

Банковские кредитные карты в России 2022

...

Февраль 2023

Содержание

Исследование рынка кредитных карт

Приветствие проектной команды

1. Цели и методика исследования [\[1\]](#)
2. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских кредитных карт в 2022 гг. [\[2\]](#)
3. Digital banking [\[3\]](#)
 - 3.1. Исследование функционала ДБО
4. Исследование клиентского опыта и клиентского пути открытия новой кредитной карты [\[4\]](#)
5. Оценка рынка кредитных карт [\[5\]](#)
6. Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки кредитных карт [\[6\]](#)
 - 6.1 Анализ кредитных карт с reward-программами [\[6.1\]](#)
 - 6.2 Международный опыт и тренды развития рынка кредитных карт [\[6.2\]](#)
7. Анализ эффективности управления портфелями кредитных карт на основе benchmark [\[7\]](#)
8. Анализ предпочтений клиентов по кредитным картам. Voice of the Customer [\[8\]](#)
9. Актуальные вопросы управления портфелями кредитных карт (по итогам экспертных интервью) [\[9\]](#)
10. Рейтинг кредитных карт [\[10\]](#)

Приложения.

- I. Методика расчета выгоды по карте [\[II\]](#)

Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

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

Быстрая адаптация банков к внешним и внутренним вызовам и эффективное управление портфелем и рисками позволили сохранить динамику и качество клиентской базы. Рынок кредитных карт стал единственным сегментом рынка потребительского кредитования, продемонстрировавшим рост портфеля по итогам 2022 года.

В 2022 году на рынке кредитных карт ужесточилась конкуренция за клиента. 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 льготный период или программы 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. В рамках клиентского исследования в 2022 г. первые были исследованы клиентские пути открытия новой кредитной карты.

Мы надеемся, что бенчмарк-исследование рынка кредитных 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



Анастасия Шишкина
Старший аналитик
shishkina@frankrg.com



Дарья Богдашкина
Ведущий аналитик
bogdashkina@frankrg.com



Яна Хромова
Младший аналитик
khromova@frankrg.com



Артём Мосин
Проектный лидер
mosin@frankrg.com



Мадина Богиева
Ассистент аналитика
bogieva@frankrg.com



Наталия Сажина
Ассистент аналитика
sazhinova@frankrg.com



Дарья Петракова
Младший аналитик
petrakova@frankrg.com



Полина Перелыгина
Младший аналитик
p.perelygina@frankrg.com

1 Цели и методика исследования

Об исследовании

Исследование банковских кредитных 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

113 кредитных карт

97,7% рынка кредитных карт



Основные разделы исследования



Анализ продуктового предложения

Обобщение условий обслуживания кредитных карт крупнейших банков и участников исследования, составление каталога карт



Глобальные тренды

Анализ изменений и международных трендов развития кредитных карт и reward-программ



Бенчмарк

Анализ бизнес-показателей портфелей кредитных карт в динамике



Digital Banking

Кабинетное исследование: исследование функционала мобильных приложений и интернет-банков. Рейтинг мобильных приложений



Экспертные интервью

Мнения руководителей подразделений, ответственных за управление портфелями кредитных карт



Клиентское исследование

- Онлайн-анкетирование 2 000+ активных держателей кредитных карт по единой методике
- Тестирование клиентского пути открытия кредитной карты тайными покупателями



Рейтинги

Расчет рейтингов и награждение лучших карт на ежегодной церемонии Frank Credit Cards Award

Цели и методика исследования

Цели и задачи исследования:

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

Сроки проведения исследования: сентябрь 2022 – февраль 2023 г.

Объекты исследования: кредитные карты ТОП-20 банков*, а также банков-участников исследования. Было проанализировано 113 кредитных карт 25 участников рынка, доля которых составляет 97,7% рынка кредитных карт.

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

- Кабинетного исследования (сборник тарифов с количественными и качественными параметрами кредитных карт, включая карты с reward-программами – более 200 ключевых параметров);
- 15 экспертных интервью с представителями банков, отвечающих за управление портфелями кредитных карт, а также представителей бюро кредитных историй;
- Benchmarking-анкетирования 6 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) 25 банков;
- Voice of the Customer – онлайн-опроса свыше 2 тыс. держателей активных кредитных карт;
- Исследования клиентского пути открытия кредитной карты в 25 банках методом тайных покупок.

Уникальность исследования:

- Первое и единственное на рынке исследование кредитных 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);
- Расчет выгоды кредитных карт по клиентским профилям трат и доходов, позволяющего оценить и сравнить между собой ценностные предложения банков-конкурентов;
- Взгляд банковского специалиста и аналитика дополнен анализом клиентского опыта и предпочтений в рамках исследования Voice of the Customer и клиентского пути.

* по портфелю кредитных карт на 01 октября 2022 г.

Участники исследования

- В бенчмарк-исследовании и клиентском опросе приняли участие 10 банков.

ТОП-25 банков на рынке кредитных карт

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

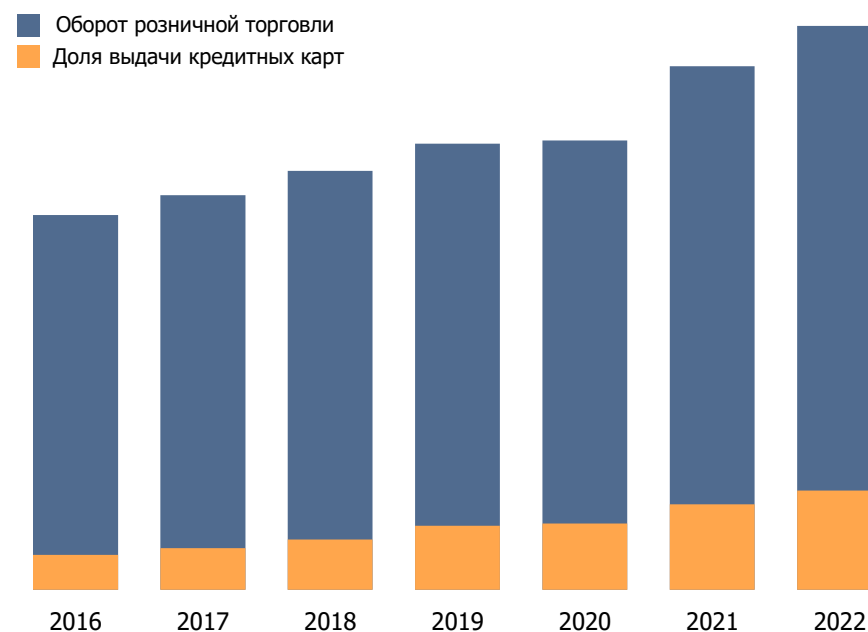
2 Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских кредитных карт в 2022 гг.

Кредитные карты – единственный сегмент рынка, показавший прирост доли в 2022 г.

Объем и структура рынка розничных потребительских кредитных продуктов в РФ, млрд руб.



Оборот розничной торговли в РФ, трлн руб., доля выданных за год кредитов по кредитным картам в обороте розничной торговли, %

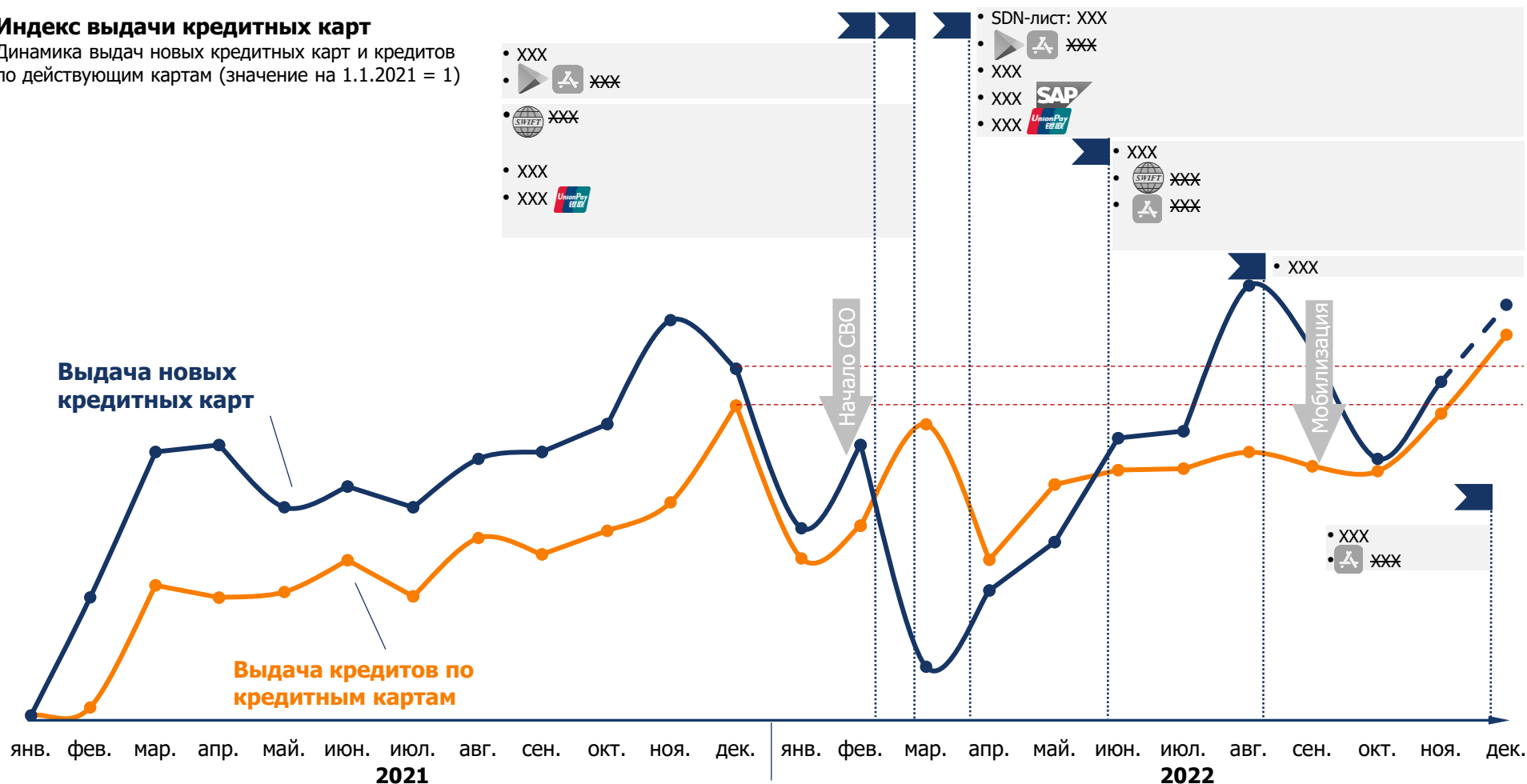


- XXX
- XXX

Быстрая адаптация банков позволила рынку преодолеть «удары» 2022 года, восстановив продажи на уровне 2021 г.

Индекс выдачи кредитных карт

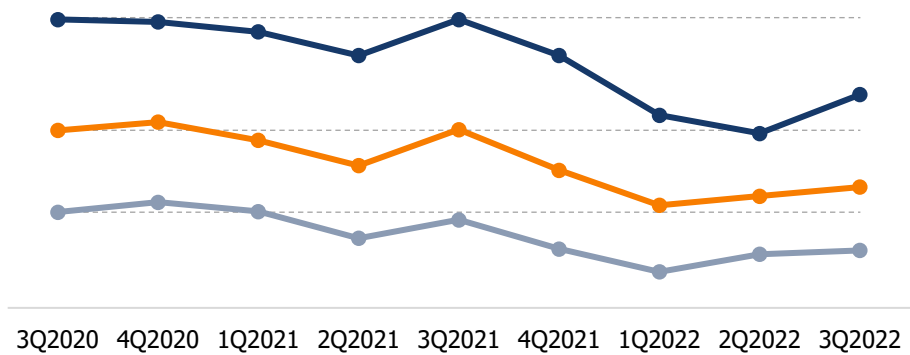
Динамика выдач новых кредитных карт и кредитов по действующим картам (значение на 1.1.2021 = 1)



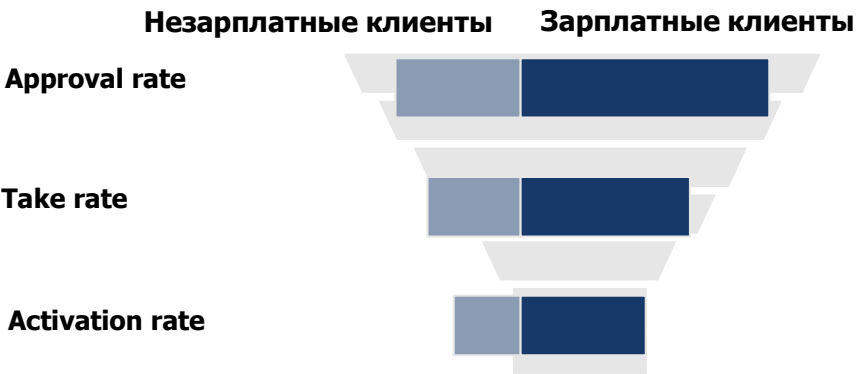
Источник: НБКИ, Frank RG, «Мониторинг банковских розничных продуктов», 2021-2022

Уровень одобрения кредитных карт ...

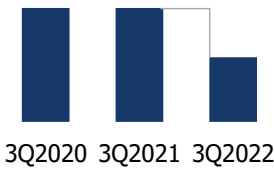
Динамика уровней одобрения, оформления и активации карт, 2020-2022, % к количеству поданных заявок



Сравнительная конверсия продаж кредитных карт зарплатным и не зарплатным клиентам, 3Q2022, в % от поданных заявок

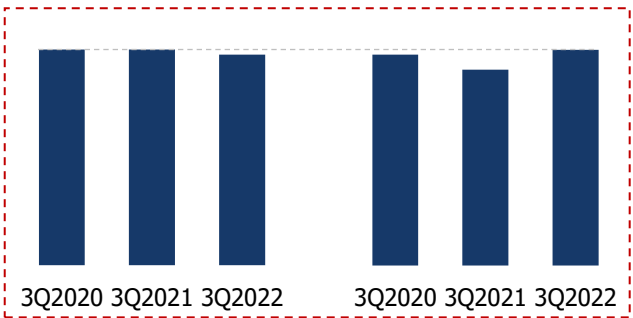


Уровень одобрения заявок на кредитные карты, %



- XXX
- XXX

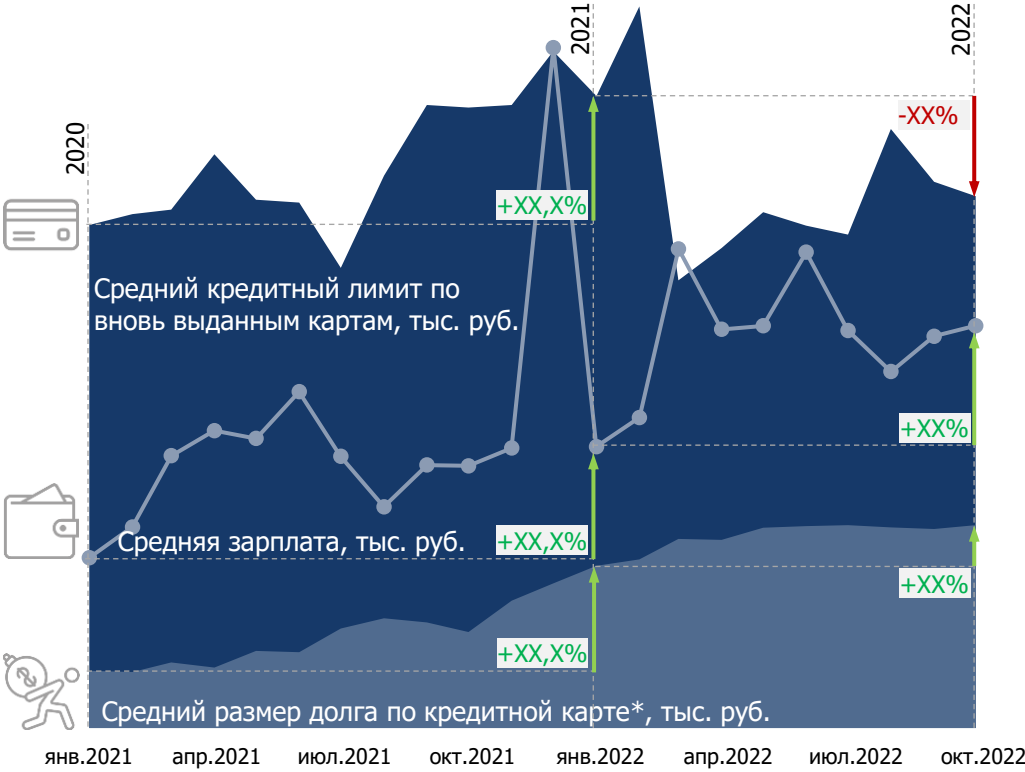
Выданные карты, в % к одобренным заявкам



Активные карты, в % от выданных

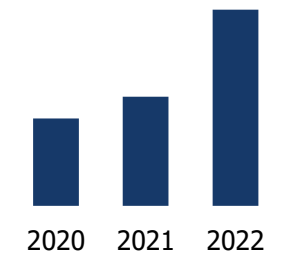
Рост средних чеков ...

Средний размер кредитного лимита и долга по кредитным картам vs средний уровень зарплат в РФ, 2021-2022, тыс. руб.

