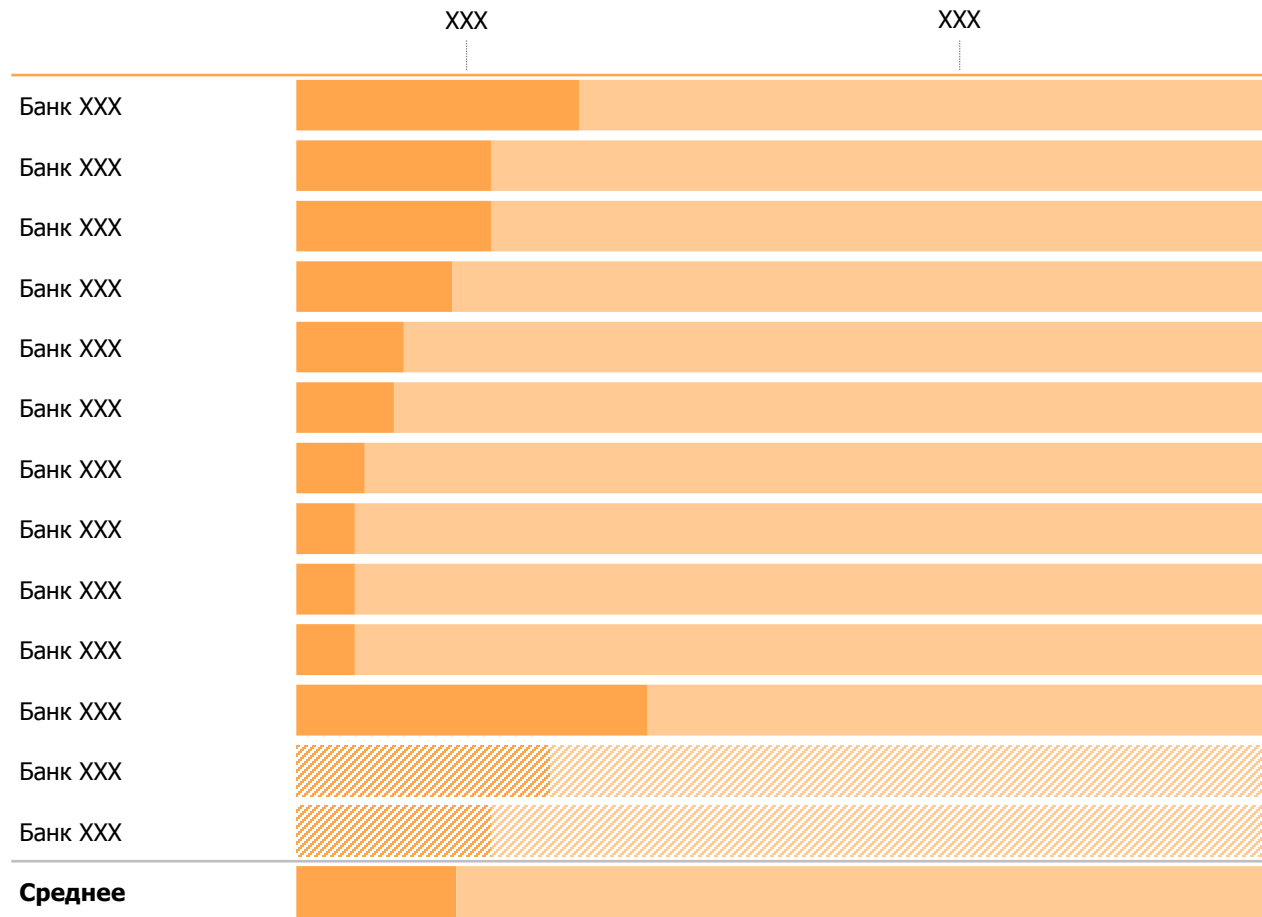
#### Генеральная выборка (общее количество выданных банковских карт, ЦБ РФ)

Регионы



## Наличие дебетовой карты

Есть ли у вас дебетовая карта банка?, % респондентов



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 4 000+ держателей активных кредитных карт, 2023 г.

## Удовлетворенность дебетовой картой

Насколько вы довольны своей дебетовой картой банка?, % респондентов



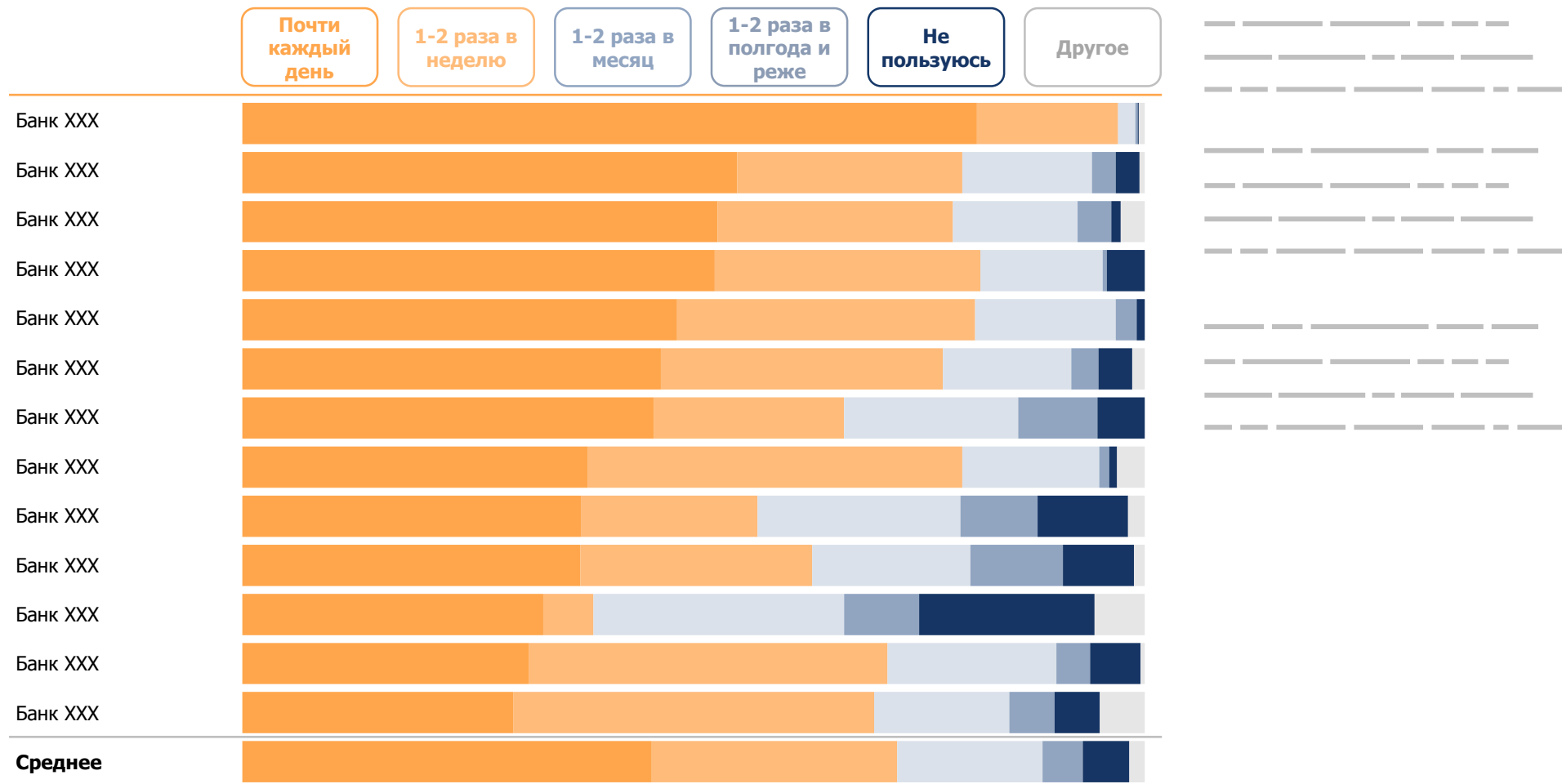
Series of horizontal dashed lines for text input.

### Средний показатель удовлетворенности картой (CSI карты)



## Частота оплаты покупок по дебетовым картам в разрезе по банкам

Как часто вы оплачиваете покупки дебетовой картой банка ?, % респондентов



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 4 000+ держателей активных дебетовых карт, 2023

## Способы пополнения дебетовой карты

Как вы пополняете дебетовую карту банка?, % респондентов



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 4 000+ держателей активных дебетовых карт, 2023



## Факторы выбора карты

### Приоритетность критериев выбора дебетовой карты

Оценка важности по шкале от 1 до 10



- \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 4 000+ держателей активных дебетовых карт, 2023

XXX





## Решение проблем в онлайн-каналах

Куда вы обращались за решением своей проблемы?, % респондентов

	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX
XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%

- XXX
- XXX

**10**    **Актуальные вопросы  
управления портфелями  
дебетовых карт  
(по итогам экспертных  
интервью)**

## Банки, принявшие участие в экспертных интервью

Альфа-Банк
------------

Банк АК Барс
--------------

Банк Санкт-Петербург
----------------------

ВТБ
-----

Газпромбанк
-------------

МКБ
-----

МТС Банк
----------

ОТП Банк
----------

Почта Банк
------------

ПСБ
-----

Ренессанс Кредит
------------------

Росбанк
---------

Сбербанк
----------

Совкомбанк
------------

Тинькофф
----------

УБРиР
-------

УРАЛСИБ
---------

ФК Открытие
-------------

## Продуктовое предложение...

### Продуктовое предложение



- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**XX/**  
**XX** среди топ-10 банков по объему портфеля предлагают....