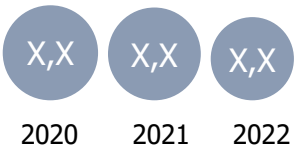


Утилизация кредитного лимита*

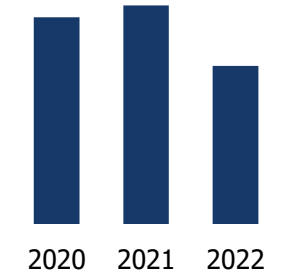
- XXX
- XXX
- XXX



Кредитный лимит к ЗП*



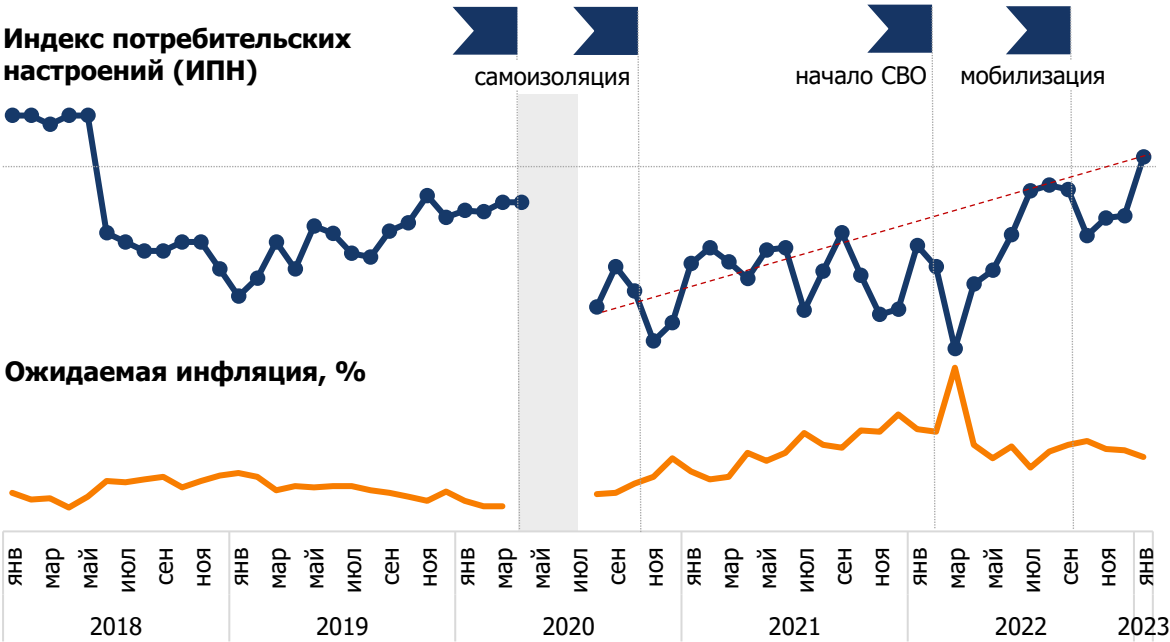
Долговая нагрузка* (Долг / Зарплата)



Источник: Росстат, БКИ, ЦБ РФ, Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских услуг, 2021-2022
* - на 1 действующую карту

Потребительские настроения как никогда высоки ...

Динамика индекс потребительских настроений и ожидаемого уровня инфляции, %

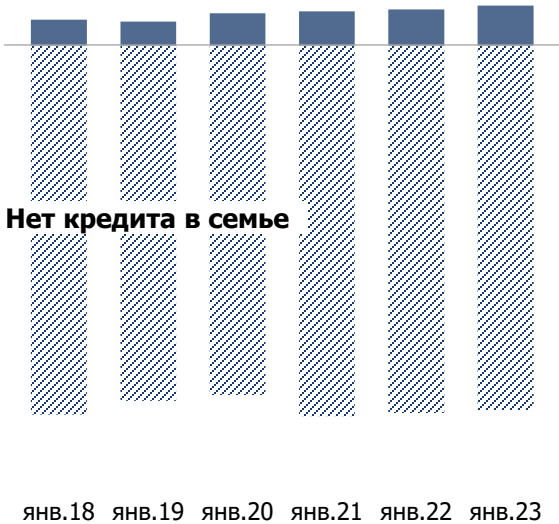


- XXX
- XXX
- XXX

Источник: ЦБ РФ, данные ежемесячного опроса населения «Инфляционные ожидания и потребительские настроения», 2023
https://www.cbr.ru/Collection/Collection/file/43697/infl_exp_23-01.pdf

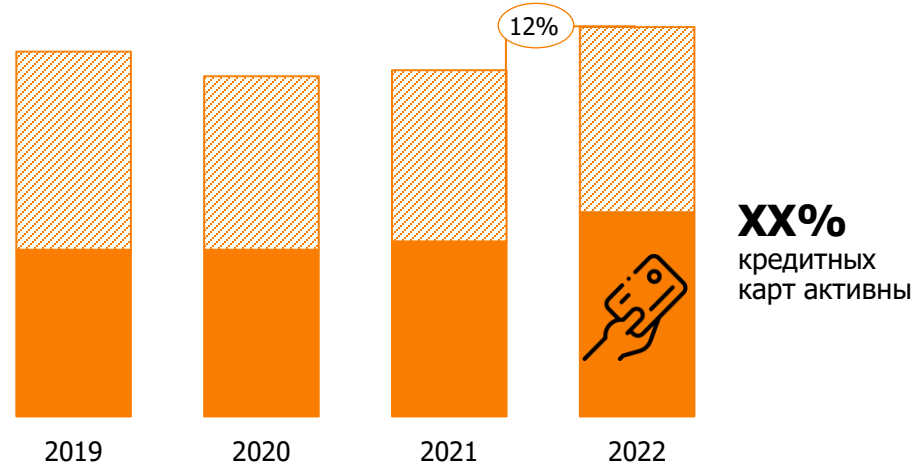
Наличие кредитных продуктов в домохозяйствах, %

Есть кредитная карта



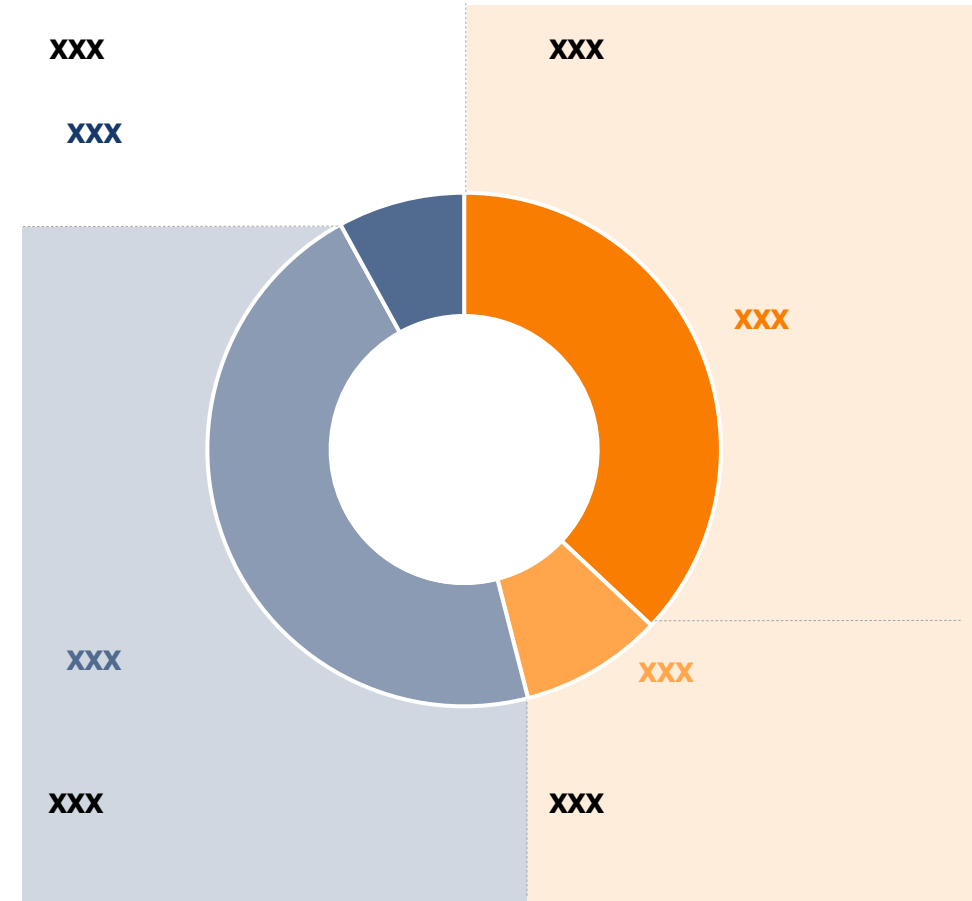
XXX выданных кредитных карт является активной

Выданные кредитные карты, тыс. шт.



- XXX
- XXX
- XXX

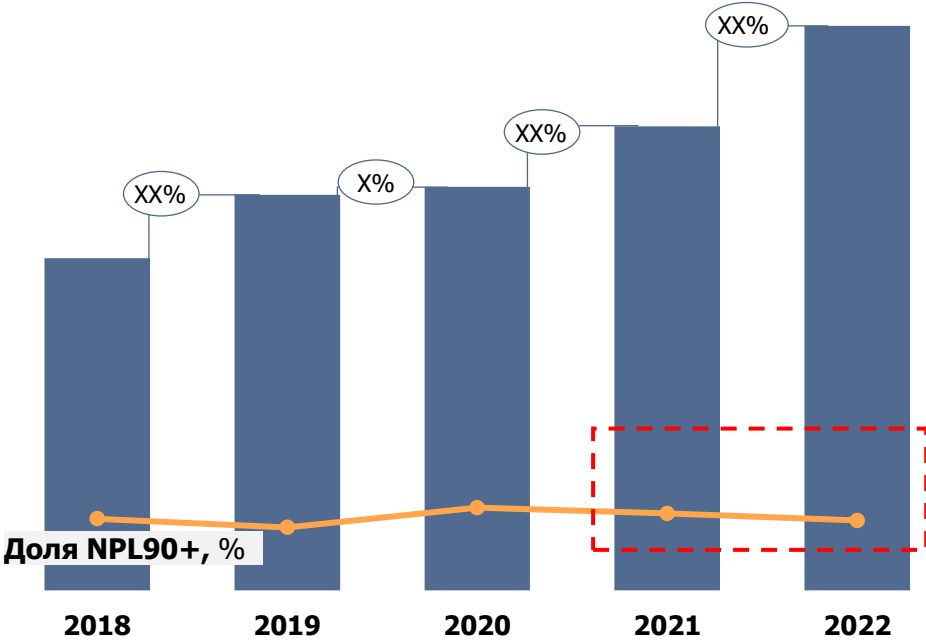
Цели оформления кредитной карты, % от общего количества ответов



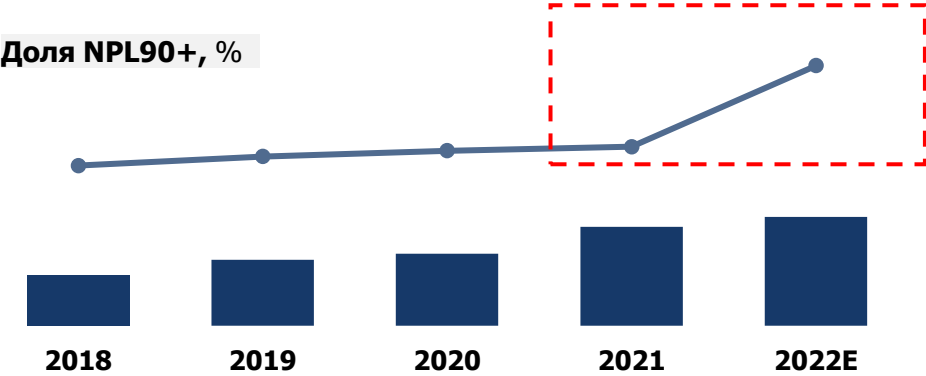
Источник: Frank RG, Мониторинг банковских розничных продуктов, данные бенчмарк-исследования, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022

Риски портфеля кредитных карт ...

Портфель кредитных карт, млрд руб., доля NPL90+, %



Портфель XXX, млрд руб., доля NPL90+, %



- XXX
- XXX
- XXX

Источник: ЦБ РФ, БКИ «Скоринг бюро», расчеты Frank RG, 2022

Процентные доходы...



- XXX
- XXX



Из интервью с экспертами банков

Ожидание

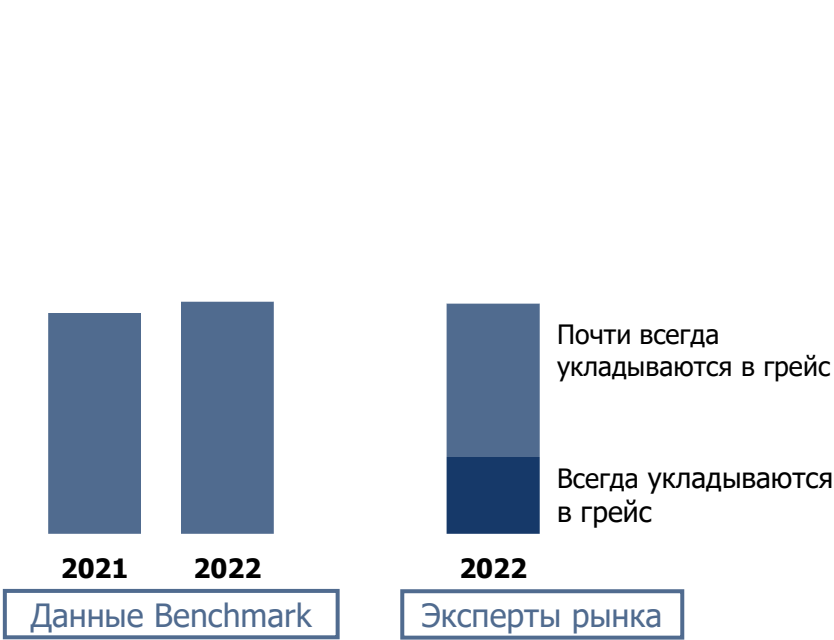
Клиенты, утверждающие, что всегда укладываются в грейс



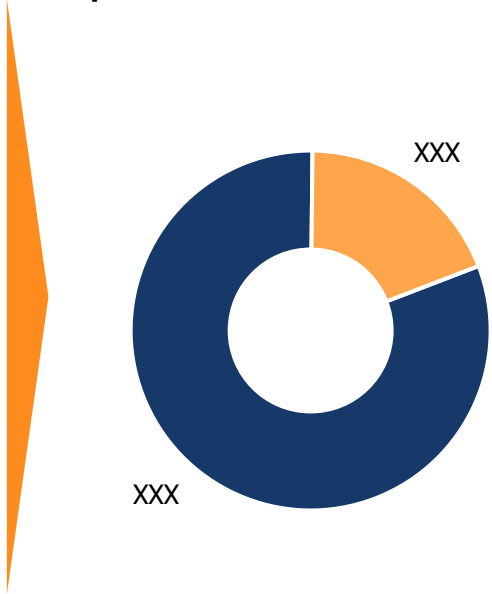
Реальность

Ежемесячное пополнение карт, % от задолженности

Оценка руководителей карточных бизнесов



Оценка экспертами значения процентного дохода для бизнес-модели карточного бизнеса



Источник: Frank RG, данные бенчмарк-исследования, онлайн-опрос 2000+ активных держателей кредитных карт банков, 2021-2022, экспертные интервью, 2022

Банки не отказываются от программ лояльности по кредитным картам ...



XXX

XXX

XXX

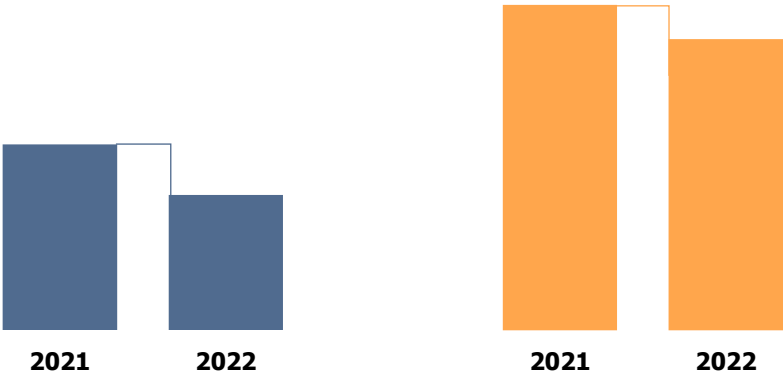
Эксперты банков-участников исследования

- XXX
- XXX
- XXX
- XXX

Средняя выгода XXX, % от трат по карте

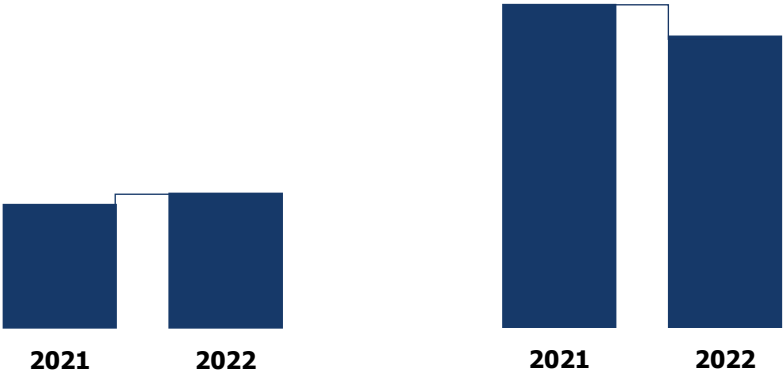
Массовый сегмент

Премиальный сегмент



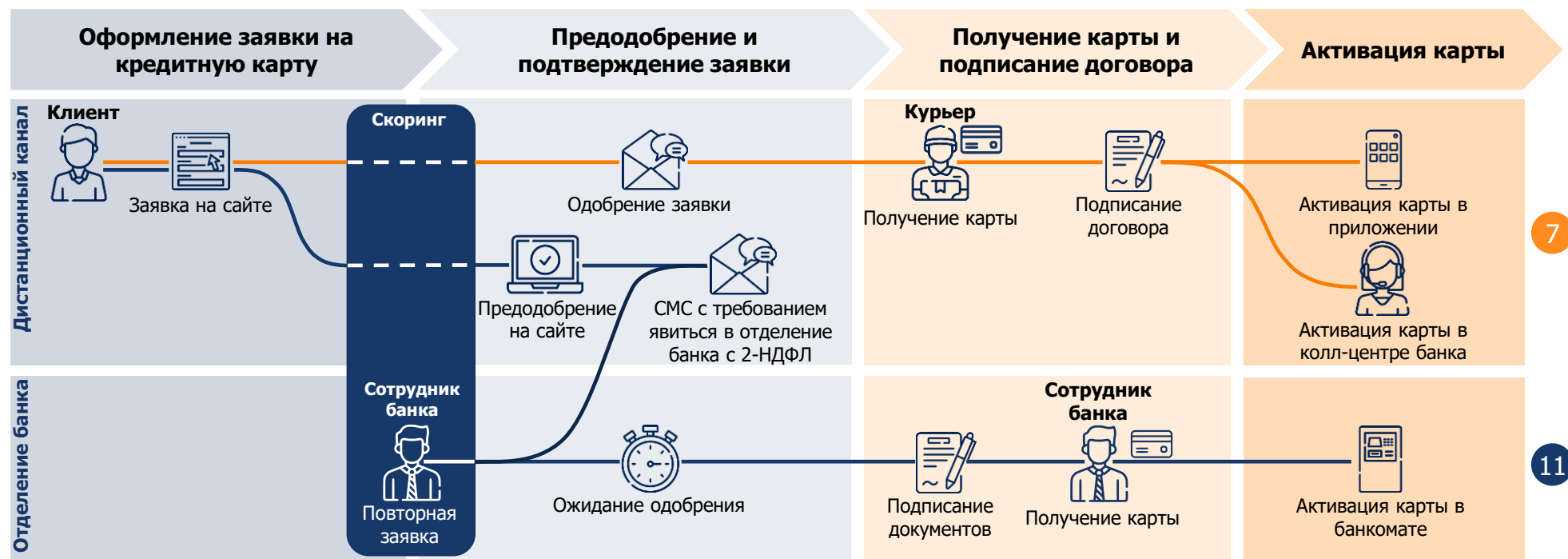
XXX расходы банков ..., % от трат

Утилизация XXX, %



Источник: Frank RG, «Мониторинг банковских reward-программ», данные бенчмарк-исследования, интервью с экспертами рынка кредитных карт, 2022

Путь к сердцу кошельку клиента стал удобнее



Лучшие практики:

- Возможность оформления карты полностью в дистанционных каналах
- Вариативность клиентского пути
- Самый короткий клиентский путь
- Онлайн-подписание документов

15/22 банков

15/22

7/22

2/22

Худшие практики:

- Запрос дополнительных документов и повторный скоринг в отделении, связанный с
 - ужесточением кредитной политики банка,
 - нарушением процессов внутри банка и между банками и партнерами
- Кредитный договор не доставлен клиенту

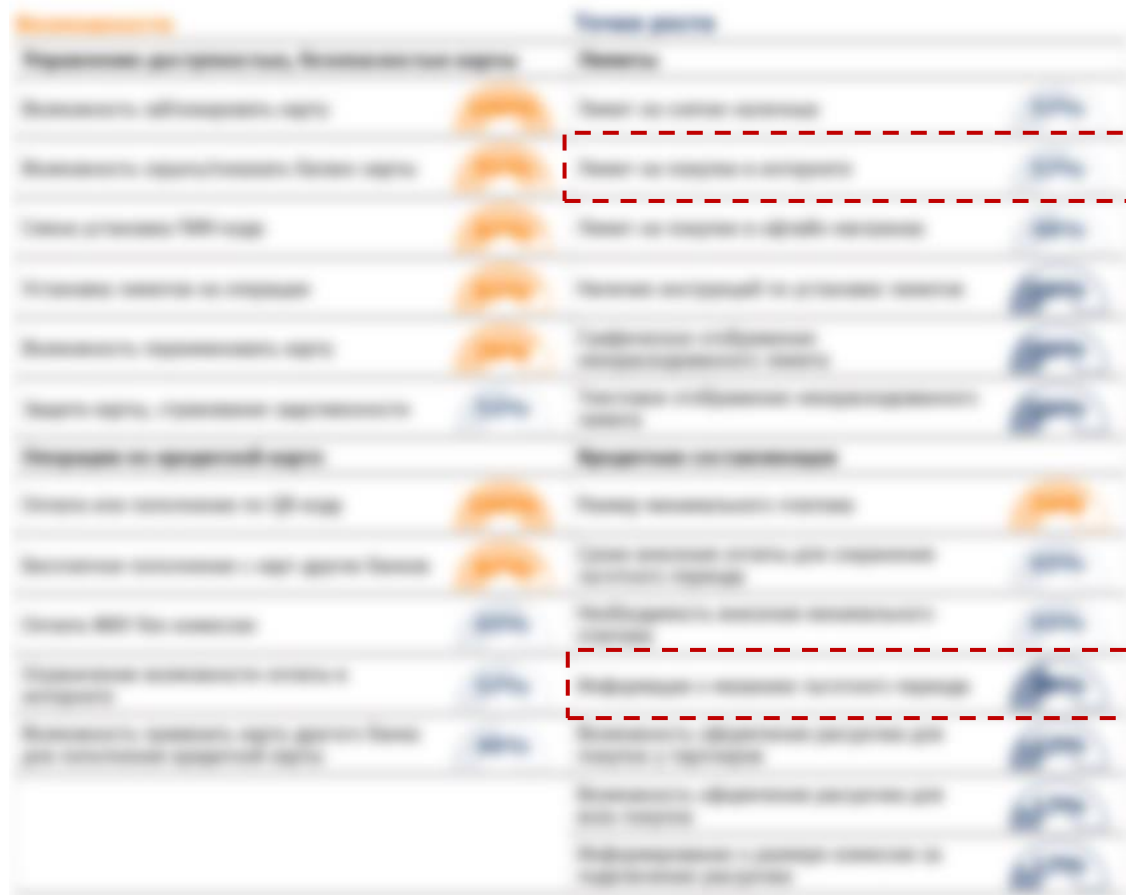
4/22

2/22

Реализация функционала управления кредитной картой в каналах ДБО
(мобильное приложение/ интернет-банк), % банков, реализовавших функционал

XXX

- XXX
- XXX



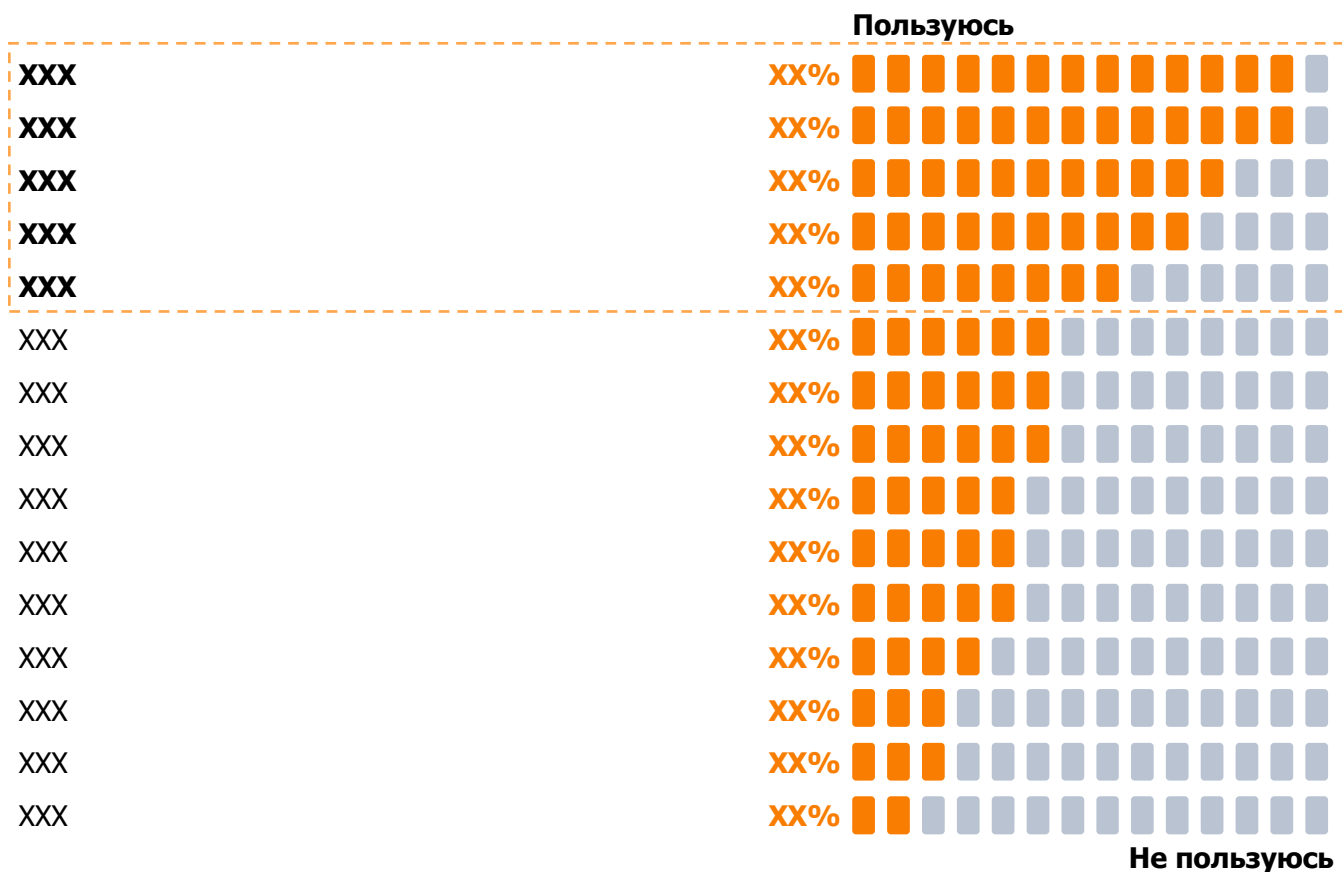
Источник: Frank RG, 2022

Активные клиенты пользуются только базовыми функциями онлайн-банка



Пользование функционалом мобильных приложений

Структура ответов активных держателей кредитных карт, 2022



- XXX
- XXX
- XXX

3 Digital banking

3.1 Исследование функционала ДБО (мобильные приложения)

Методология исследования

Методология:

- Исследовались мобильные приложения и версии интернет-банка на платформах iOS/Android по состоянию на начало декабря 2022 г.
- Исследовался функционал мобильных приложений:
 - Доступность и настройки безопасности карты;
 - Возможность установления лимитов;
 - Управление расходами (аналитика финансов, история платежей);
 - Daily-banking (операции по кредитной карте);
 - Механика льготного периода и информация о внесении минимального платежа;
 - Возможность оформления рассрочки;
 - 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. Тинькофф Банк
3. Альфа-Банк
4. ВТБ
5. Совкомбанк
6. МТС Банк
7. ОТП Банк
8. Почта Банк
9. Банк Хоум Кредит
10. ФК Открытие
11. Райффайзен Банк
12. Банк Русский Стандарт
13. Газпромбанк
14. Росбанк
15. Ренессанс Кредит
16. Кредит Европа Банк
17. Банк Уралсиб
18. АТБ
19. Россельхозбанк
20. Промсвязьбанк
21. МКБ
22. УБРиР
23. Банк Санкт-Петербург

Санкционные банки активнее переходят на альтернативные сервисы установки приложений

...

XX% ...

XX% ...

- XXX
- XXX
- ...

Количество банков, выпустивших приложения в альтернативных магазинах



Источник: Frank RG, ноябрь 2022 г.

Большинство банков продвигают альтернативные магазины – XXX

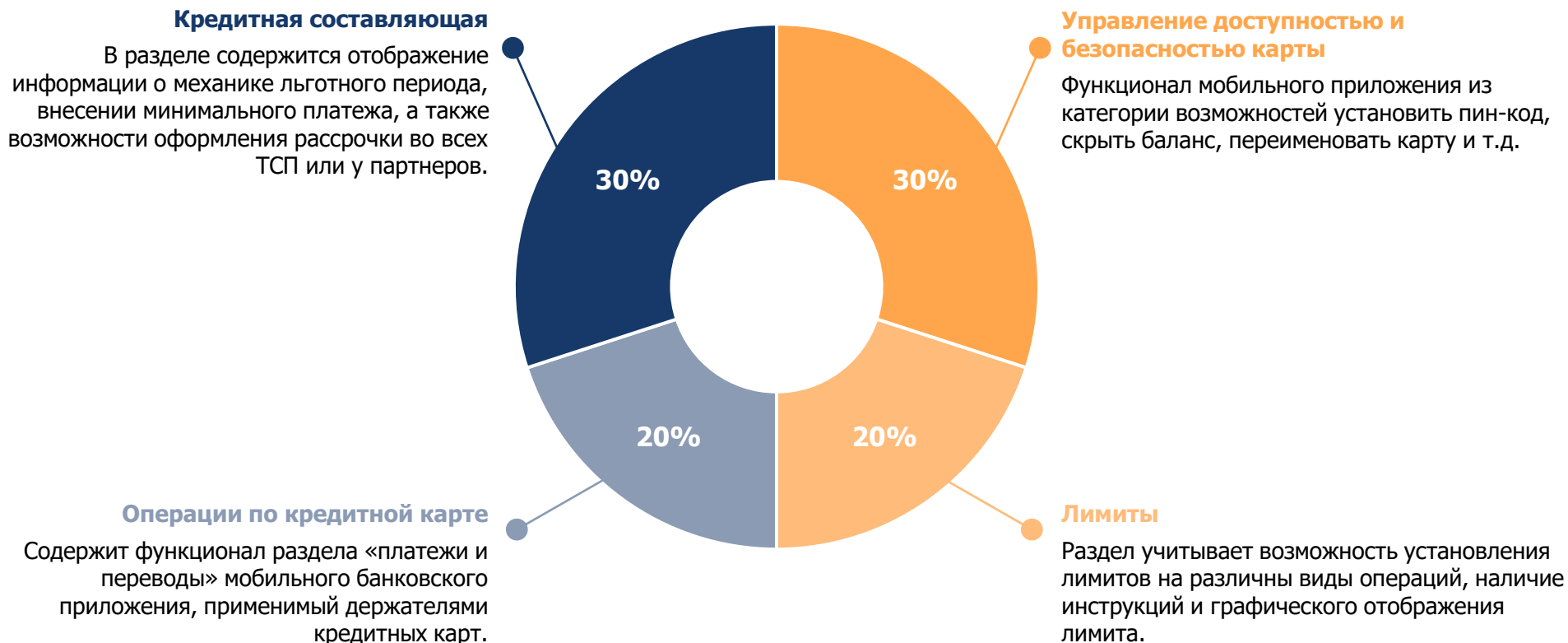
																								
Основные магазины приложений																								
AppStore																								
Google Play																								
Альтернативные магазины приложений																								
AppGallery																								
RuStore																								
Xiaomi Get Apps																								
Nash Store																								
GalaxyStore																								
RuMarket																								
Альтернативные решения																								
Progressive Web Application																								
Файл APK																								

• XXX

* Санкционный банк
Источник: Frank RG, 2022 г.

Сравнительные условия обслуживания в банках (по компонентам рейтинга)

Параметры интегрального рейтинга

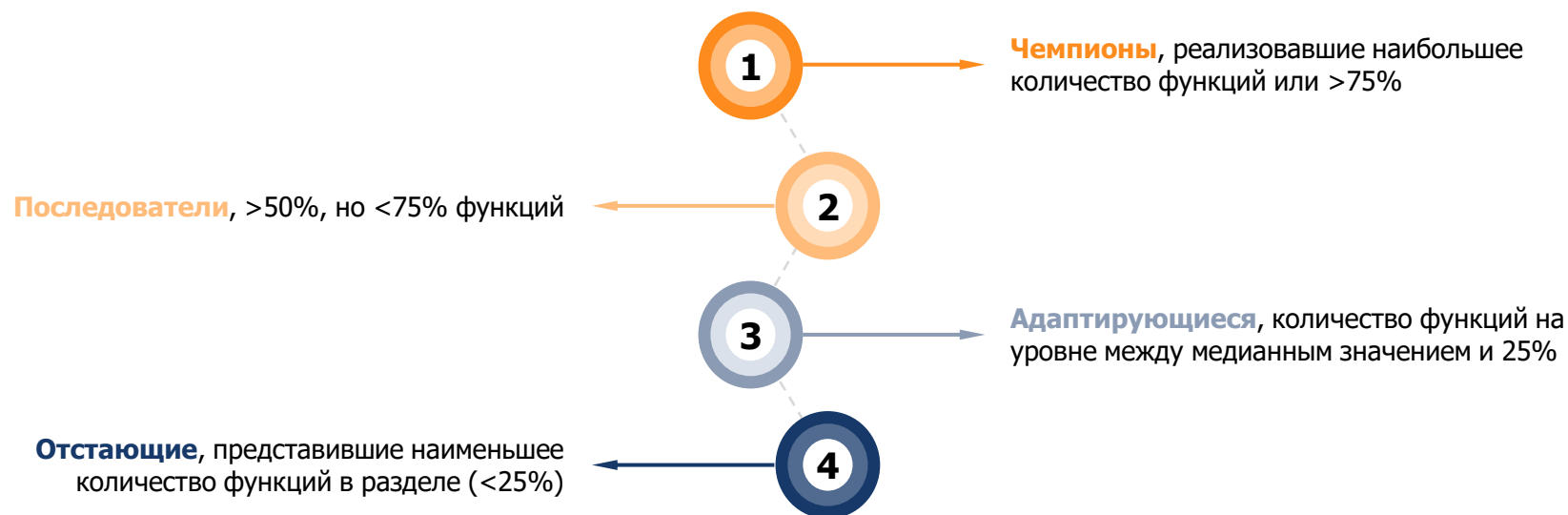


Методика распределения банков на группы

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 квантили. Квантили позволяют вместе с медианой поделить ряд функций на четыре равные части.