**XXX**

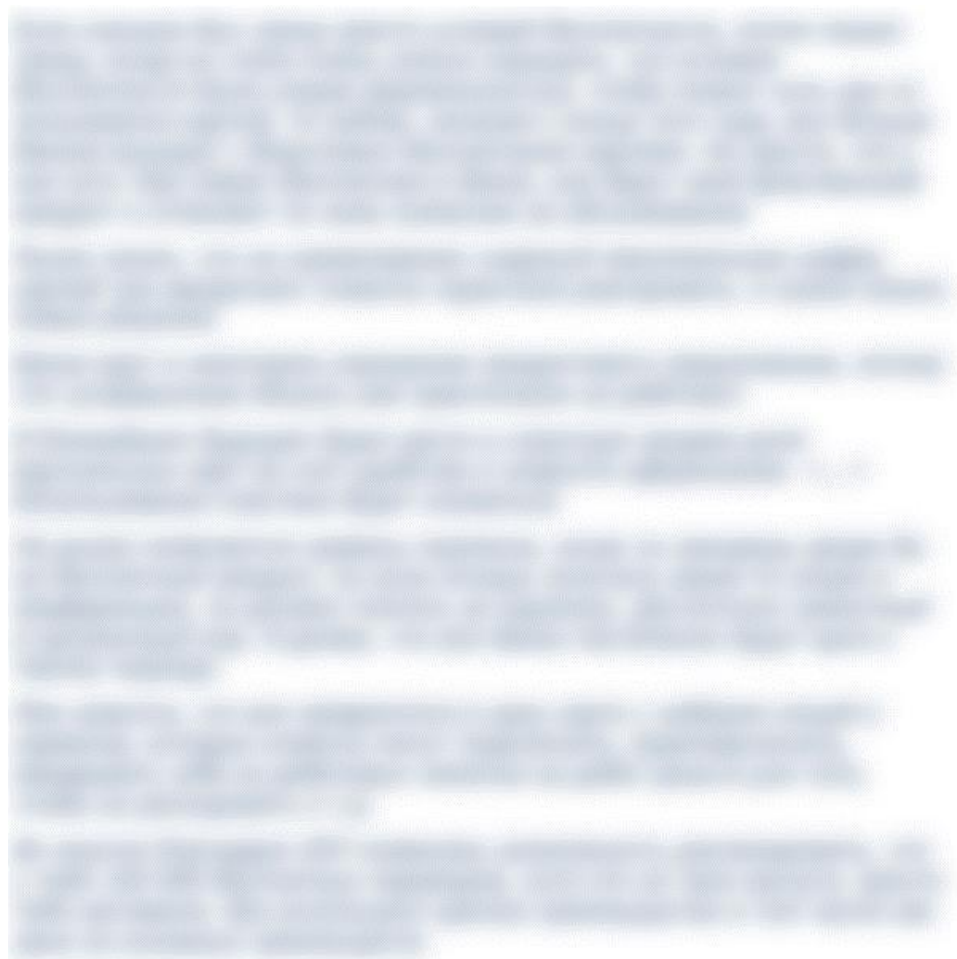
---

**XXX**

---

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**XX/**  
**XX** среди топ-10 банков по объему портфеля предоставляют клиенту возможность

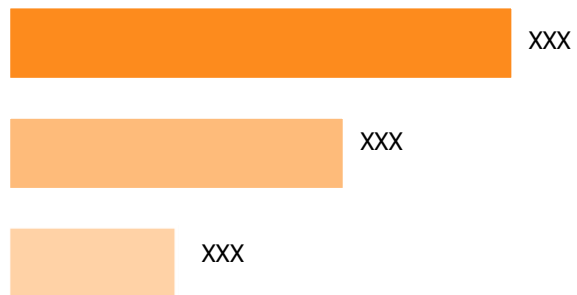


Эксперты банков-участников исследования

## XXX – один из основных источников привлечения новых клиентов



### Приоритетный клиентский сегмент для формирования базы клиентов по дебетовым картам



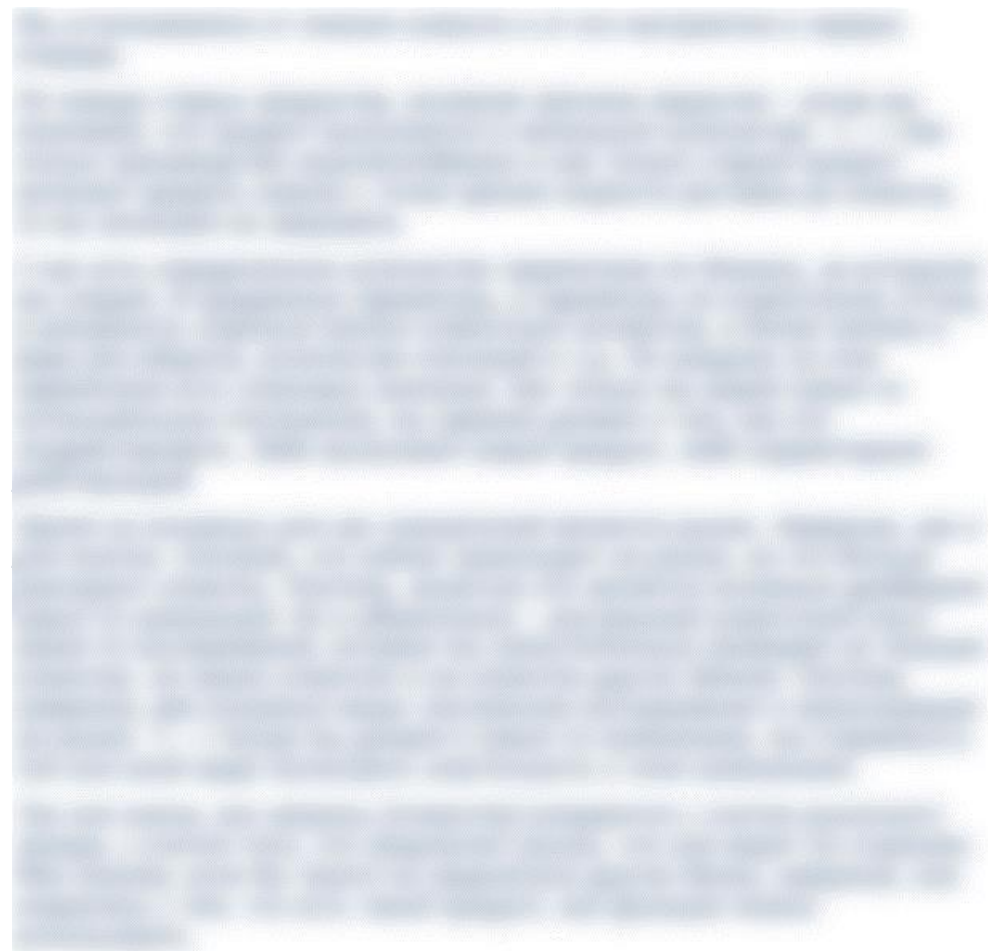
Эксперты банков-участников исследования



## Ключевые критерии при корректировке продуктовой линейки банками

Критерии корректировки условий продукта и продуктовой линейки

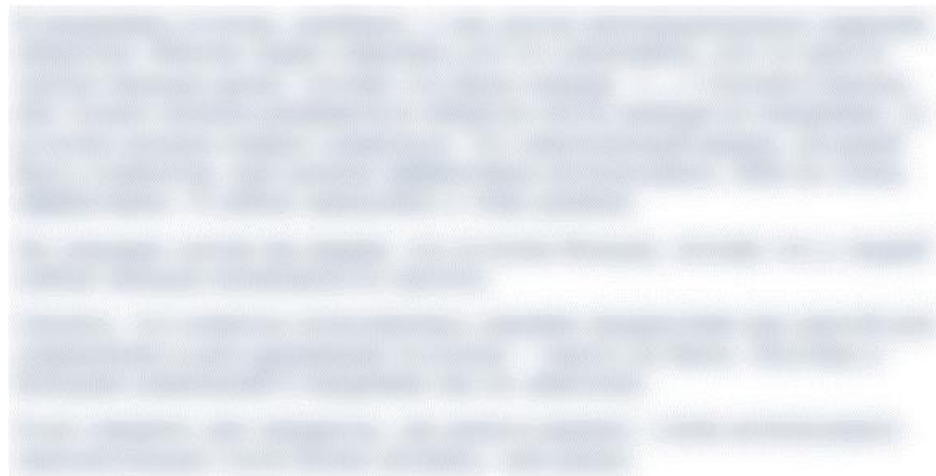
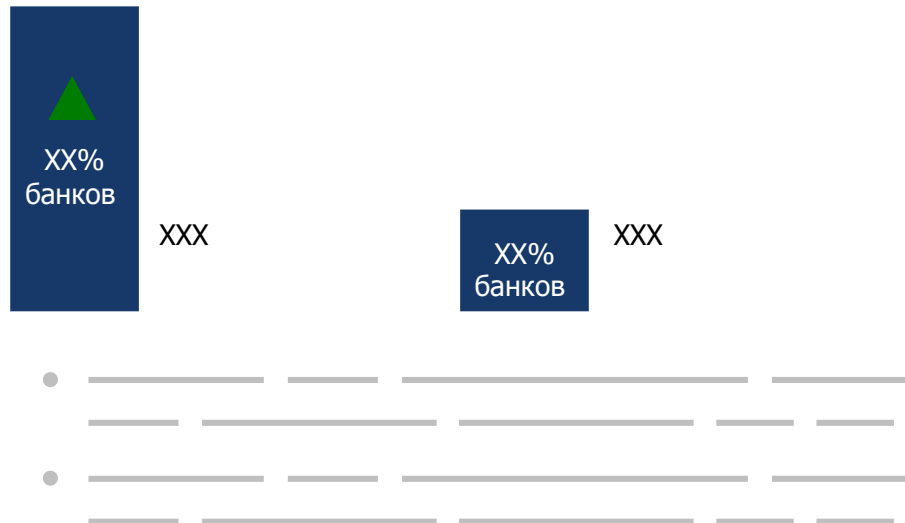
<i>Внутренние</i>	<i>Внешние</i>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>XXX</i></li><li>• <i>XXX</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>XXX</i></li></ul>
<i>XX%</i>	<i>XX%</i>