Для возможности сравнения банки распределены на четыре группы:



Управление кредитной картой (1/2)

Глубина реализации функционала по группам банков, %



		Охват	Чемпионы	Последователи	Адаптирующиеся	Отстающие	Преимущество чемпионов над отстающими
	XXX	XX%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
	XXX	XX%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
	XXX	XX%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
	XXX	XX%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
	XXX	XX%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
	XXX	XX%	x/x	x/x	x/x	x/x	x

• XXX

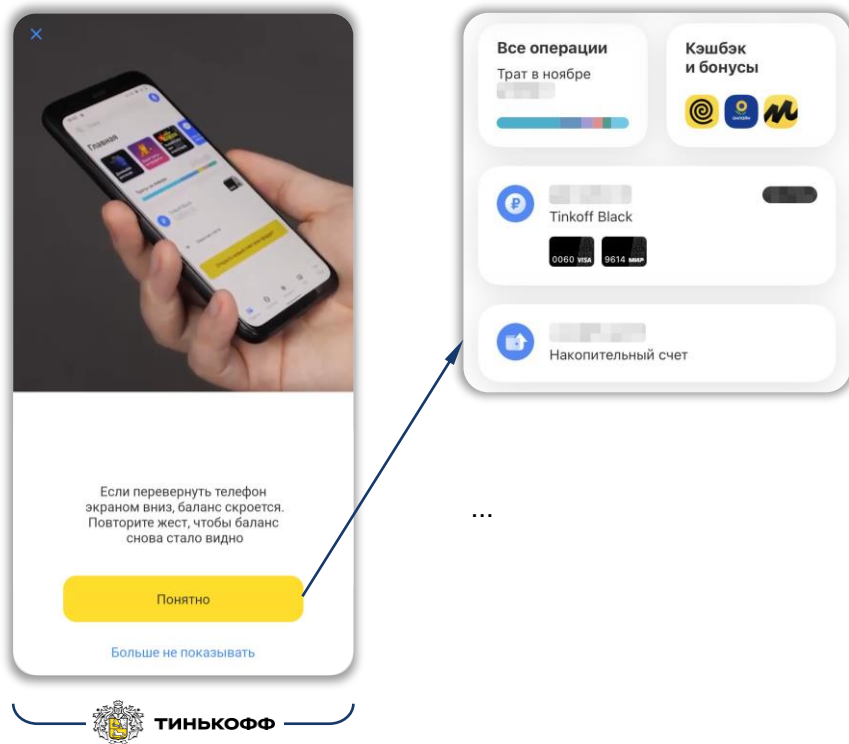
Управление кредитной картой (2/2)



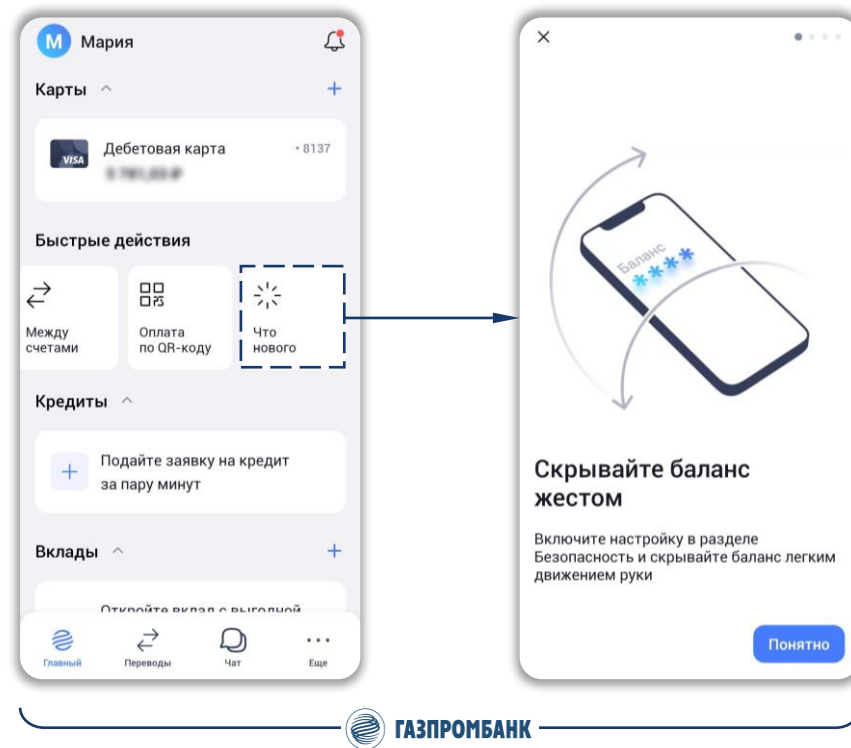
Управление доступностью, безопасностью карты																						
XXX	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
XXX	●	●	●	●	○	○	○	●	●	○	●	●	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○
XXX	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●
XXX	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
XXX	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●
Дополнительные опции																						
XXX	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	○	○	●	●	●	●	○	●	●
XXX	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Уникальные практики: ...

...



...



...

Установка лимитов (1/2)

Глубина реализации функционала по группам банков, %



	Охват	Чемпионы	Последователи	Адаптирующиеся	Отстающие	Преимущество чемпионов над отстающими
Лимит на снятие наличных	57%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
Лимит на покупки в интернете	57%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
Лимит на покупки в офлайн магазинах	48%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
Наличие инструкций по установке лимитов	26%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
Графическое отображение неизрасходованного лимита	26%	x/x	x/x	x/x	x/x	x
Текстовое отображение неизрасходованного лимита	26%	x/x	x/x	x/x	x/x	x

• ...

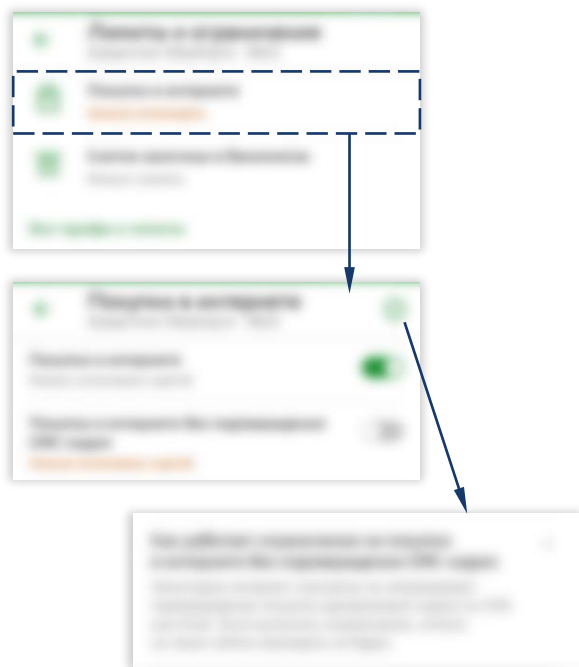
Установка лимитов (2/2)



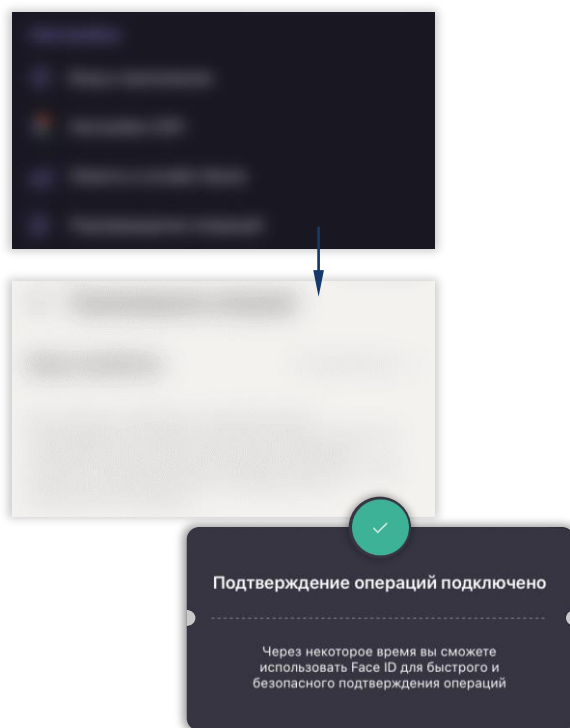
Лимиты																	
Лимит на снятие наличных																	
Лимит на покупки в офлайн магазинах																	
Лимит на покупки в интернете																	
Запрет на онлайн-транзакции без подтверждения по СМС																	
Наличие инструкций по установке лимитов																	
Отображение неизрасходованного лимита																	
Графически																	
Текстом																	

Запрет на онлайн транзакции без подтверждения по СМС

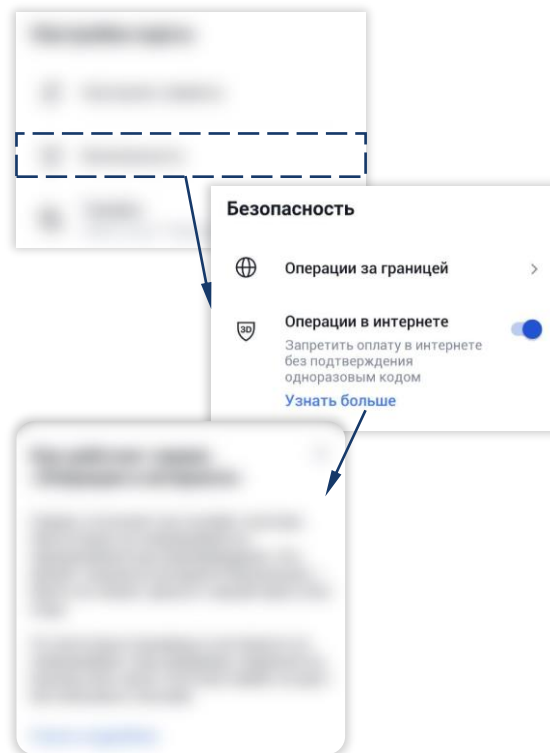
Банк XX



Банк XX



Банк XX



XXX

Управление расходами (1/4)

XXX



- XXX
- XXX
- ...

Источник: Frank RG, 2022 г.

*Доля функций, реализованных банками в рамках данного раздела. У банков, входящих в одну группу, совокупность реализованных функций в рамках раздела может различаться.

4 Исследование клиентского пути открытия кредитной карты в дистанционном канале

Методика исследования клиентского пути оформления карты



Что исследовали? Клиентский путь оформления кредитной карты в дистанционном канале (сайт банка).



40+ тайных покупателей. В каждом банке учитывался только один успешный тест с одобрением и выдачей кредитной карты. Профиль тайного покупателя: мужчина/женщина в возрасте 20-50 лет с хорошей кредитной историей.



География. Местоположения тайного покупателя и банка определялись случайно.



Период исследования: август-декабрь

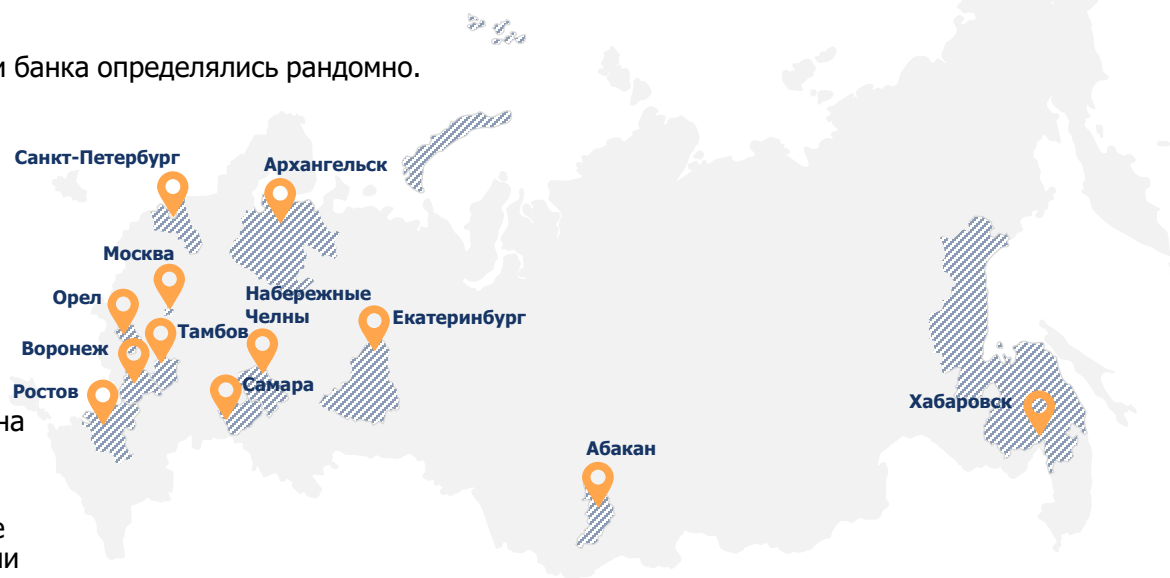


Сценарий исследования.

Тайные покупатели подавали заявку на кредитную карту на сайте банка с использованием компьютера или смартфона. Были протестированы вспомогательные опции заполнения заявки, отмечена необходимость предоставления дополнительной информации или документов.

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

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



Банки-участники исследования клиентского пути

Список банков-участников	
	Альфа-Банк
	Азиатско-Тихоокеанский Банк
	Банк Санкт-Петербург
	ВТБ
	Газпромбанк
	Кредит Европа Банк
	Московский Кредитный Банк
	МТС Банк
	ОТП Банк
	Почта Банк
	Промсвязьбанк

Список банков-участников	
	Райффайзен Банк
	Ренессанс Кредит
	Росбанк
	Русский Стандарт
	Сбербанк
	Совкомбанк
	Тинькофф Банк
	УБРиР
	Уралсиб
	ФК Открытие
	Хоум Кредит Банк