Эксперты банков-участников исследования

## Снятия наличных и остатки

### Динамика остатков на карточных счетах



Эксперты банков-участников исследования

### Динамика снятия наличных



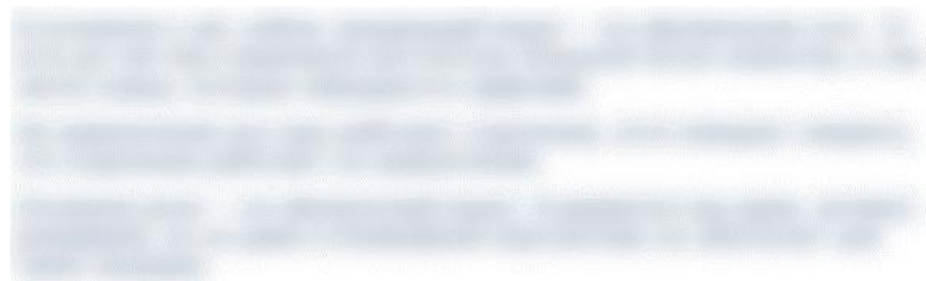
Эксперты банков-участников исследования

## XXX остаются основным каналом привлечения клиентов



XXX XX%

-----  
-----  
-----



Эксперты банков-участников исследования



XXX XX%

-----  
-----  
-----



Эксперт банка-участника исследования



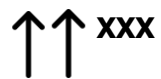
XXX XX%

-----  
-----  
-----



Эксперты банков-участников исследования

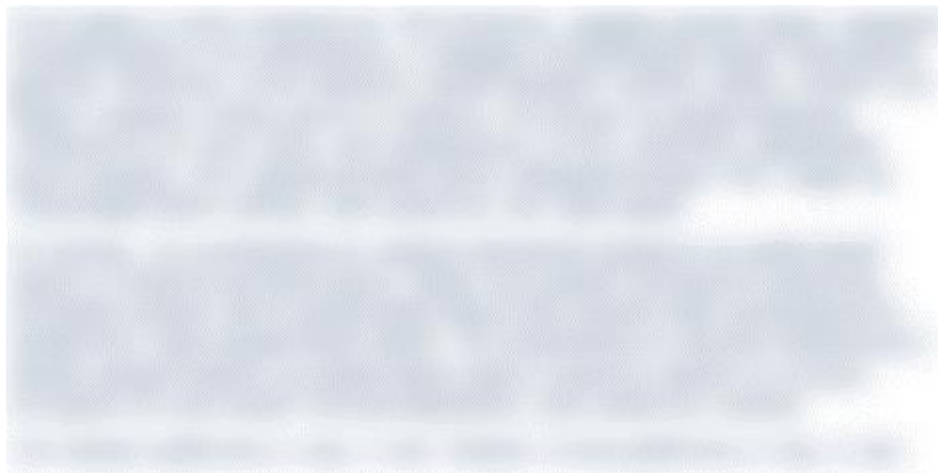
## Объединение функций в одной карте: подходы банков



xxx



Эксперты банков-участников исследования



Эксперты банков-участников исследования

# **11    Рейтинг дебетовых карт**

# **Номинации и победители Frank Debit Cards Award**

## Frank Debit Cards Award 2023. Номинации по интегральному рейтингу

### Лучшая дебетовая карта для массовых клиентов

# 1. Альфа Банк

Альфа-Карта

Рейтинг:  
XX,X%



### ТОП-5 кредитных карт для массовых клиентов

№	Банк	Название карты	Рейтинг
1	Банк XXX	Карта XXX	XX,X%
2	Банк XXX	Карта XXX	XX,X%
3	Банк XXX	Карта XXX	XX,X%
4	Банк XXX	Карта XXX	XX,X%
5	Банк XXX	Карта XXX	XX,X%

## Победители в номинациях по интегральному рейтингу




№	Банк	Название карты	Номинация	Описание методики
1	<b>Альфа Банк</b>	Альфа-Карта	<b>Лучшая дебетовая карта для массовых клиентов</b>	Лидер интегрального рейтинга дебетовых карт – сочетание выгоды карты для клиентов массового сегмента, комфортных тарифных условий, функциональности дистанционных сервисов обслуживания и удобства клиентского пути, высоких бизнес-показателей и позитивного клиентского опыта.



## Победители в номинациях по выгоде

№	Банк	Название карты	Номинация	Описание методики
2	 СБЕР БАНК	СберКарта Прайм+	<b>Самая выгодная дебетовая карта для массовых клиентов</b>	Расчет выгоды за два года пользования дебетовой картой для активных клиентов в массовом сегменте при ежемесячных тратах 55 000 руб. учитывал доходы от программы лояльности и % на остаток по накопительному счету за вычетом расходов на обслуживание карты и стоимости смс-уведомлений.
3	 МКБ	Мудрость	<b>Самая выгодная пенсионная карта</b>	Расчет за два года пользования дебетовой картой для активных клиентов в массовом сегменте при ежемесячных тратах от 12 000 руб. учитывал доходы от программы лояльности и % на остаток по накопительному счету за вычетом расходов на обслуживание карты и стоимость смс-уведомлений.
4	 Альфа Банк	Детская карта	<b>Самая выгодная детская карта</b>	Расчет выгоды за два года пользования дебетовой картой для клиентов в массовом сегменте при ежемесячных тратах от 17 000 руб. учитывал доходы от программы лояльности и % на остаток по накопительному счету за вычетом расходов на обслуживание карты и стоимости смс-уведомлений.

## Победители в номинациях по компонентам интегрального рейтинга

№	Банк	Номинация	Описание методики
5	 МТС БАНК	<b>Лучший клиентский путь оформления дебетовой карты</b>	Лидер рейтинга удобства клиентского пути оформления дебетовой карты в онлайн- и офлайн-каналах по результатам тайных покупок, включающего скорость, удобство, качество консультирования и позитивный опыт клиента.
6	 ТИНЬКОФФ	<b>Самый удобный онлайн-банк для операций daily banking</b>	Лидер рейтинга функционала цифровых каналов обслуживания операций ежедневного банкинга по результатам исследования Frank RG.
7	 ПСБ	<b>Самый динамичный банк на рынке дебетовых карт</b>	Лидер рейтинга бизнес-показателей, включающего динамику роста активной клиентской базы за год, частоту POS-транзакций по картам, динамику удельных остатков по счетам клиентов и долю активных карт.

# **Интегральный рейтинг дебетовых карт 2023**

## Интегральный рейтинг дебетовых карт (1/2)

№	Банк	Название карты	VOC (20%)	Benchmark (20%)	Digital UX (15%)	Выгода (15%)	Тарифы (15%)	Клиентский путь (15%)	Рейтинг (100%)
1	Банк XXX	Карта XXX	A	B	A	B	A	C	XX,X%
2	Банк XXX	Карта XXX	A	C	C	B	B	A	XX,X%
3	Банк XXX	Карта XXX	A	D	C	A	B	A	XX,X%
4	Банк XXX	Карта XXX	A	A	D	D	C	A	XX,X%
5	Банк XXX	Карта XXX	A	D	C	C	C	A	XX,X%
6	Банк XXX	Карта XXX	A	C	D	C	B	A	XX,X%
7	Банк XXX	Карта XXX	A	C	B	C	D	A	XX,X%
8	Банк XXX	Карта XXX	E	C	C	D	C	A	XX,X%
9	Банк XXX	Карта XXX	B	D	B	D	C	A	XX,X%
10	Банк XXX	Карта XXX	E	C	C	D	C	A	XX,X%
11	Банк XXX	Карта XXX	A	D	D	E	B	C	XX,X%
12	Банк XXX	Карта XXX	A	D	C	C	C	C	XX,X%
13	Банк XXX	Карта XXX	A	D	C	D	C	C	XX,X%
14	Банк XXX	Карта XXX	A	D	C	C	B	D	XX,X%
15	Банк XXX	Карта XXX	E	C	C	C	C	B	XX,X%
16	Банк XXX	Карта XXX	E	C	C	D	C	B	XX,X%

Буквенный рейтинг формируется исходя из отставания от лидера по показателю: **A** лидеры (90-100%), **B** 75-90% от балла лидера, **C** 50-74%, **D** 1-49%, **E** 0%

Источник: Frank RG, 2023 г.

# Рейтинг ДБО

## Методика расчета рейтинга удобства ДБО

Анкета тестирования содержит 309 функций. Каждая функция, кроме тех, что не участвуют в рейтинге, имеет свой вес. Из рейтинга исключен уникальный или редко встречающийся в онлайн-банках функционал. Вес показателей равномерно распределен в каждом разделе без учета не участвующего в рейтинге функционала.