Основные выводы: влияние на клиентский путь

Позитивный клиентский опыт

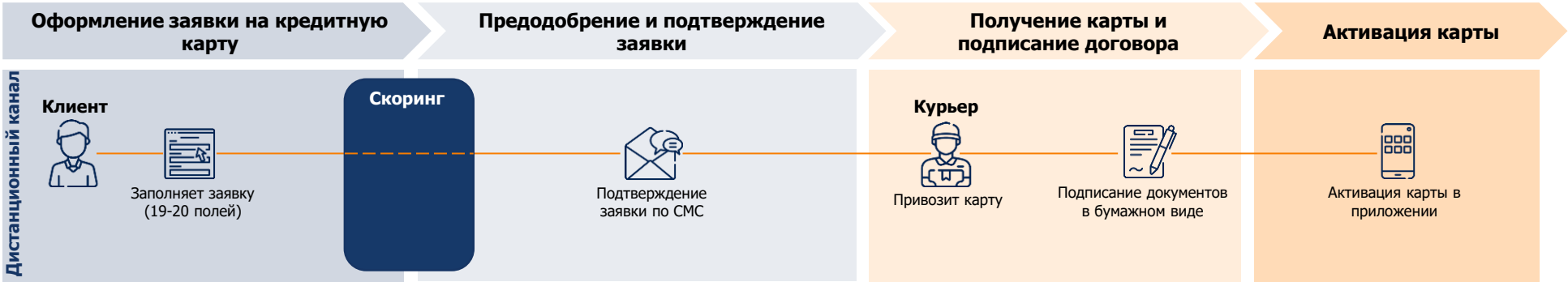
Негативный клиентский опыт

XXX



Самый короткий клиентский путь в дистанционном канале

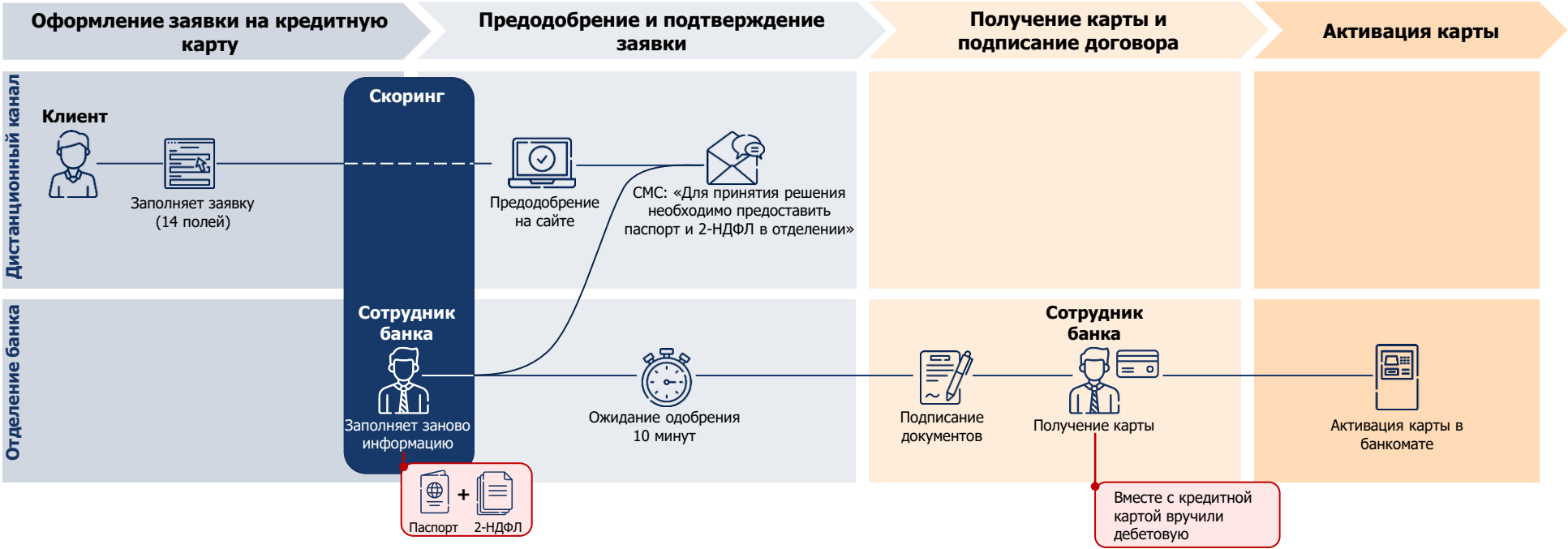
XXX



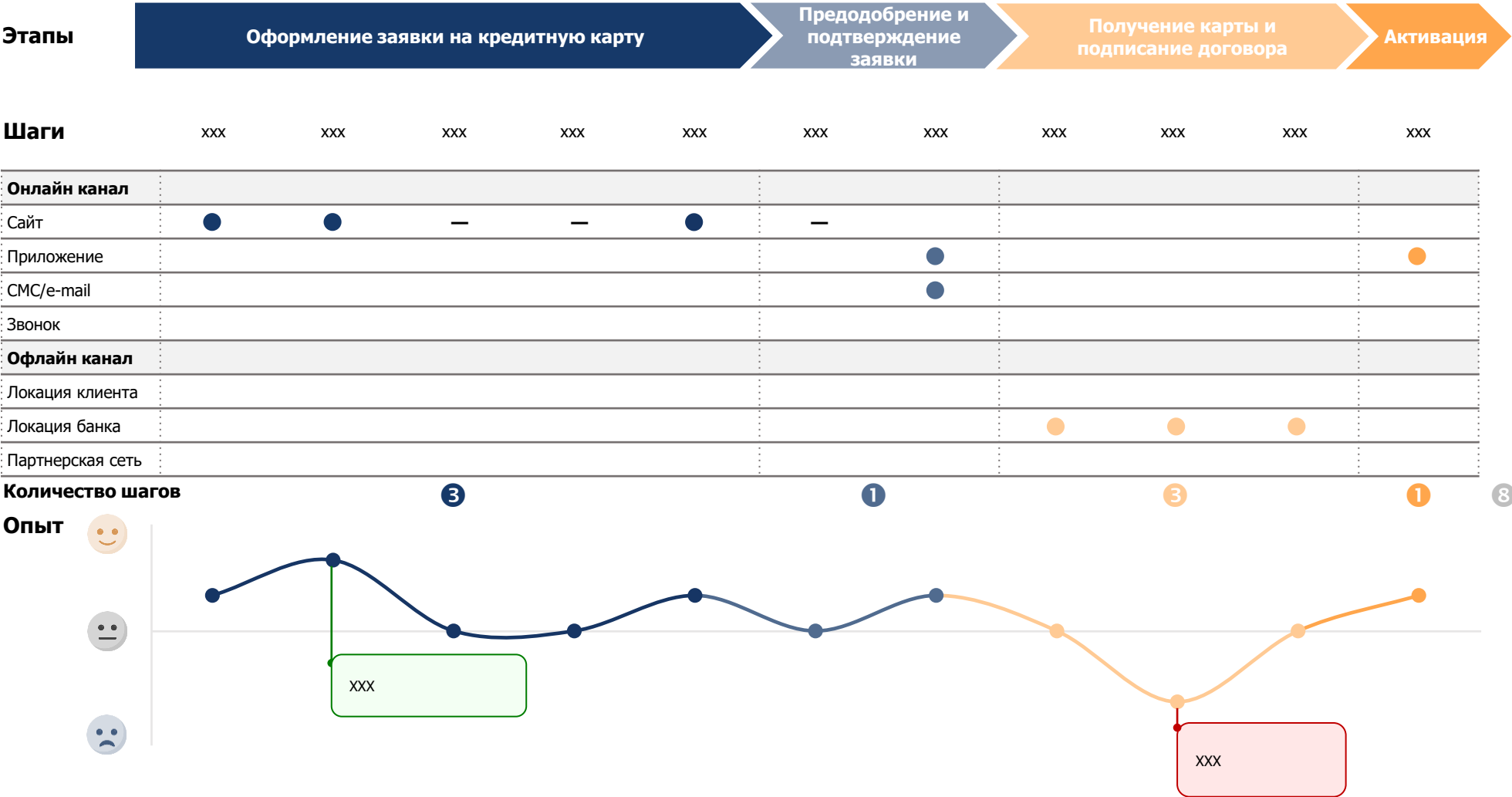
Самый длинный клиентский путь

XXX

XXX



Клиентский путь: оформление кредитной карты (XX Банк)



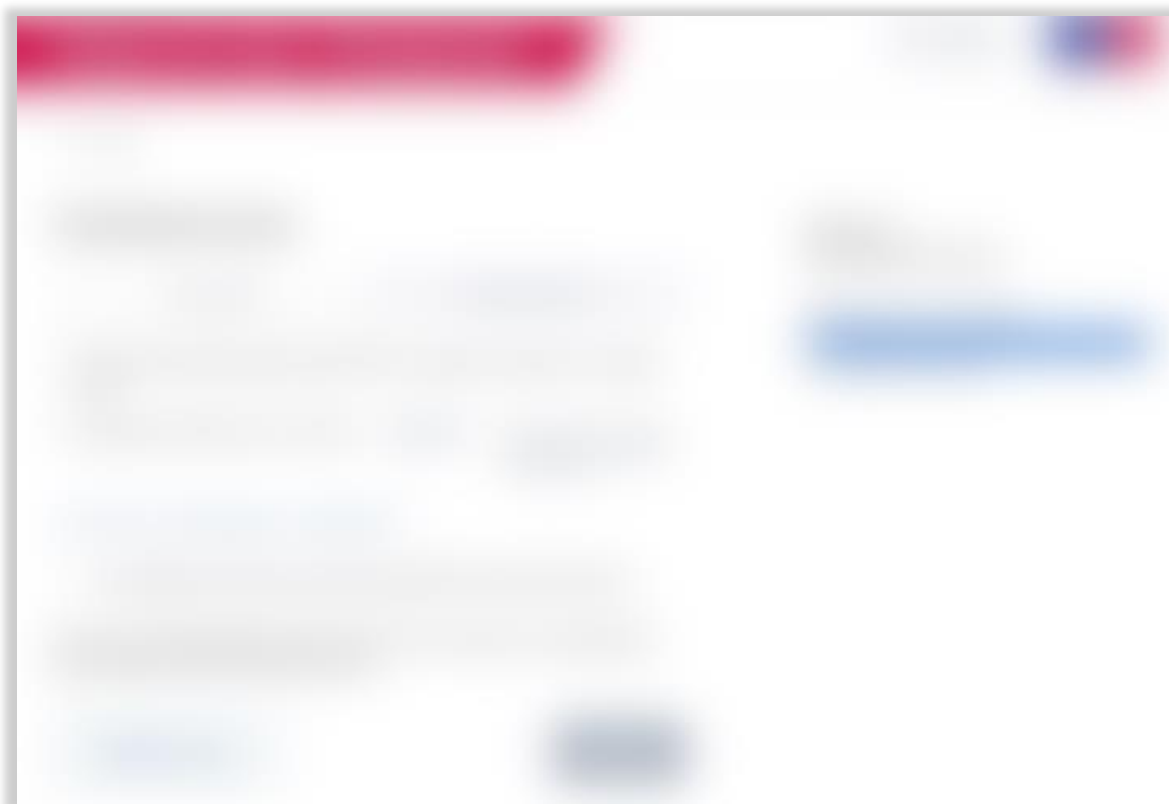
Источник: Frank RG, 2022 г.

Case Study: ...



XXX

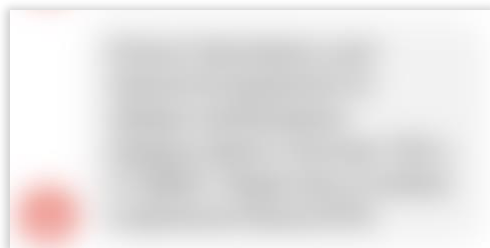
XXX



Дополнительные документы для получения кредитной карты требуют XX банков 😞

Банк XX

xxx



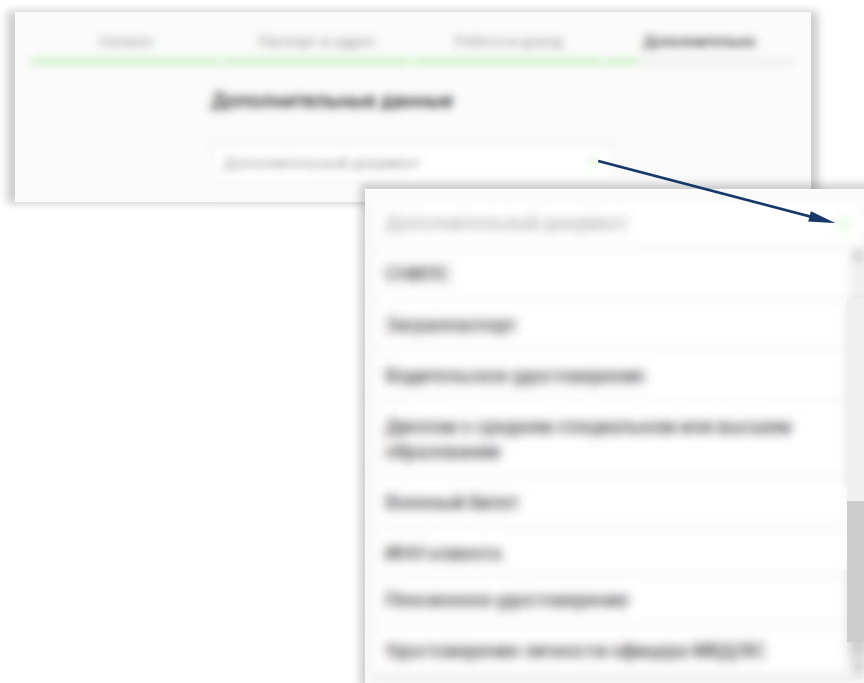
Банк XX

xxx



Банк XX

xxx



Повторное заполнение заявок ...



XXX:

- xxx
- xxx
- xxx

Банк XX XXX

Банк XX

Банк XX XXX

Банк XX XXX

Банк XX XXX

Банк XX

Банк XX



Отсутствие договора ...

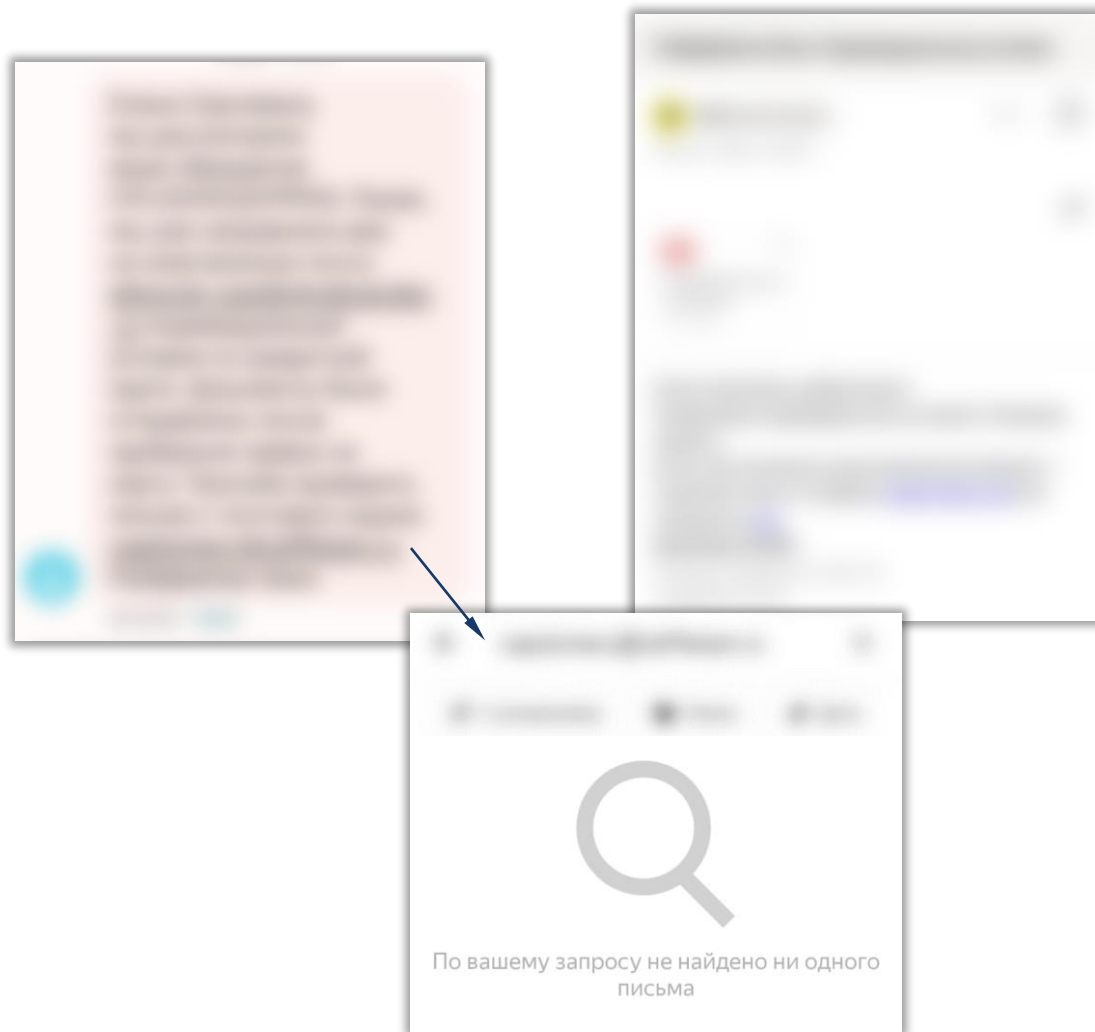


XXX

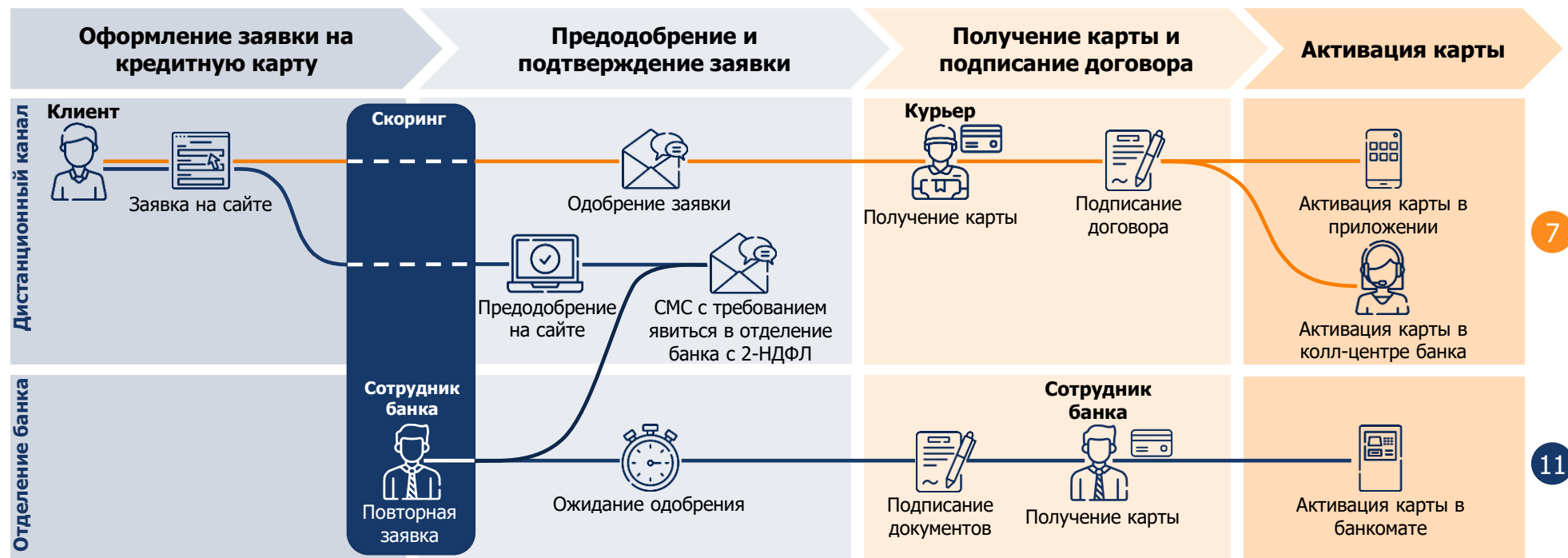
— XXX

— XXX

XXX



Применение худших и лучших практик влияет на длину клиентского пути



Лучшие практики:

- Возможность оформления карты полностью в дистанционных каналах **15/22**
- Вариативность клиентского пути **15/22**
- Самый короткий клиентский путь **7/22**
- Онлайн-подписание документов **2/22**

Худшие практики:

- Запрос дополнительных документов и повторный скоринг в отделении возможно связан с неопределенной экономической ситуацией и ужесточением кредитной политики банка **4/22**
- Кредитный договор не доставлен клиенту **2/22**

Методика рейтинга удобства клиентского пути

Параметры рейтинга клиентского пути



Оформление карты

- Данный этап сопровождается заполнением заявки на карту и вспомогательными инструментами ввода информации. Учитывается количество обязательных и дополнительных полей, необходимые документы и кросс-селл.

Статус заявки

- В этапе учитывались всевозможные коммуникации со стороны банка по предодобрению и одобрению заявки на кредитную карту, а также скорость ее рассмотрения.

Подписание договора и получение карты

- В ходе данного этапа осуществлялась доставка карты курьером или получение в отделении банка, замерялась скорость изготовления/доставки карты.

Активация карты

- На данном этапе принималась во внимание омниканальность активации карты и возможные ее способы.

Компоненты, влияющие на клиентский опыт

Этап	Показатель	Критерий
Заполнение заявки	Помощь в заполнении через Госуслуги	+1 балл
	Счетчик одобрения	+1 балл
Обязательные поля	Автозаполнений полей, подсказки	+1 балл
	Количество полей	+1 балл – на уровне/ниже среднего; -1 балл – выше среднего
Дополнительные поля	Заполняются по телефону / в отделении	-1 балл
Продажи комиссионных продуктов	Страхование добавлено автоматически	-1 балл
	Возможность активации дополнительной услуги	+1 балл
Документы	Только паспорт	+1 балл
	Дополнительный документ (2-НДФЛ, СНИЛС, др.)	-1 балл
Коммуникация по одобрению заявки	Скорость рассмотрения заявки	+1 балл – на уровне/ниже среднего; -1 балл – выше среднего
	Одобренная заявка не соответствует предодобренной	-1 балл
	Необходимость повторной подачи заявки	-1 балл
Подписание договора	Подписание онлайн с помощью электронной подписи	+1 балл
	Договор отсутствует	-1 балл
Доставка/получение	Возможность выбора способа получения карты	+1 балл
	Скорость доставки/ожидания	+1 балл – на уровне/ниже среднего; -1 балл – выше среднего
	Болевые точки: неправильно оформлены документы, переносы встречи с курьером	-1 балл
	При получении кредитной карты необходимо наличие дополнительного документа	-1 балл
Активация карты	Автоматическая активация	+1 балл
Итого баллов		15

Подсчет компонентов клиентского пути (1/4)

Компоненты, влияющие на клиентский путь в разделах

Раздел																						
Оформление кредитной карты		●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
		○	○	●	●	○	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	●	○	○	○
		😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊
		●	○	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊
		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
		😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊
		😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊
		😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊

- скорость / длина пути: ○ - меньше среднего, ◐ - на уровне среднего, ● - выше среднего
 - удобство / вариативность каналов: ○ - отсутствие, ◐ - неполная реализация, ● - наличие
 - клиентский опыт: 😞 - отрицательный, 😐 - нейтральный, 😊 - положительный

Подсчет компонентов клиентского пути (2/4)

Компоненты, влияющие на клиентский путь в разделах

Раздел																						
Статус заявки																						
Предодобрение заявки																						
Коммуникация по одобрению заявки																						
Одобренная заявка не соответствует предодобренной																						
Скорость рассмотрения заявки																						
Необходимость повторной подачи заявки																						
Дополнительные документы																						

 - скорость / длина пути:  - меньше среднего,  - на уровне среднего,  - выше среднего

 - удобство / вариативность каналов:  - отсутствие,  - неполная реализация,  - наличие

 - клиентский опыт:  - отрицательный,  - нейтральный,  - положительный

5 Оценка рынка кредитных карт

Рынок кредитных карт



Количество
клиентов

XX

млн клиентов



Проникновение
кредитных карт в
экономически активное
население

XX%

Проникновение в
занятое население

XX%

Средняя
закредитованность
(долг / зарплата)

XX



Количество
выданных карт

XX

млн карт



Доля
активных карт

XX%



Средний уровень
одобрения

XX%



Динамика
кредитного
портфеля

+XX%

Динамика
количества
выданных карт

+XX%



Количество
кредитных карт
в кошельке
клиента

XX

карты



Утилизация
кредитного
лимита

XX%



Банков в
кошельке
клиента

XX

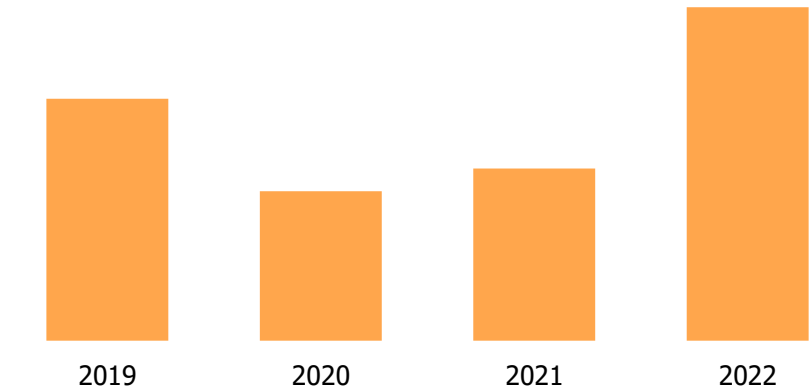
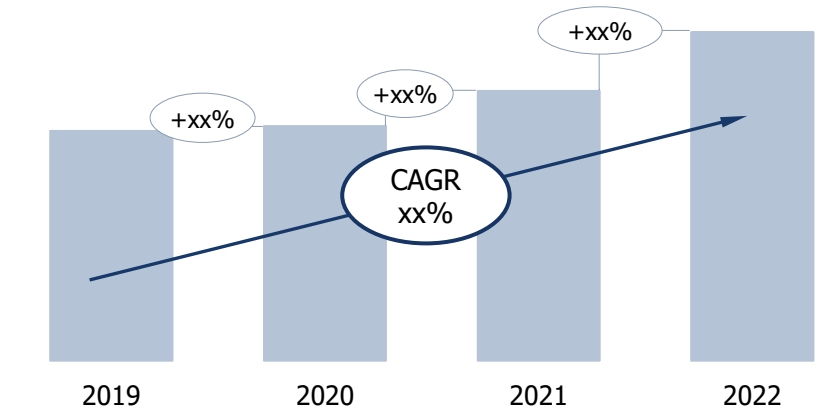
банков

Темпы роста кредитного портфеля ускоряются

xxx

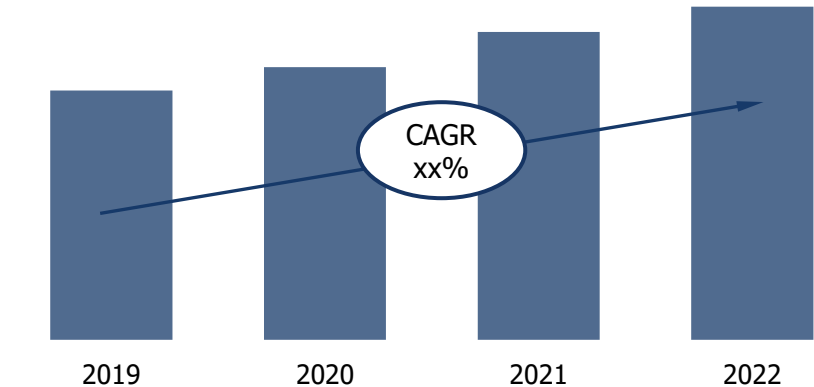
Портфель кредитных карт, млрд руб.

Выданные кредитные карты, тыс. шт. и доля активных карт, %



Средний чек задолженности по кредитным картам, руб.

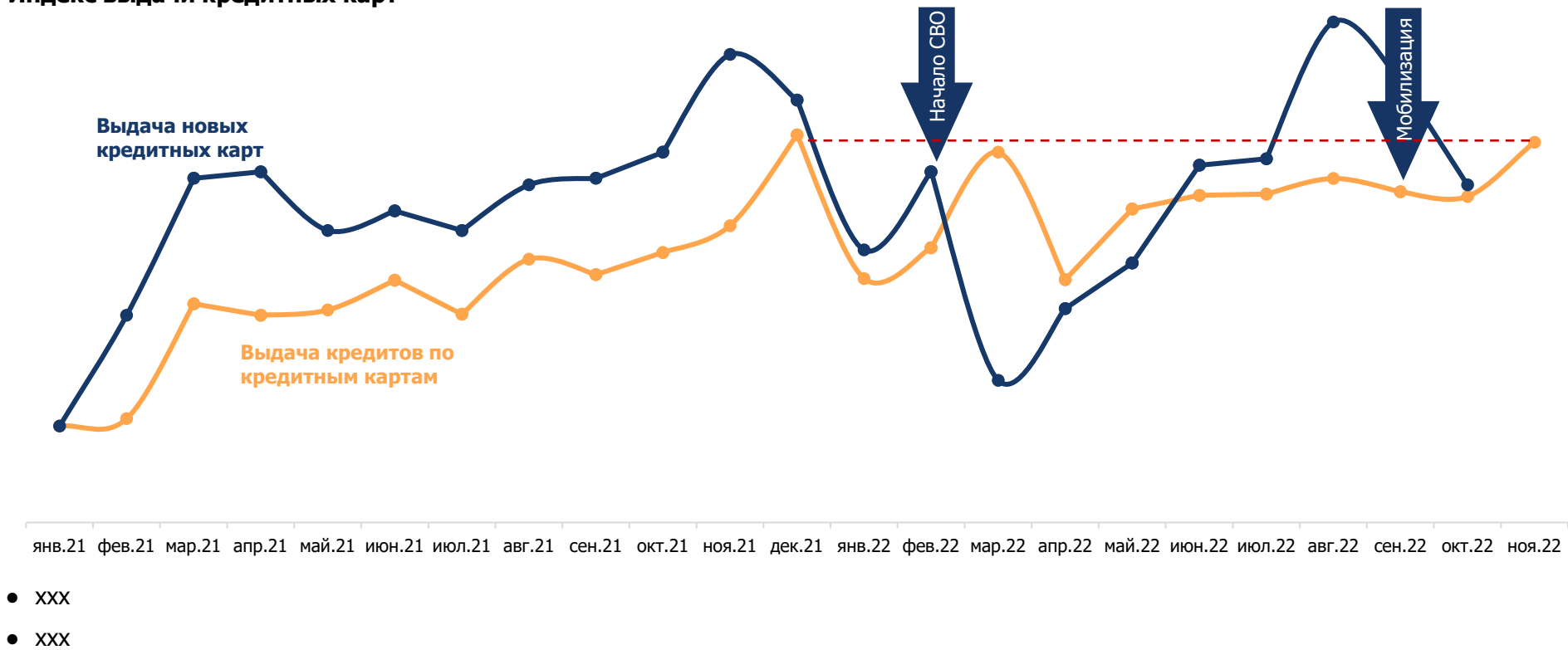
- xxx
- xxx



Источник: Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских услуг, данные банков, 2019-2022

Уровень выдач новых карт и кредитов по действующим кредитным картам...

Индекс выдачи кредитных карт

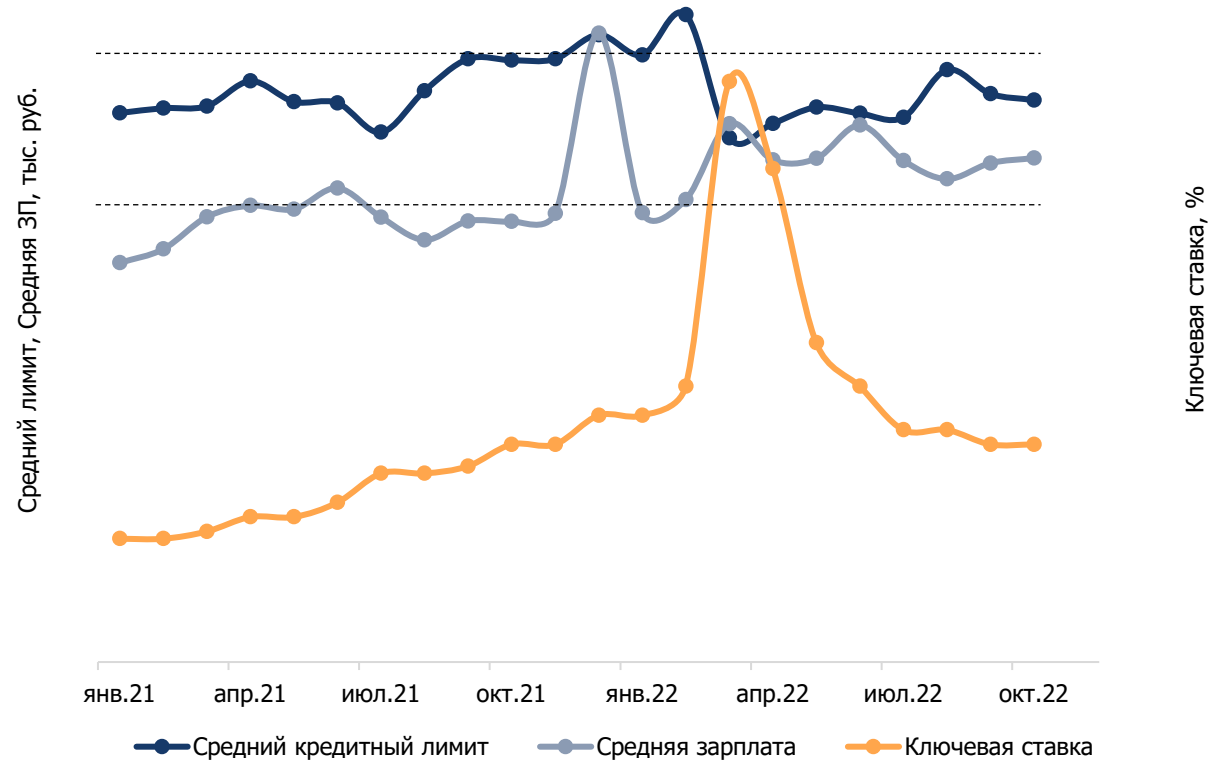


Источник: Frank RG, ОКБ, НБКИ, ЦБ РФ

Средний лимит по кредитным картам так и не достиг докризисных показателей

Средний размер кредитного лимита по вновь выданным кредитным картам, тыс. руб., средняя заработная плата, тыс. руб. (левая шкала), ключевая ставка, % (правая шкала)

- XXX
- XXX

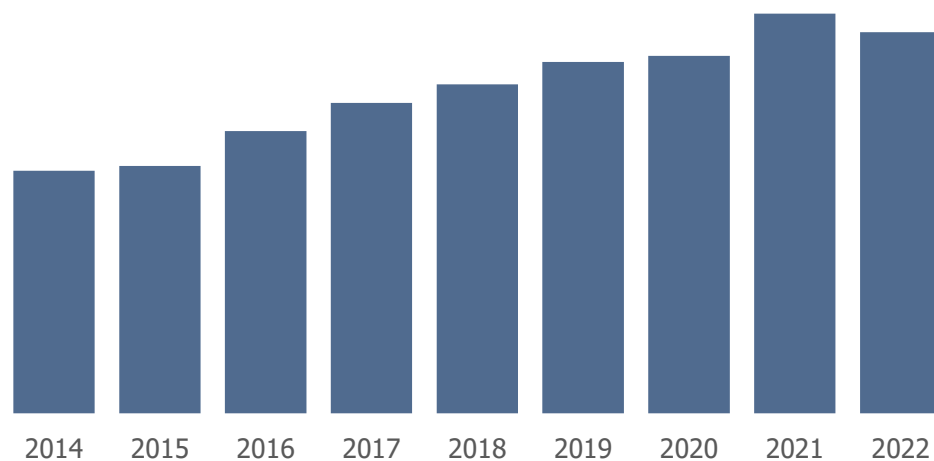


Источник: Frank RG, ОКБ, НБКИ, ЦБ РФ, Росстат

Оборачиваемость портфеля кредитных карт ...