Показатели корректировались с учетом клиентского опроса, разработанного для определения важности и востребованности функций в приложениях. Исходя из ответов респондентов по использованию того или иного функционала вес в рейтинге умножался на:

- 0,5, если только 10-30% опрошенных клиентов заявили об использовании функции;
- 0,75, если функционал востребован 30-50% респондентами;
- 1,25, если больше 50% опрошенных пользователей онлайн-банков пользуются функционалом.

В случае, если та или иная функция не принимала участие в опросе, она корректировалась с коэффициентом 1. Корректировка детализаций и вариативности функции должна складываться в единицу. Например, если у функции есть 4 вариации, то каждая из них будет корректироваться на 0,25. Или, если функционал востребован лишь 20% клиентов и имеет коэффициент 0,5, то те же 4 вариации приобретают коэффициент 0,125.

## Распределение весов в рейтинге ДБО по показателям (X/X)

	Показатель	Вес МБ	Вес ИБ
<b>Вход и регистрация</b>		<b>3,75%</b>	<b>1,25%</b>
1.1.1.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.1.2.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.1.3.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.1.4.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.1.6.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.1.7.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.3.7.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.3.8.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.4.1.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.4.2.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.4.3.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.4.4.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.4.5.	XXX	X,XX%	X,XX%
1.4.6.	XXX	X,XX%	X,XX%
<b>Онбординг</b>		<b>3,75%</b>	<b>1,25%</b>
2.1.0.	XXX	X,XX%	X,XX%
2.2.1.	XXX	X,XX%	X,XX%
2.3.1.	XXX	X,XX%	X,XX%
2.5.1.	XXX	X,XX%	X,XX%
2.5.2.	XXX	X,XX%	X,XX%
2.5.3.	XXX	X,XX%	X,XX%
2.5.4.	XXX	X,XX%	X,XX%

## XXX – лидер рейтинга удобства онлайн-банка

### ТОП-5 банков



Банк XXX



Банк XXX



Банк XXX

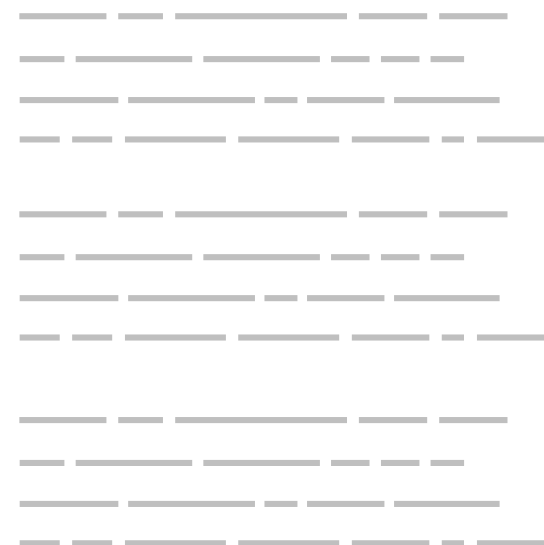


Банк XXX



Банк XXX

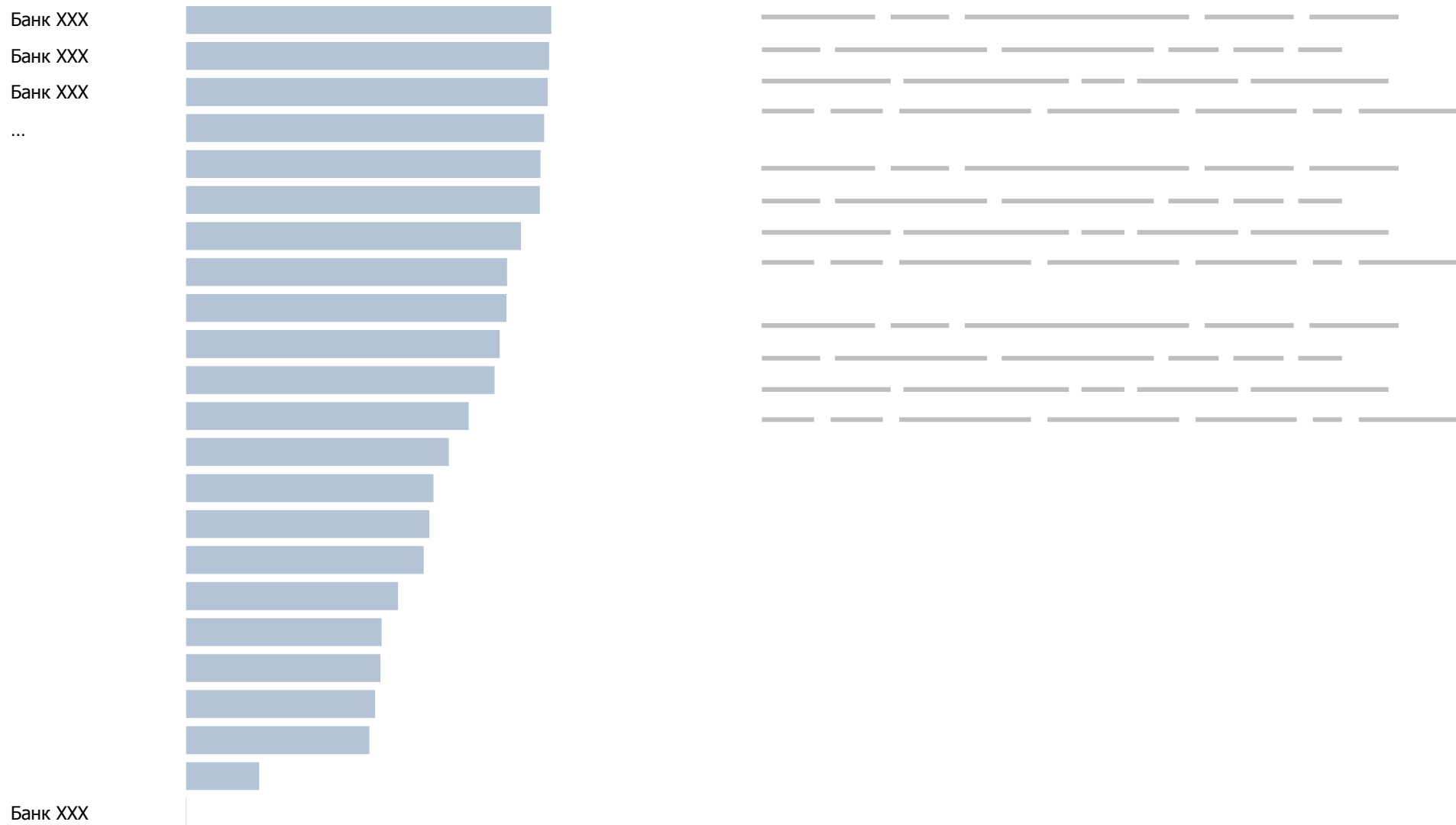
Позиция в рейтинге	Банк	
6	Банк XXX	XX,Х%
7	Банк XXX	XX,Х%
8	Банк XXX	XX,Х%
9	Банк XXX	XX,Х%
10	Банк XXX	XX,Х%
11	Банк XXX	XX,Х%
12	Банк XXX	XX,Х%
13	Банк XXX	XX,Х%
14	Банк XXX	XX,Х%
15	Банк XXX	XX,Х%
16	Банк XXX	XX,Х%
17	Банк XXX	XX,Х%
18	Банк XXX	XX,Х%
19	Банк XXX	XX,Х%
20	Банк XXX	XX,Х%
21	Банк XXX	XX,Х%
22	Банк XXX	XX,Х%
23	Банк XXX	XX,Х%
24	Банк XXX	XX,Х%
25	Банк XXX	XX,Х%
26	Банк XXX	XX,Х%



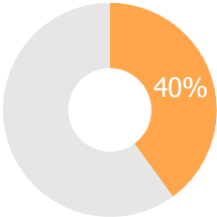
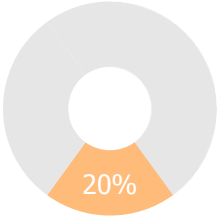


# Рейтинг удобства клиентского пути

## XXX – лидер рейтинга удобства клиентского пути оформления карты



## Методика подсчета рейтинга клиентского пути (X/X)

Вес раздела рейтинга	Показатели	Критерий
<b>XXX</b> 	Заполнение заявки	XXX баллов
	Помощь в заполнении через Госуслуги	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
<b>XXX</b> 	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов
	XXX	XXX баллов

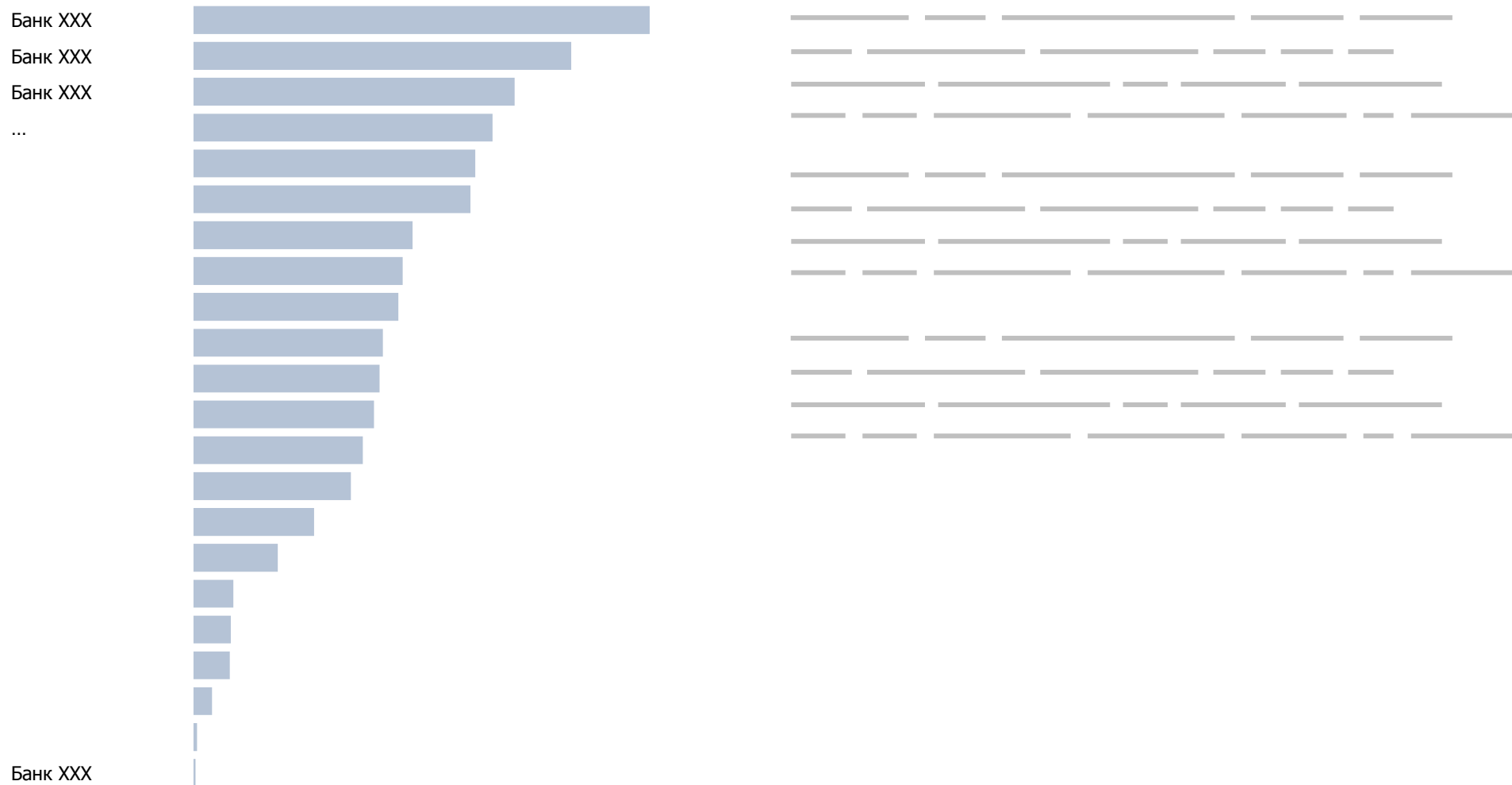
## Подсчет компонентов клиентского пути (1/4)

Компоненты, влияющие на клиентский путь в разделах, баллы

Раздел	Max	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	
XXX	6,5	6	5	6,5	3,5	5	5,5	5	6	4,5	5,5	4,5	5,5	5	5,5	3,5	5	5	3	4,5	3	3,5	1,5
Рейтинг раздела (40%)	100%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXX	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	2	1	1	0
XXX	0,5	0	0	0,5	0,5	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0	0,5	0,5	0,5	0	0
XXX	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0	0,5	0	0,5	0	0,5	0	0	0,5	0,5	0	0	0	0
XXX	1	1	0	1	1	0	1	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1
XXX	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0	0	0
XXX	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0,5	1	0
XXX	0	0	0	0	-0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-0,5	0	-0,5	-0,5
XXX	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
XXX	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1

# Рейтинг динамических показателей

## XXX – лидер рейтинга динамических показателей



**Приложение.**

**Методика расчета  
рейтинга дебетовых  
банковских карт**

## Рейтинг дебетовых карт (1/3)

### Интегральный рейтинг

Расчет рейтинга дебетовых карт для главных номинаций осуществлялся в несколько этапов.

#### Этапы составления рейтинга

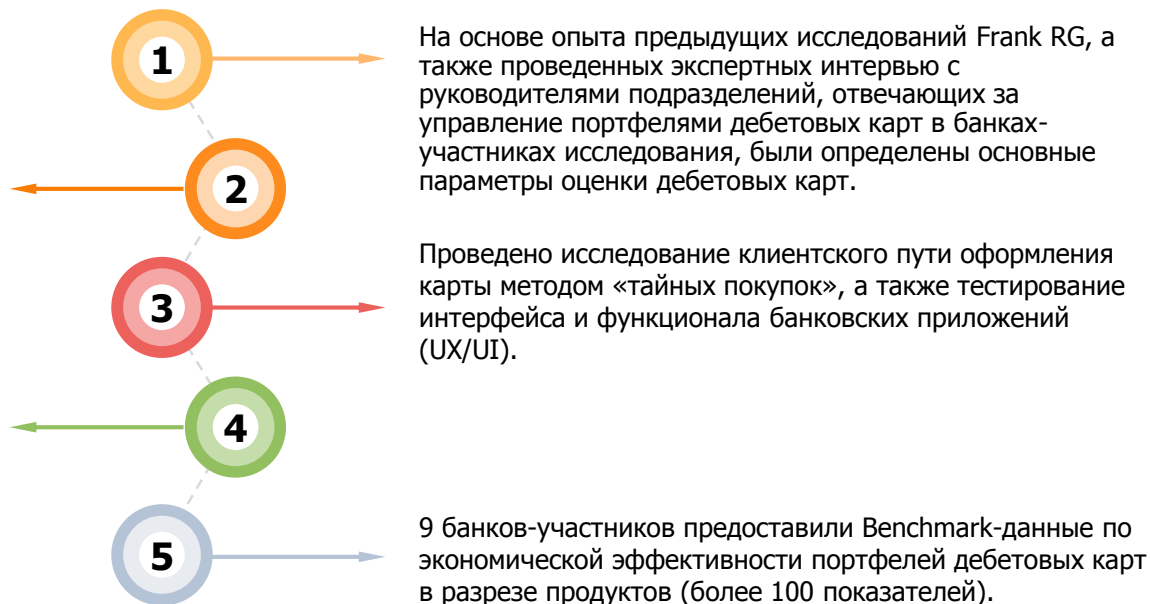
Информация по тарифам и условиям обслуживания карт по каждому банку-участнику была собрана из открытых источников. На основании расчетной модели «Калькулятор лояльности» произведены расчеты чистой выгоды карт для клиентов.

С помощью банков проведен онлайн-опрос клиентских предпочтений активных держателей дебетовых карт. Получено и проанализировано свыше 4 000 анкет.

Банки-участники проанализированы по 6 основным группам:

- Чистая выгода для клиента;
- Условия обслуживания карт и reward-программ;
- Показатели бенчмарк-исследования;
- Клиентский опыт пользования картой (VOC);
- Клиентский путь открытия карты;
- Оценка ДБО.

Расчет весов основных параметров осуществлялся на основе консолидированной экспертной оценки Frank RG и экспертных мнений специалистов рынка, полученных в ходе экспертных интервью.





## Рейтинг дебетовых карт: основные параметры рейтинга

### Параметры интегрального рейтинга



### Опрос держателей дебетовых карт

- Уровень удовлетворенности клиентов продуктом, доля и частота пользования картой
- Используемые метрики: CSI банка, NPS карты, доля лояльных клиентов, доля полноценно пользующихся картой, доля считающих карту основной, доля часто пользующихся картой для покупок.

### Benchmark

- Показатели активности продаж, клиентов и портфеля дебетовых карт в динамике
- Используемые метрики: динамика активной клиентской базы, доля активных карт в выданных, частота POS-транзакций, динамика удельных остатков по счетам держателей карт.

### Дистанционное банковское обслуживание

- Оценка функционала, интерфейса и пользовательского опыта (UX/UI) банковских приложений

### Выгода

- Размер выгоды для клиента по дебетовой карте – полученного клиентом вознаграждения (бонусов/cashback и % на остаток за счет размещения собственных средств) в рублевом эквиваленте за вычетом расходов на выпуск и обслуживание карты, рассчитанный по базовому профилю трат, в % от трат

### Тарифы

- Рейтинг условий обслуживания по параметрам, наиболее важным для клиентов с точки зрения выбора дебетовой карты

### Клиентский путь оформления карты

- Удобство клиентского пути открытия дебетовой карты в офлайн- и онлайн-каналах на основании тайных покупок

## Рейтинг дебетовых карт. Дополнительные номинации

### Номинации по выгоде

---

В дополнительных номинациях сравнивалась чистая выгода клиента от владения дебетовой картой за 2 года по наиболее популярным / перспективным направлениям развития рынка дебетовых карт с reward-программами:

- карты с кешбэк и бонусными программами;
- детские карты;
- молодежные карты;
- пенсионные карты.

Показатель чистой выгоды рассчитывается в относительном виде, как % от трат клиента. Для расчета выгоды по клиентским сегментам по доходам используется значение чистой выгоды, рассчитанное по базовому клиентскому профилю в массовом (#1) и премиальном (#41) сегментах. Для расчета выгоды по нишевым продуктам используются специализированные профили клиентских трат.

Методология расчета чистой выгоды приведена в Приложении II к настоящему отчету. Профили клиентских трат приведены в Приложении III к настоящему отчету.