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

• XXX

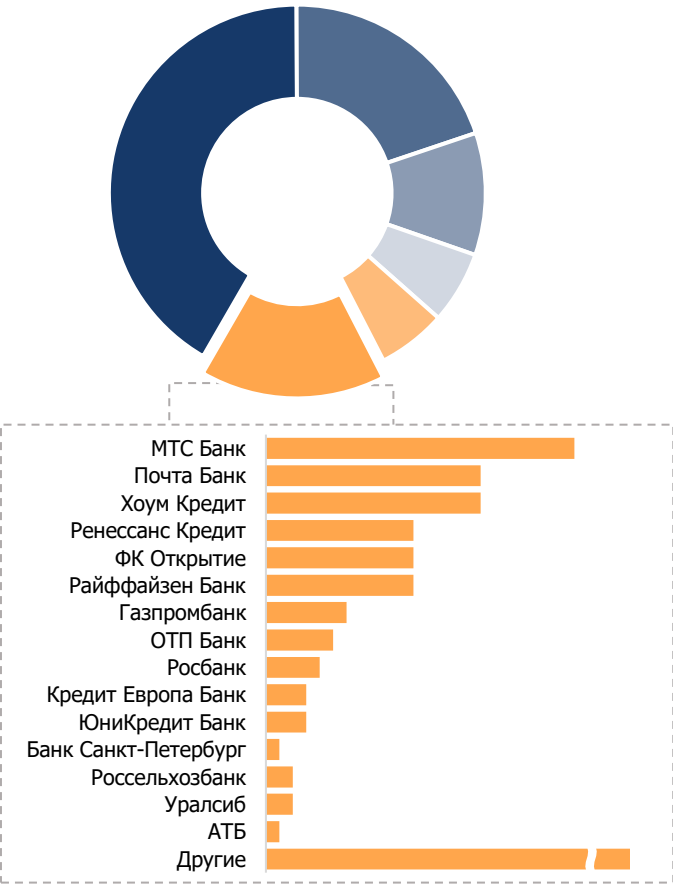


ТОП-5 крупнейших игроков рынка лидируют с большим отрывом

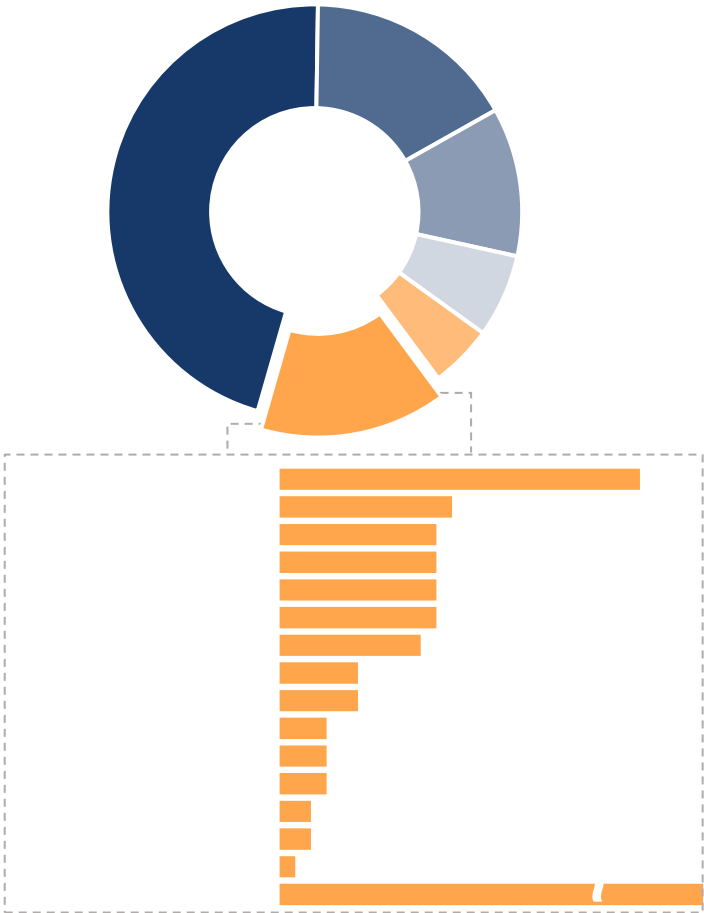
XXX

Структура рынка и доли участников по количеству активных кредитных карт, 2022, %

- XXX
- XXX
- XXX
- XXX



Структура рынка и доли участников по объему портфеля кредитных карт, 2022, %

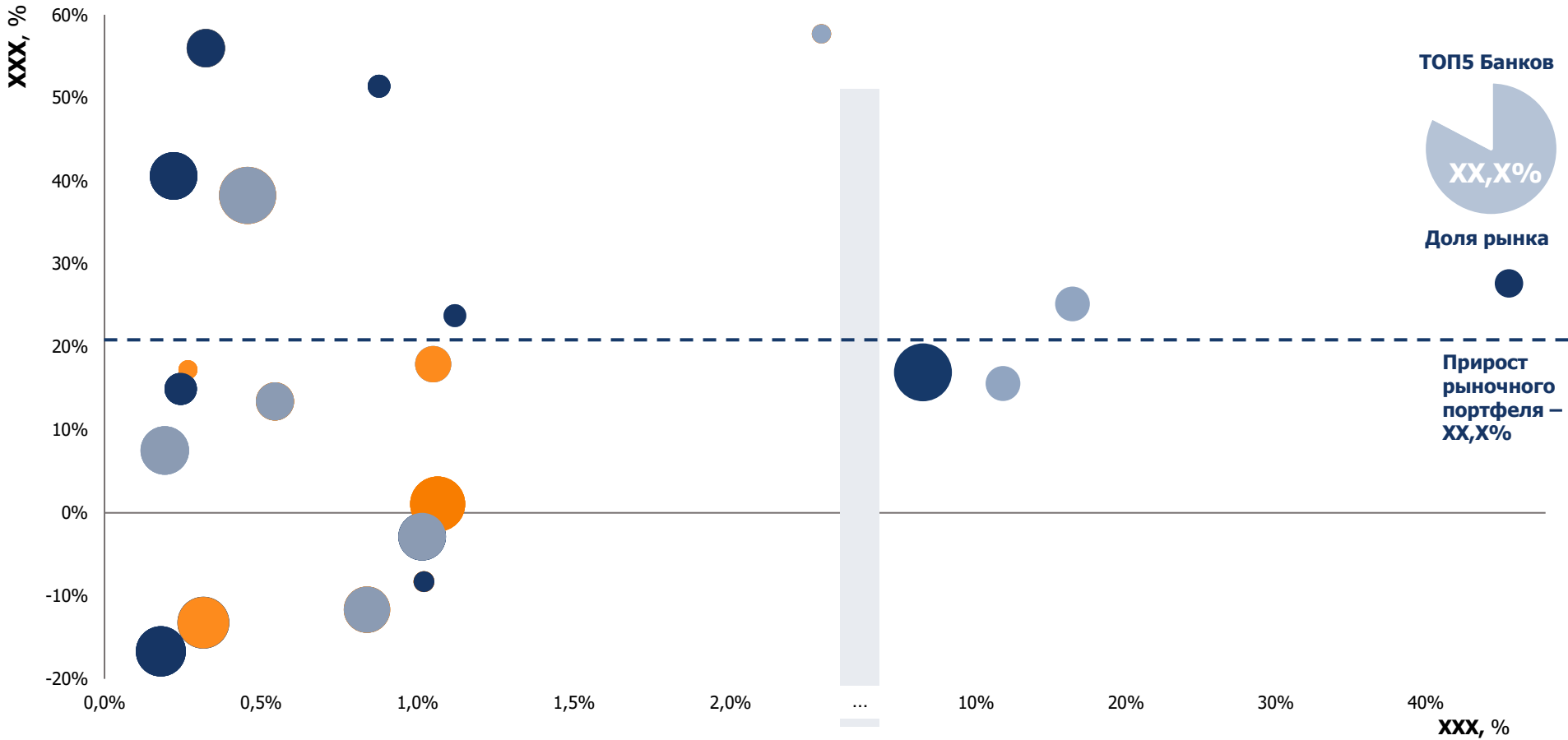


Источник: Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских продуктов, данные на 01.01.2023

Доля Топ5 банков составляет более XX% рынка

- XXX
- XXX

Доля рынка, динамика портфеля у-о-у и минимальная ставка*, % XXX, 4Q2022

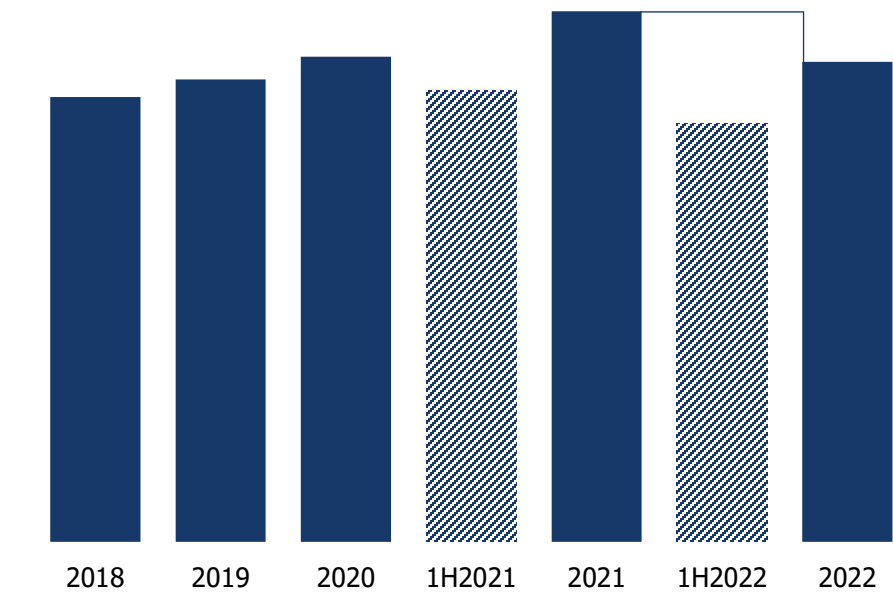


Источник: Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских услуг, 01.01.2023

* Размер точки по каждому игроку зависит от размера его процентной ставки

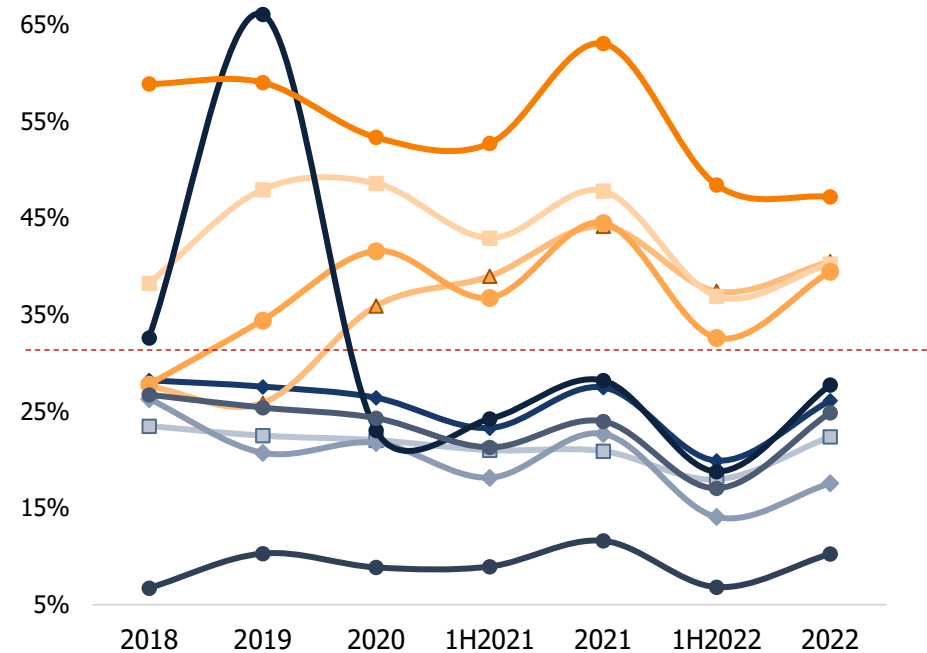
Амортизация портфелей кредитных карт ...

Амортизация совокупного портфеля кредитных карт, %



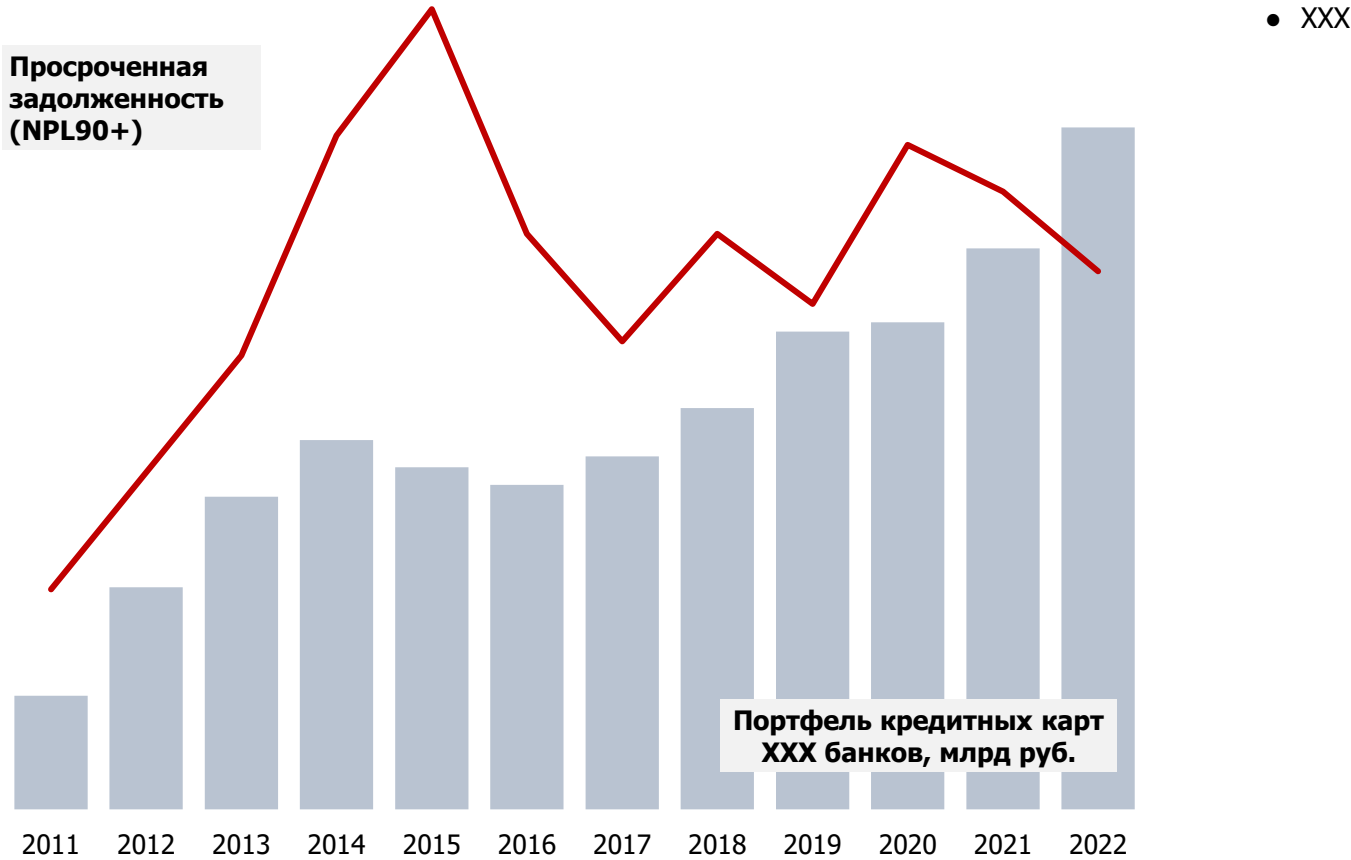
• XXX

Динамика амортизации портфеля XXX банков, %



Риски портфеля кредитных карт ...

Просроченная задолженность (NPL90+), % от портфеля, портфель кредитных карт, млрд руб. XXX банков

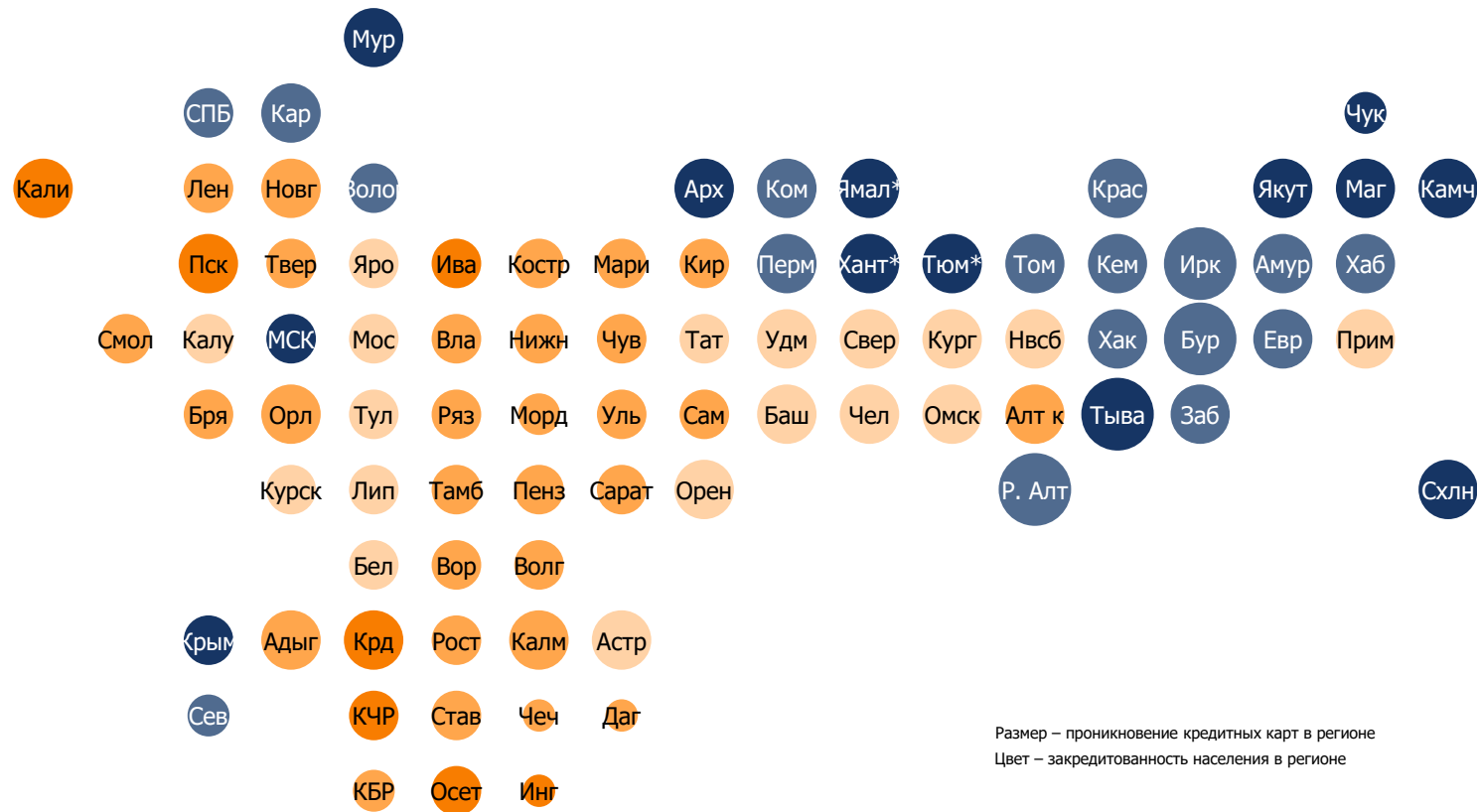


Источник: ЦБ РФ, публичная отчетность банков по МСФО, интервью с экспертами банков, оценка Frank RG, 2011-2022

Проникновение кредитных карт и закредитованность населения: карта России

XXX

Проникновение кредитных карт и закредитованность населения по регионам РФ, 2022



ТОП-3 региона с низкой закредитованностью
1. XXX
2. XXX
3. XXX
ТОП-3 региона с высокой закредитованностью
1. XXX
2. XXX
3. XXX
ТОП-3 региона с низким проникновением
1. XXX
2. XXX
3. XXX
ТОП-3 региона с высоким проникновением
1. XXX
2. XXX
3. XXX

Проникновение кредитных карт = число держателей кредитных карт / численность занятого населения, %
Закредитованность населения = средний размер долга по кредитной карте / средняя зарплата

Источник: Росстат, ЦБ РФ, расчеты Frank RG, данные на 01.07.2022

* Оценка Frank RG

Проникновение кредитных карт и закредитованность населения (1/5)

Регион	Количество держателей кредитных карт, тыс. чел.	Численность занятого населения, тыс. чел.	Проникновение кредитных карт, %	Средний размер долга по кредитной карте, тыс. руб.	Средняя ЗП, тыс. руб.	Закредитованность населения
Российская Федерация						
Алтайский край						
Амурская область						
Архангельская область						
Астраханская область						
Белгородская область						
Брянская область						
Владимирская область						
Волгоградская область						
Вологодская область						
Воронежская область						
г. Москва						
г. Санкт-Петербург						
г. Севастополь						
Еврейская автономная область						
Забайкальский край						
Ивановская область						
Иркутская область						
Кабардино-Балкарская Республика						
Калининградская область						

Источник: Росстат, ЦБ РФ, Frank RG, данные на 01.07.2022

6 Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки кредитных карт

Основная часть банковского предложения кредитных карт – универсальные продукты для всех клиентов

Структура линейки кредитных карт, количество карт, 2022*



- Исследовано продуктивное предложение XX банков, включающее XXX кредитных карт и карт рассрочки.
- XXX
- XXX

Источник: Frank RG, 2022 г.