### Специальные номинации

---

Специальными номинациями отмечены банки, добившиеся выдающихся успехов в отдельных компонентах рейтинга / направлениях исследования рынка.

# Приложение I. Профили трат

## Методология составления профилей трат клиентов

### Доходы, остатки и средние чеки

Профили клиентов разделены на сегменты по доходам. По клиентам массового сегмента для расчета профилей трат используются данные Росстата о размере среднемесячной номинальной заработной платы в Москве и в среднем по другим регионам РФ. Для сегментов по доходам upper mass и affluent используются значения дохода, применяемые в проекте «Клиентские сегменты».

Среднемесячный размер трат по карте в каждом клиентском профиле, используемый в модели, **может превышать** среднерыночные значения трат по картам клиентов соответствующего сегмента по доходам и профиля по тратам. Это объясняется следующими причинами:

- Модель расчета выгоды основана на предположении, что все траты клиента в месяц совершаются с помощью одной (выбранной) карты.
- Для целей расчета размер и структура доходов и трат клиента однородны в течение всего срока расчета. Крупные траты (такие, как оплата путешествий, приобретение крупной техники и мебели и т.п.), совершаемые однократно в году, в модели учитываются каждый месяц как доля от полной суммы.

Остатки моделируются отдельно по спецкарточным счетам (в виде минимального баланса) и отдельно по накопительным/ сберегательным счетам (в виде среднемесячного баланса). Остатки используются в модели для расчета начисляемых % на остаток, а также как условие бесплатности выпуска и обслуживания карт. Значения остатков соответствуют среднерыночным остаткам по счетам клиентов соответствующих сегментов по доходам (проект Frank RG «Клиентские сегменты»). Соотношение минимальных и среднемесячных балансов по счетам составляет 1 к 1,15.

Значения средних чеков используются для расчета округлений, применяемых банками по программам вознаграждений при начислении выгоды. Расчеты основаны на величине среднего чека по оплате товаров и услуг по всем картам по данным ЦБ РФ.

### Структура трат

Структура клиентских трат базового профиля массового сегмента основана на данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств», 2023 г. со следующими допущениями:

- Клиентский профиль включает только бонусируемые траты, т.е. безналичную оплату товаров и услуг, за которые начисляется вознаграждение по всем основным программам лояльности. В частности, в объем трат по карте не включаются следующие расходы:
  - Оплата услуг в форме переводов с карты на карту/ со счета на счет;
  - Оплата по реквизитам (за образовательные услуги, мобильную связь, коммунальные услуги и пр.);
  - Оплата финансовых услуг (страховых и медицинских полисов, обязательных платежей по кредитам и т.п.).
- По профилям низкодоходных клиентов значительная часть ежедневных расходов (на приобретение продуктов питания и предметов первой необходимости) производится за счет наличных денежных средств.
- В специализированных профилях (Автомобилист, Гурман, Геймер и т.п.) траты в соответствующих категориях повышены и составляют до 1/3 всех бонусируемых расходов по карте.

## Профили клиентов: сегмент Mass Москва (1/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	1 Базовый Mass Москва	2 Автомобилист Mass Москва	3 Мой дом Mass Москва	4 Миллениал Mass Москва
Доход в мес., руб.	100 000	100 000	100 000	100 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	55%	70%
Траты по карте, руб./мес.	55 000	55 000	55 000	70 000
Остатки на всех счетах в банке, руб.	270 000	270 000	270 000	100 000
Средний чек, руб.	683	683	683	683
Баланс (мин. остаток по СКС)	35 436	35 436	35 436	35 436

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	38,5%	34,2%	32,0%	21,0%
Одежда и обувь	7,9%	7,0%	5,5%	9,3%
Рестораны, включая доставку	17,5%	7,8%	4,2%	28,1%
Авто	6,3%	27,8%	6,3%	2,6%
Отдых, путешествия	7,6%	6,7%	7,0%	8,0%
Досуг, развлечения	5,6%	2,9%	2,8%	13,7%
Здоровье, медицина, красота	5,6%	4,5%	2,8%	6,0%
Электроника	3,7%	3,8%	7,0%	8,5%
Дом, ремонт	2,7%	2,7%	29,5%	
Прочие	4,5%	2,5%	2,9%	2,7%
<b>В т.ч.</b>				
Покупки за границей	3,0%	1,9%	1,4%	4,3%
Интернет-магазины	4,8%	4,0%	4,6%	6,2%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>				
ЖКХ	13,5%	13,5%	13,5%	7,9%

## Профили клиентов: сегмент Mass Regions (2/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	5 Базовый Mass Regions	6 Автомобилист Mass Regions	7 Мой дом Mass Regions	8 Миллениал Mass Regions
Доход в мес., руб.	40 000	40 000	40 000	40 000
Доля безналичных операций, %	50%	50%	50%	65%
Траты по карте, руб./мес.	20 000	20 000	20 000	26 000
Остатки на всех счетах в банке, руб.	72 000	72 000	72 000	56 000
Средний чек, руб.	419	419	419	419
Баланс (мин. остаток по СКС)	15 127	15 127	15 127	15 127

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	43,2%	36,5%	36,5%	27,3%
Одежда и обувь	8,8%	6,0%	5,0%	10,6%
Рестораны, включая доставку	10,2%	3,5%	2,5%	21,2%
Авто	4,4%	31,3%	4,5%	2,7%
Отдых, путешествия	9,8%	4,5%	4,5%	10,4%
Досуг, развлечения	5,5%	3,5%	2,3%	11,5%
Здоровье, медицина, красота	7,8%	4,5%	4,0%	7,1%
Электроника	5,8%	4,8%	7,8%	6,5%
Дом, ремонт	2,8%	2,8%	32,0%	
Прочие	2,0%	2,8%	1,0%	2,7%
<b>В т.ч.</b>				
Покупки за границей	2,4%	1,2%	1,0%	3,8%
Интернет-магазины	5,0%	4,1%	4,1%	5,9%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>				
ЖКХ	22,2%	22,2%	18,5%	17,1%

## Профили клиентов: сегмент Upper Mass Moscow (3/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	20 Базовый Upper Mass Moscow	21 Автомобилист Upper Mass Moscow	22 Геймер Upper Mass Moscow	23 Гурман Upper Mass Moscow	24 Путешественник Upper Mass Moscow	25 Wellness Upper Mass Moscow
Доход в мес., руб.	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	55%	55%	55%	55%
Траты по карте, руб./мес.	82 500	82 500	82 500	82 500	82 500	82 500
Остатки на счетах в банке, руб.	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Средний чек, руб.	1 086	1 086	1 086	1 086	1 086	1 086
Баланс (мин. остаток по СКС)	107 508	107 508	107 508	107 508	107 508	107 508

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	26,2%	23,1%	22,4%	27,3%	21,3%	25,3%
Одежда и обувь	8,2%	8,2%	7,5%	6,1%	6,7%	7,9%
Рестораны, включая доставку	17,6%	15,9%	20,2%	33%	16,7%	12,7%
Авто	5,8%	24,5%	5,0%	5,5%	6,5%	4,7%
Отдых, путешествия	10,9%	7,5%	6,2%	7,5%	32%	7%
Досуг, развлечения	5,5%	4,8%	15,6%	4,5%	3,8%	4,7%
Здоровье, медицина, красота	11,2%	5,0%	4,2%	5,2%	4,8%	29,6%
Электроника	6,7%	4,8%	12,7%	4,2%	3,5%	3,8%
Дом, ремонт	4,6%	2,7%	2,4%	3,2%	1,3%	1,1%
Прочие	3,4%	3,4%	3,6%	3,6%	3,2%	3,6%
<b>В т.ч.</b>						
Покупки за границей	3,3%	2,9%	3,2%	4,4%	4,2%	2,5%
Интернет-магазины	5,5%	4,9%	7,2%	4,2%	4,0%	4,6%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>						
ЖКХ	6,7%	6,7%	6,7%	6,7%	6,7%	6,7%

## Профили клиентов: сегмент Upper Mass Moscow (4/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	26 Fashion Upper Mass Moscow	27 Woman Upper Mass Moscow	28 Миллениал Upper Mass Moscow	29 Гаджетоман Upper Mass Moscow	30 Мой дом Upper Mass Moscow
Доход в мес., руб.	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	70%	60%	55%
Траты по карте, руб./мес.	82 500	82 500	105 000	90 000	82 500
Остатки на всех счетах в банке, руб.	600 000	600 000	450 000	600 000	600 000
Средний чек, руб.	1 086	1 086	1 086	1 086	1 086
Баланс (мин. остаток по СКС)	107 508	107 508	107 508	107 508	107 508

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	23,4%	24,0%	16,8%	20,9%	22,7%
Одежда и обувь	21,5%	10,8%	10,1%	6,1%	6,4%
Рестораны, включая доставку	17,3%	15,8%	25,5%	14%	11,5%
Авто	5,3%	5,3%	2,4%	4,0%	5,2%
Отдых, путешествия	8,1%	9,8%	9,8%	6,9%	6,1%
Досуг, развлечения	5,5%	6,1%	11,6%	6,2%	2,6%
Здоровье, медицина, красота	6%	16,1%	7,4%	4,6%	4,7%
Электроника	5%	5,1%	12,9%	31%	9,0%
Дом, ремонт	4%	4%	1,2%	3,5%	28,2%
Прочие	4,0%	3,4%	2,3%	2,4%	3,6%
<b>В т.ч.</b>					
Покупки за границей	4,4%	3,3%	4,2%	2,5%	2,2%
Интернет-магазины	9,3%	5,8%	7,6%	11,8%	5,7%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>					
ЖКХ	6,7%	6,7%	5,3%	6,2%	6,7%



## Профили клиентов: сегмент Upper Mass Regions (5/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	9 Базовый Upper Mass Regions	10 Автомобилист Upper Mass Regions	11 Геймер Upper Mass Regions	12 Гурман Upper Mass Regions	13 Путешественник Upper Mass Regions	14 Wellness Upper Mass Regions
Доход в мес., руб.	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	55%	55%	55%	55%
Траты по карте, руб./мес.	33 000	33 000	33 000	33 000	33 000	33 000
Остатки на счетах в банке, руб.	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000
Средний чек, руб.	639	639	639	639	639	639
Баланс (мин. остаток по СКС)	47 766	47 766	47 766	47 766	47 766	47 766

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	34,5%	31,2%	25,8%	32,4%	27,0%	25,2%
Одежда и обувь	9,4%	7,4%	6,2%	5,8%	6,1%	7,6%
Рестораны, включая доставку	17,9%	7,6%	18,5%	35%	15,8%	11,1%
Авто	5,5%	27,9%	3,8%	4,2%	6,5%	4,4%
Отдых, путешествия	10,9%	6,5%	5,9%	6,7%	27,4%	6%
Досуг, развлечения	4,2%	3,8%	17,3%	4,1%	4,2%	3,9%
Здоровье, медицина, красота	6,8%	5,1%	3,5%	4,5%	4,2%	33,2%
Электроника	4,8%	5,1%	14,2%	3,0%	4,2%	3,6%
Дом, ремонт	3,0%	2,7%	2,7%	2,4%	2,1%	2,4%
Прочие	2,9%	2,7%	2,1%	2,3%	2,6%	2,3%
<b>В т.ч.</b>						
Покупки за границей	3,4%	1,9%	2,8%	4,4%	3,8%	2,2%
Интернет-магазины	5,1%	4,6%	6,8%	3,3%	3,9%	4,0%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>						
ЖКХ	16,8%	16,8%	16,8%	16,8%	16,8%	16,8%

## Профили клиентов: сегмент Upper Mass Regions (6/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	15 Fashion Upper Mass Regions	16 Woman Upper Mass Regions	17 Миллениал Upper Mass Regions	18 Гаджетоман Upper Mass Regions	19 Мой дом Upper Mass Regions
Доход в мес., руб.	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	55%	65%	60%
Траты по карте, руб./мес.	33 000	33 000	39 000	36 000	33 000
Остатки на всех счетах в банке, руб.	96 000	96 000	72 000	96 000	96 000
Средний чек, руб.	639	639	639	639	639
Баланс (мин. остаток по СКС)	47 766	47 766	47 766	47 766	47 766

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	24,8%	22,6%	19,4%	23,9%	25,8%
Одежда и обувь	20,8%	13,6%	7,9%	5,7%	6,1%
Рестораны, включая доставку	14,7%	13,2%	18,6%	12%	9,4%
Авто	4,8%	4,8%	2,4%	4,7%	5,8%
Отдых, путешествия	7,7%	10,2%	8,8%	7,4%	7,3%
Досуг, развлечения	4,5%	6,4%	12,1%	6,4%	3,3%
Здоровье, медицина, красота	11,1%	19,1%	12,9%	4,6%	6,1%
Электроника	5,2%	4,5%	13,8%	31%	5,5%
Дом, ремонт	3,8%	3,0%	1,2%	3,1%	28,2%
Прочие	2,6%	2,6%	2,8%	2,2%	2,7%
<b>В т.ч.</b>					
Покупки за границей	4,0%	3,3%	3,2%	2,1%	1,9%
Интернет-магазины	8,5%	6,2%	7,4%	11,5%	4,3%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>					
ЖКХ	16,8%	16,8%	14,2%	15,4%	16,8%

## Профили клиентов: сегмент Affluent Moscow (7/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	41 Базовый Affluent Moscow	42 Автомобилист Affluent Moscow	43 Гурман Affluent Moscow	44 Путешественник Affluent Moscow	45 Wellness Affluent Moscow
Доход в мес., руб.	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Доля безналичных операций, %	65%	65%	65%	65%	65%
Траты по карте, руб./мес.	162 500	162 500	162 500	162 500	162 500
Остатки на всех счетах в банке, руб.	1 250 000	1 250 000	1 250 000	1 250 000	1 250 000
Средний чек, руб.	1 883	1 883	1 883	1 883	1 883
Баланс (мин. остаток по СКС)	271 864	271 864	271 864	271 864	271 864

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	17,6%	17,8%	19,3%	16,9%	17,8%
Одежда и обувь	7,8%	8,0%	8,0%	8,6%	8,6%
Рестораны, включая доставку	27,1%	17,2%	31,4%	14%	11,4%
Авто	5,0%	17,4%	3,3%	6,2%	4,9%
Отдых, путешествия	17,5%	14,3%	14,9%	28,7%	16,5%
Досуг, развлечения	3,8%	3,8%	4,4%	3,4%	3,4%
Здоровье, медицина, красота	7,0%	6,2%	5,4%	5,9%	22,0%
Электроника	6,2%	6,5%	5,8%	7%	7,4%
Дом, ремонт	6,8%	7,1%	5,8%	7,4%	6,2%
Прочие	1,2%	1,7%	1,7%	1,8%	1,8%
<b>В т.ч.</b>					
Покупки за границей	4,6%	3,4%	4,9%	3,8%	3,1%
Интернет-магазины	4,6%	4,8%	4,7%	5,2%	5,4%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>					
ЖКХ	6,8%	6,8%	6,8%	6,8%	6,8%

## Профили клиентов: сегмент Affluent Moscow (8/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	46 Fashion Affluent Moscow	47 Гаджетоман Affluent Moscow	48 Woman Affluent Moscow	49 Мой дом Affluent Moscow
Доход в мес., руб.	250 000	250 000	250 000	250 000
Доля безналичных операций, %	65%	65%	65%	65%
Траты по карте, руб./мес.	162 500	162 500	162 500	162 500
Остатки на всех счетах в банке, руб.	1 250 000	1 250 000	1 250 000	1 250 000
Средний чек, руб.	1 883	1 883	1 883	1 883
Баланс (мин. остаток по СКС)	271 864	271 864	271 864	271 864

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	17,8%	16,6%	16,4%	17,8%
Одежда и обувь	21,9%	8,0%	13,0%	8,2%
Рестораны, включая доставку	14,5%	11,4%	11,3%	7,2%
Авто	6,2%	5,4%	5,9%	6,2%
Отдых, путешествия	14,5%	13,4%	16,1%	11,6%
Досуг, развлечения	3,9%	4,6%	4,1%	3,1%
Здоровье, медицина, красота	7,8%	6,0%	20,2%	5,4%
Электроника	6,8%	26,0%	6,7%	10,2%
Дом, ремонт	4,3%	7,0%	4,7%	28,4%
Прочие	2,3%	1,7%	1,7%	2,0%
<b>В т.ч.</b>				
Покупки за границей	4,5%	2,8%	3,5%	2,3%
Интернет-магазины	9,3%	10,7%	6,4%	6,1%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>				
ЖКХ	6,8%	6,8%	6,8%	6,8%

## Профили клиентов: сегмент Affluent Regions (9/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	31 Базовый Affluent Regions	32 Автомобилист Affluent Regions	33 Геймер Affluent Regions	34 Гурман Affluent Regions	35 Путешественник Affluent Regions
Доход в мес., руб.	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Доля безналичных операций, %	45%	45%	45%	45%	45%
Траты по карте, руб./мес.	67 500	67 500	67 500	67 500	67 500
Остатки на всех счетах в банке, руб.	480 000	480 000	480 000	480 000	480 000
Средний чек, руб.	992	992	992	992	992
Баланс (мин. остаток по СКС)	97 277	97 277	97 277	97 277	97 277

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	18,7%	18,4%	16,3%	17,0%	17,3%
Одежда и обувь	7,1%	5,6%	5,2%	5,6%	6,7%
Рестораны, включая доставку	16,3%	13,0%	15,7%	32%	14,7%
Авто	10,5%	22,3%	7,4%	6,7%	8,3%
Отдых, путешествия	16,0%	9,2%	9,0%	11,6%	26,4%
Досуг, развлечения	3,9%	3,5%	15,4%	4,7%	4,7%
Здоровье, медицина, красота	7,0%	6,3%	6,3%	7,1%	6,7%
Электроника	9,5%	10,2%	14,7%	6%	6,2%
Дом, ремонт	8,1%	8,6%	7,4%	7,4%	7,0%
Прочие	3,0%	3,0%	2,6%	2,2%	1,9%
<b>В т.ч.</b>					
Покупки за границей	3,3%	2,4%	2,6%	4,5%	3,7%
Интернет-магазины	5,9%	5,6%	6,8%	4,0%	4,4%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>					
ЖКХ	11,0%	11,0%	11,0%	11,0%	11,0%

## Профили клиентов: сегмент Affluent Regions (10/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	36 Wellness Affluent Regions	37 Fashion Affluent Regions	38 Woman Affluent Regions	39 Гаджетоман Affluent Regions	40 Мой дом Affluent Regions
Доход в мес., руб.	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Доля безналичных операций, %	45%	45%	45%	50%	45%
Траты по карте, руб./мес.	67 500	67 500	67 500	75 000	67 500
Остатки на всех счетах в банке, руб.	480 000	480 000	480 000	480 000	480 000
Средний чек, руб.	992	992	992	992	992
Баланс (мин. остаток по СКС)	97 277	97 277	97 277	97 277	97 277

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	18%	17,2%	21,8%	16,5%	19,1%
Одежда и обувь	5,9%	19,6%	11,6%	5,7%	6,2%
Рестораны, включая доставку	13,0%	13,0%	14,7%	12%	8,9%
Авто	6,9%	6,7%	7,3%	7,1%	7,8%
Отдых, путешествия	10,1%	10,4%	10,1%	9,9%	9,0%
Досуг, развлечения	4,4%	3,4%	6,7%	6,1%	2,8%
Здоровье, медицина, красота	26,9%	13,3%	14,6%	5,7%	5,5%
Электроника	5,6%	8,1%	5,6%	27,3%	8,9%
Дом, ремонт	7,4%	5,9%	4,4%	7,9%	29,7%
Прочие	2,1%	2,4%	3,3%	1,9%	2,1%
<b>В т.ч.</b>					
Покупки за границей	2,6%	3,9%	3,2%	2,4%	2,1%
Интернет-магазины	4,1%	9,0%	6,1%	10,5%	5,2%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>					
ЖКХ	11,0%	11,0%	11,0%	9,9%	11,0%

## Профили клиентов: сегмент Mass Moscow/ Regions (11/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	50 Пенсионер Mass Moscow	51 Пенсионер Mass Regions	52 Студент Mass Regions
Доход в мес., руб.	22 500	18 500	20 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	85%
Траты по карте, руб./мес.	12 375	10 175	17 000
Остатки на всех счетах в банке, руб.	180 000	83 250	0
Средний чек, руб.	414	248	331
Баланс (мин. остаток по СКС)	6 186	2 993	4 589

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	54,1%	65,6%	17,6%
Одежда и обувь	8,1%	5,9%	7,1%
Рестораны, включая доставку			44,1%
Авто			
Отдых, путешествия			
Досуг, развлечения	1,6%		12,9%
Здоровье, медицина, красота	33,1%	25,6%	11,8%
Электроника			
Дом, ремонт			
Прочие	3,0%	2,9%	3,5%
<b>В т.ч.</b>			
Покупки за границей	0,8%	0,6%	5,4%
Интернет-магазины	3,3%	2,7%	3,2%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>			
ЖКХ	14,9%	18,2%	10,9%

## Профили клиентов: Владельцы премиальных пакетов (12/12)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	53 Pre Affluent Affluent Moscow	54 Affluent Affluent Moscow	55 Top Affluent Affluent Moscow
Доход в мес., руб.	150 000	250 000	500 000
Доля безналичных операций, %	70%	60%	50%
Траты по карте, руб./мес.	105 000	150 000	250 000
Остатки на всех счетах в банке, руб.	1 500 000	3 000 000	10 000 000
Средний чек, руб.	1 883	2 307	2 667
Баланс (мин. остаток по СКС)	37 500	50 000	50 000

### Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	16,8%	16,7%	20,0%
Одежда и обувь	10,1%	8,5%	8,0%
Рестораны, включая доставку	25,5%	26,7%	16,0%
Авто	2,4%	5,4%	6,2%
Отдых, путешествия	9,8%	18,3%	20,8%
Досуг, развлечения	11,6%	3,3%	3,2%
Здоровье, медицина, красота	7,4%	6,7%	12,0%
Электроника	12,9%	6,7%	6,0%
Дом, ремонт	1,2%	6,7%	4,0%
Прочие	2,3%	1,1%	3,8%
<b>В т.ч.</b>			
Покупки за границей	4,2%	10,0%	10,0%
Интернет-магазины	7,6%	7,0%	8,0%
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>			
ЖКХ	5,3%	5,5%	5,5%



# **Методика расчета чистой выгоды по карте**

## Расчет чистой выгоды (1/3)

### Общие положения

Оценка чистой выгоды осуществляется на основе расчетной модели «Калькулятор выгоды», в которой учитываются все стоимостные параметры и ограничения программ.

Для целей расчета размер и структура доходов и трат клиента однородны в течение всего срока расчета и определяются профилем клиента. Для целей расчета специально разрабатываются несколько профилей клиентов в зависимости от уровня доходов и структуры трат. Подробное описание профилей – в Приложении II к настоящему отчету.

Расчеты производятся на временном горизонте 2 года. Данный срок позволяет более корректно учитывать и сравнивать между собой карты, содержащие специальные условия, включая длительные промо-кампании банков, предполагающие льготные условия обслуживания и бонусирования в первый год / первые несколько месяцев действия карты.

Результатом расчета является выгода, исчисленная в рублях и получаемая клиентом за два года пользования картой с учетом расходов на обслуживание карты (стоимость выпуска, комиссии за обслуживание карты и смс-информирование). Для целей оценки и сравнения программ дополнительно рассчитывается относительный показатель «Размер выгоды в % от трат клиента».

Показатель чистой выгоды (сумма полученного вознаграждения за вычетом стоимости обслуживания карты) используется для ранжирования карт/программ, представленных в каталоге.

### Рациональное поведение

При расчете чистой выгоды принимается гипотеза о рациональном поведении клиента, что подразумевает:

- Использование клиентом карты как основной (карты первого выбора), по которой совершаются все ежедневные покупки;
- Пользование всеми преимуществами карты, которые могут увеличить выгоду клиента (например, если за бронирование отелей и авиабилетов на портале банка начисляются повышенные бонусы, клиент будет покупать авиабилеты и бронировать гостиницы только на портале банка).

По кобрендовым картам клиент совершает все покупки в соответствующих категориях только у партнера (например, владелец карты «Лукойл» будет заправляться на АЗС только этой сети, а владелец карты «Пятерочка» будет покупать продукты только в данной сети магазинов).

## Расчет чистой выгоды: специальные условия и стоимость (2/3)

### Начисление выгоды

При расчете выгоды учитываются все специальные условия и ограничения:

- Все виды регулярного начисления вознаграждения: собственное (начисляется за счет банка) и партнерское (начисляется за счет партнеров)\*;
- Периодичность и срок действия категорий повышенного начисления;
- Все виды ограничений начисляемых бонусов (ограничения общей суммы начисленных бонусов за период, ограничение суммы начисленных бонусов в категориях повышенного начисления, ограничения общей суммы покупок, за которые начисляются бонусы и пр.);
- Все безусловные дополнительные бонусы (приветственные, начисляемые при активации карты, ежегодные, начисляемые в день рождения / по праздникам);
- Проценты, начисляемые на остаток собственных средств на карточном и прочим счетам (накопительный/ сберегательный);
- Начисление бонусов, обусловленных минимальной суммой покупок или остатком на карточном счете, определяется в соответствии с профилем клиента;
- Начисление дополнительных бонусов, обусловленных минимальной суммой покупок за определенный период, определяется в соответствии с профилем клиента.

### Стоимость обслуживания

В стоимости обслуживания **учитываются**:



- Стоимость выпуска карты;
- Стоимость обслуживания карты в первый и последующие годы;
- Стоимость пакета услуг в первый и последующие годы;
- Плата за участие в программе вознаграждений и плата за подключение/переключение опций программы;
- Стоимость смс-уведомлений.

В стоимости обслуживания **не учитываются**:



- Дополнительные комиссии (например, за переводы и снятие наличных);
- Проценты по кредиту, штрафы.



По многим картам банки предлагают **бесплатное обслуживание** при соблюдении определенных критериев. Платность и бесплатность обслуживания определяется профилем клиента и **учитывается** при расчете выгоды.

\* По начислению вознаграждения – учитываются только начисления, носящие регулярный и публичный характер (не учитываются краткосрочные (до 3 месяцев) акции, в т.ч. партнерские и эксклюзивные акции платежных систем, а также специальные таргетированные предложения для отдельных групп клиентов).

## Расчет чистой выгоды: бонусные программы (3/3)

### Коэффициент конвертации

Для денежной оценки выгоды, предоставляемой в материальном виде (авиабилеты, сертификаты и товары, приобретаемые по каталогу программы), применяются специальные коэффициенты конвертации, корректирующие разницу между количеством использованных на покупку бонусов/баллов и рыночной стоимостью аналогичного товара/услуги в рублях.

### Программы для путешественников

#### Авиамили:

- Для расчета использовалась средняя стоимость перелета туда-обратно по трём разным по длительности и целям авиамаршрутам;
- Маршруты для сегмента Affluent: короткий перелет, отдых, длительный перелет;
- Маршруты для сегмента Mass и Uppermass: короткий перелет, курортный перелет, длительный перелет / туристическая поездка;
- В целях уменьшения влияния случайных факторов, расчеты для разных reward-программ выполнялись в одинаковых условиях: направление, время и дата полета, класс обслуживания и т.п.

#### Ж/Д мили:

- Для расчета использовалась средняя стоимость проезда по пяти направлениям (Москва – Санкт-Петербург, Москва – Казань, Москва – Сочи, Москва – Минск, Москва – Калининград).

### Покупка товаров в каталоге

Выгода рассчитывалась по средней стоимости набора позиций из представленного каталога товаров. Для расчета берется 6-7 товаров из разных категорий товаров в нескольких ценовых диапазонах.

В целях уменьшения влияния случайных факторов, расчеты для разных reward-программ, по возможности, выполнялись для схожих позиций или категорий товаров.



**FRANK** RG

---

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

+7 (495) 280 7051  
info@frankrg.com

[www.frankrg.com](http://www.frankrg.com)