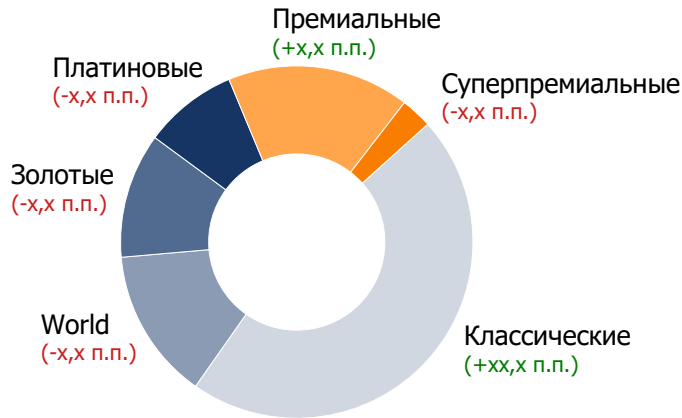
* - на 01.11.2022

Карты Мир заняли лидирующую позицию в структуре продуктового предложения кредитных карт

- Значительную часть предложения занимают классические кредитные карты – XX,X% рынка.
- XXX
- XXX

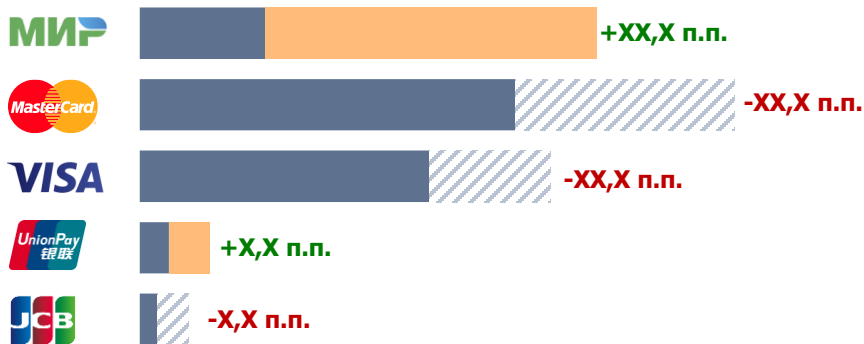
- XXX
- XXX
- XXX

Структура продуктового предложения кредитных карт по категориям, количество карт



Источник: Frank RG, 2022 г.

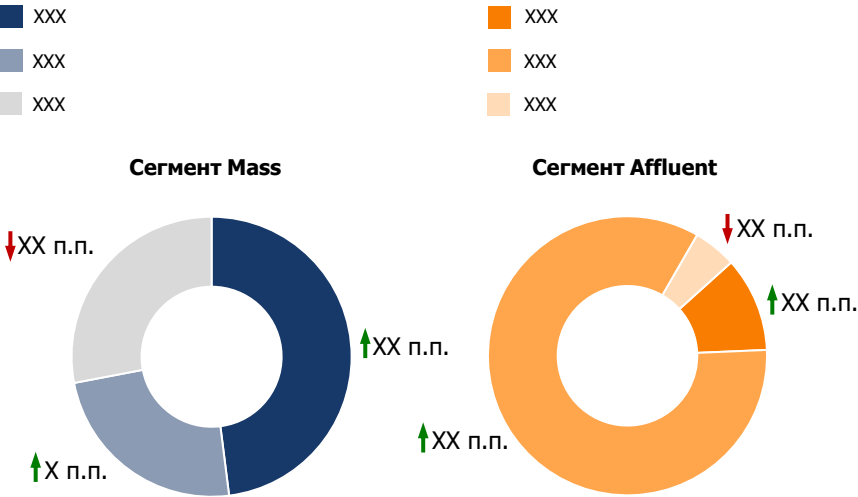
Распределение продуктового предложения кредитных карт по платежным системам, количество карт



Источник: Frank RG, 2022 г.

Средняя стоимость обслуживания классических кредитных карт ...

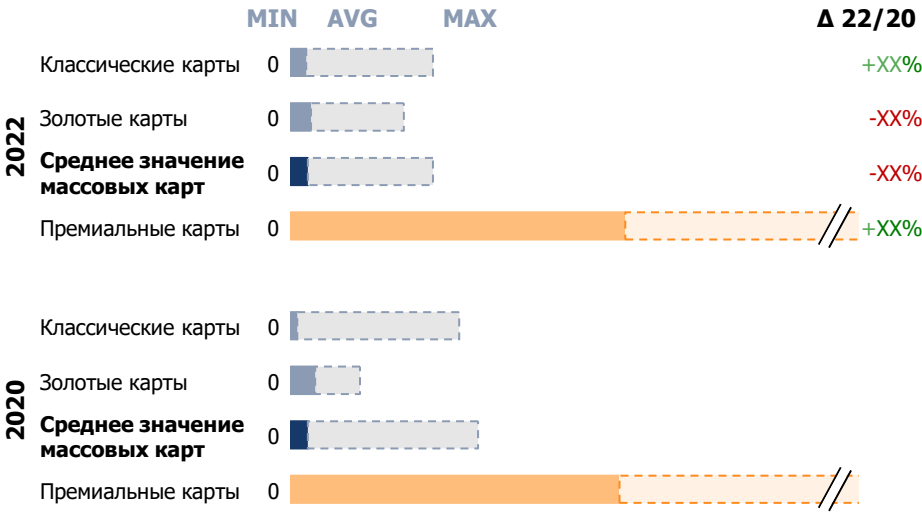
Распределение кредитных карт по условиям платности обслуживания, количество карт



Источник: Frank RG, 2022 г.

- XXX
- XXX

Кредитные карты: средняя, минимальная и максимальная стоимость обслуживания*, р. в год

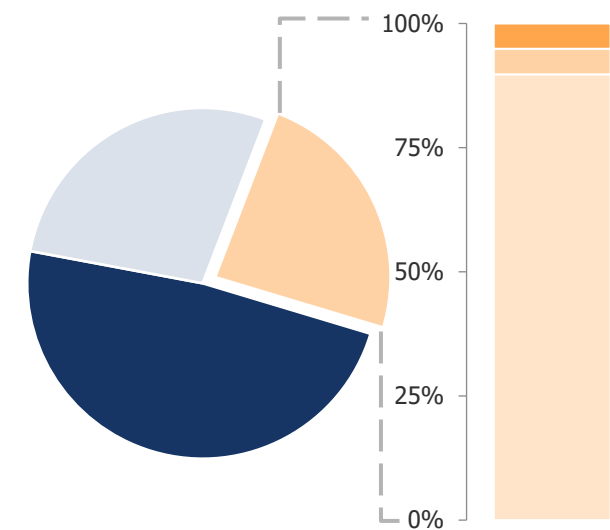


Источник: Frank RG, 2022 г.

- XXX
- XXX

Банки стимулируют траты ...

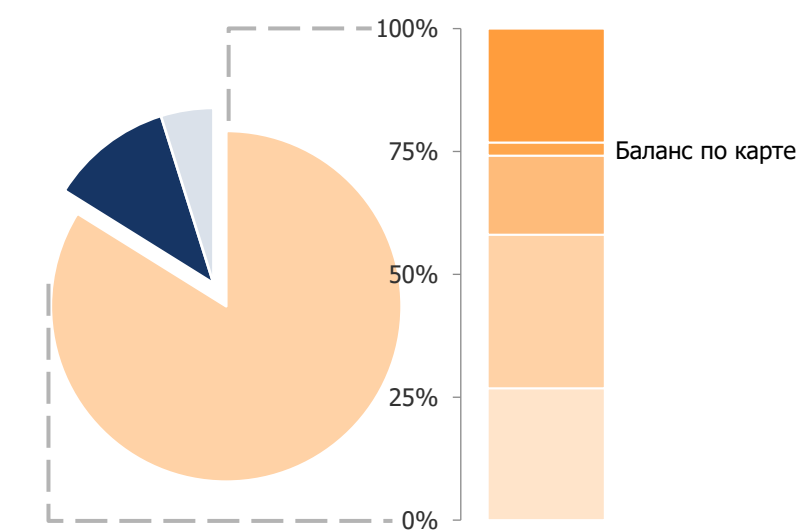
Критерии бесплатности обслуживания по кредитным картам, количество карт (Массовые карты)



Источник: Frank RG, 2022 г.

- XXX
- XX

Критерии бесплатности обслуживания по кредитным картам, количество карт (Премиальные карты)

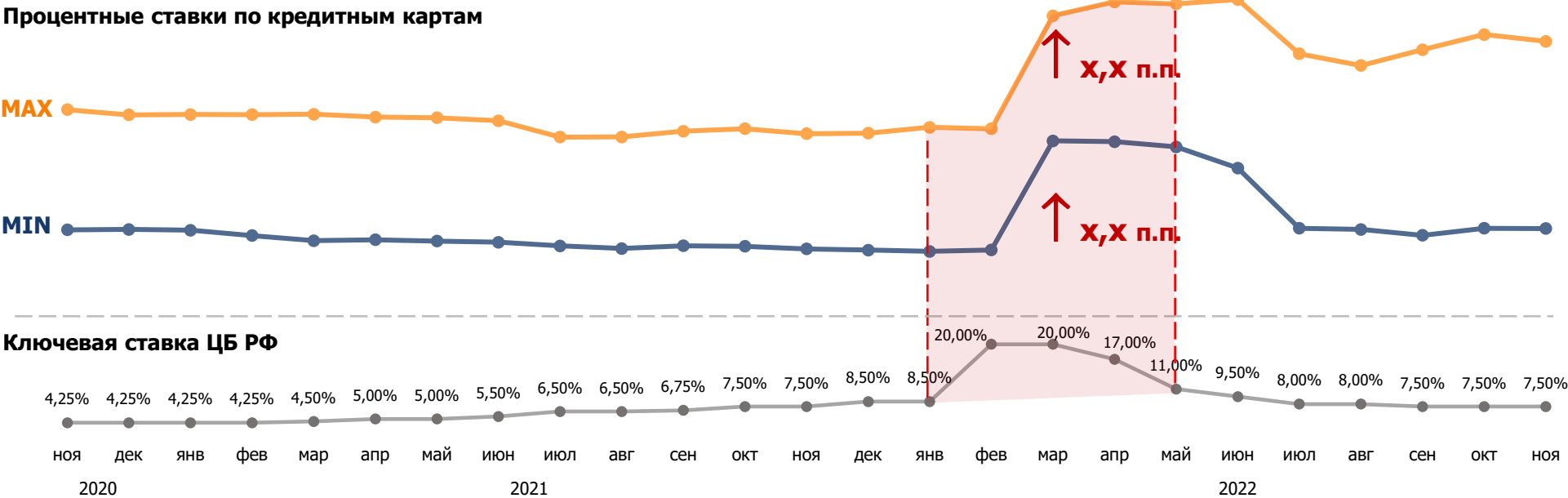


Источник: Frank RG, 2022 г.

- XXX
- XXX

Спрэды между минимальными и максимальными процентными ставками ...

Динамика средних минимальных и максимальных процентных ставок по кредитным картам XXX банков, %



- XXX
- XXX

Возможность использовать грейс-период на переводы и/или снятие наличных ...

Банк	Флагманское предложение	Грейс-период для покупок, дней			Грейс-период для снятия наличных, дней		Грейс-период для переводов, дней		Грейс-период на рефинансирование, дней		Минимальный платеж		
XXX	XXX		XXX			-		-		-	XX%		
XXX	XXX		XX			-		-		XX	XX%		
XXX	XXX		XXX			-		-		XXX	XX%		
XXX	XXX		-			XX		-		XX	-		
XXX	XXX		XX			XXX		XX			XXX	XX% min XXX p.	
XXX	XXX		XXX			-		XXX			-	XX%	
XXX	XXX		XX			-		-			-	X%	
	XXX		XX			-		XX			-	XX%	
XXX	XXX		XXX			XXX		XXX			XX	XX% min XX p.	
	XXX		XXX			XX			XX		XXX	XX% min XX p.	
XXX	XXX		XXX			XX			XXX			XX	XX% min X p.
XXX	XXX		XXX			XXX			-		-	XX%	



– Изменение банковского предложения



– Длинный (больше 3 мес)



– Стандартный (<2 мес)



– В рамках акции



– Нет

XX банков предоставляет возможность ...

Банк	Флагманское предложение	Комиссия за снятие наличных за счет собственных средств		Комиссия за снятие наличных за счет кредитного лимита		Лимит снятия наличных в день	Лимит снятия наличных в месяц
		В собственных банкоматах	В банкоматах других банков	В собственных банкоматах	В банкоматах других банков		
XXX	XXX	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	-	
XXX	XXX	X%	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
XXX	XXX	XX%	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
XXX	XXX	X,X% + XXX р.	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
XXX	XXX	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	-	
	XXX	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	-	
XXX	XXX	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
	XXX	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
XXX	XXX	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	-	
XXX	XXX	X,X% + XXX р.	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	-	
XXX	XXX	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
XXX	XXX	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
XXX	XXX	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
	XXX	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
XXX	XXX	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	-	
	XXX	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.	-	
XXX	XXX	XX%	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		
	XXX	XX%	XX%	X,X% + XXX р.	X,X% + XXX р.		

Бесплатный лимит на снятие до XXX р. в месяц (включительно)

Бесплатный лимит на снятие свыше XXX р. в месяц

Карты с длинным грейс-периодом ...

Распределение карт с беспроцентным периодом оплаты задолженности, кол-во карт

С длинным грейс-периодом

- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк

С бесплатной рассрочкой у партнеров

- XX Банк
- XX Банк

Карты рассрочки

- XX Банк
- XX Банк

С бесплатной рассрочкой у партнеров + платной за любые покупки

- XX Банк
- XX Банк
- XX Банк

Остальные карты

- XXX
- XXX
 - XXX
 - XXX

XXX банков предлагает клиентам услугу рассрочки

XXX

Карты рассрочки			Карты с опцией рассрочки			
XX Банк	XX Банк	XX Банк	XX Банк	XX Банк	XX Банк	XX Банк
XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX
XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX
XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX	XXX XXX

Стоимость и программы лояльности по кредитным картам...

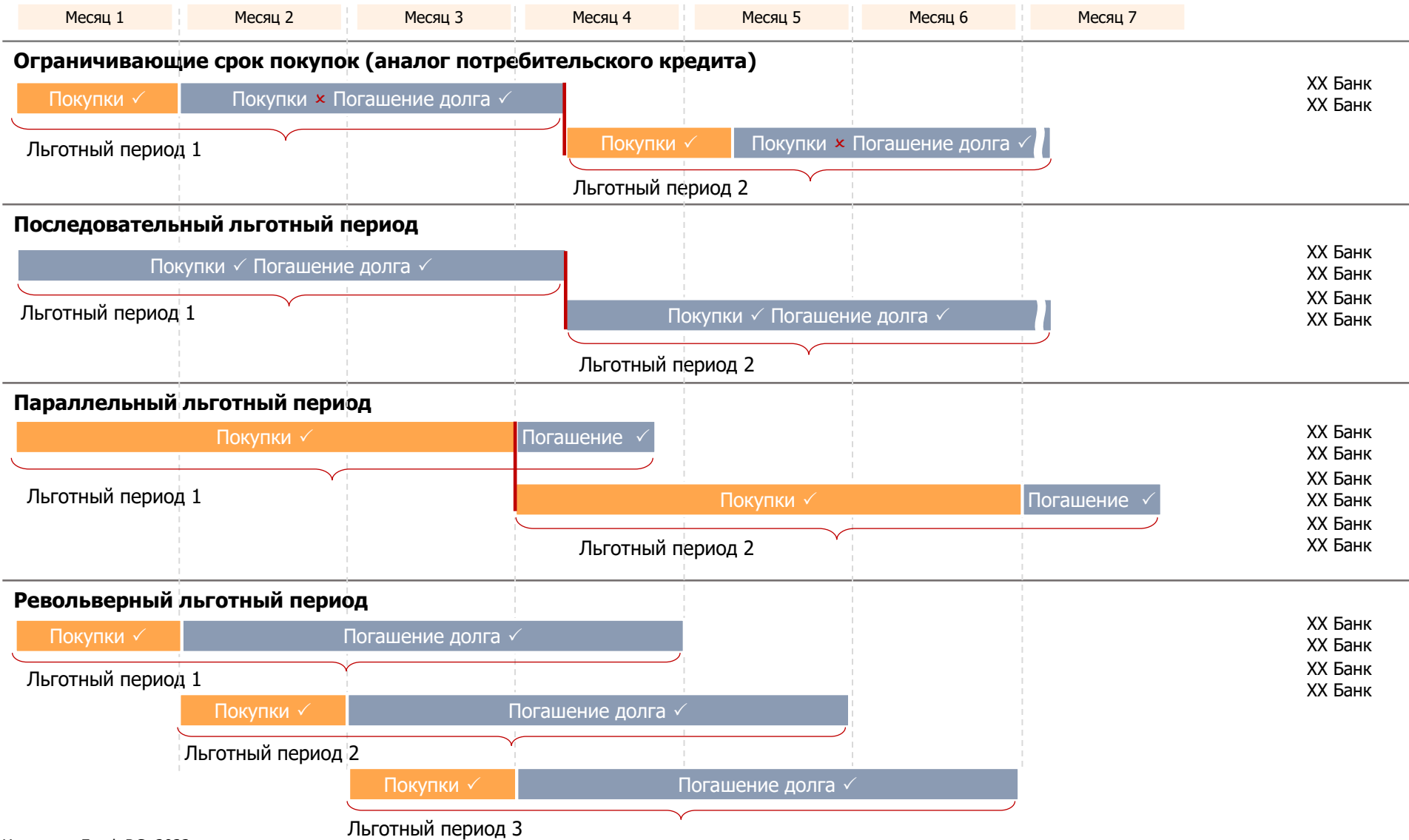
Банк	Флагманское предложение	Стоимость обслуживания					Программа лояльности					
							Базовое начисление, min		Повышенное начисление, max		Тип программы лояльности	
		Выпуск	1-й год	2-й год	Критерии БО	SMS (в год)	%	Условия	%	Кол-во категорий		Условия
XXX	XXX	XX p.	XX p.	XX p. A	×	XX p.	×	×	×	×	×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

T – ежемесячные траты, O – остаток на счетах, **A** – условие в рамках акционного предложения

* Бесплатно со второго года при тратах от XXX p. в год

Источник: Frank RG, 2022 г.

Механики кредитных карт с длительным льготным периодом



6.1. Анализ кредитных карт с reward-программами

Классификация reward-программ



Cashback

Универсальный

XXX

Целевой

XXX



Гибридные

Сочетают в себе несколько механизмов работы

XXX



Бонусный cashback

Конвертация баллов в рубли на счет клиента

XXX

Компенсация покупок

XXX

Компенсация будущих или моментных покупок

XXX



Бонусные программы

Целевые бонусные программы

XXX

Программы для путешественников

XXX

Универсальные бонусные программы

XXX

Структура рынка reward-программ

Типы подключенных программ и опций вознаграждений к кредитным картам, количество программ

MASS ← — — — — — → PREMIUM

XXX
XXX
XXX

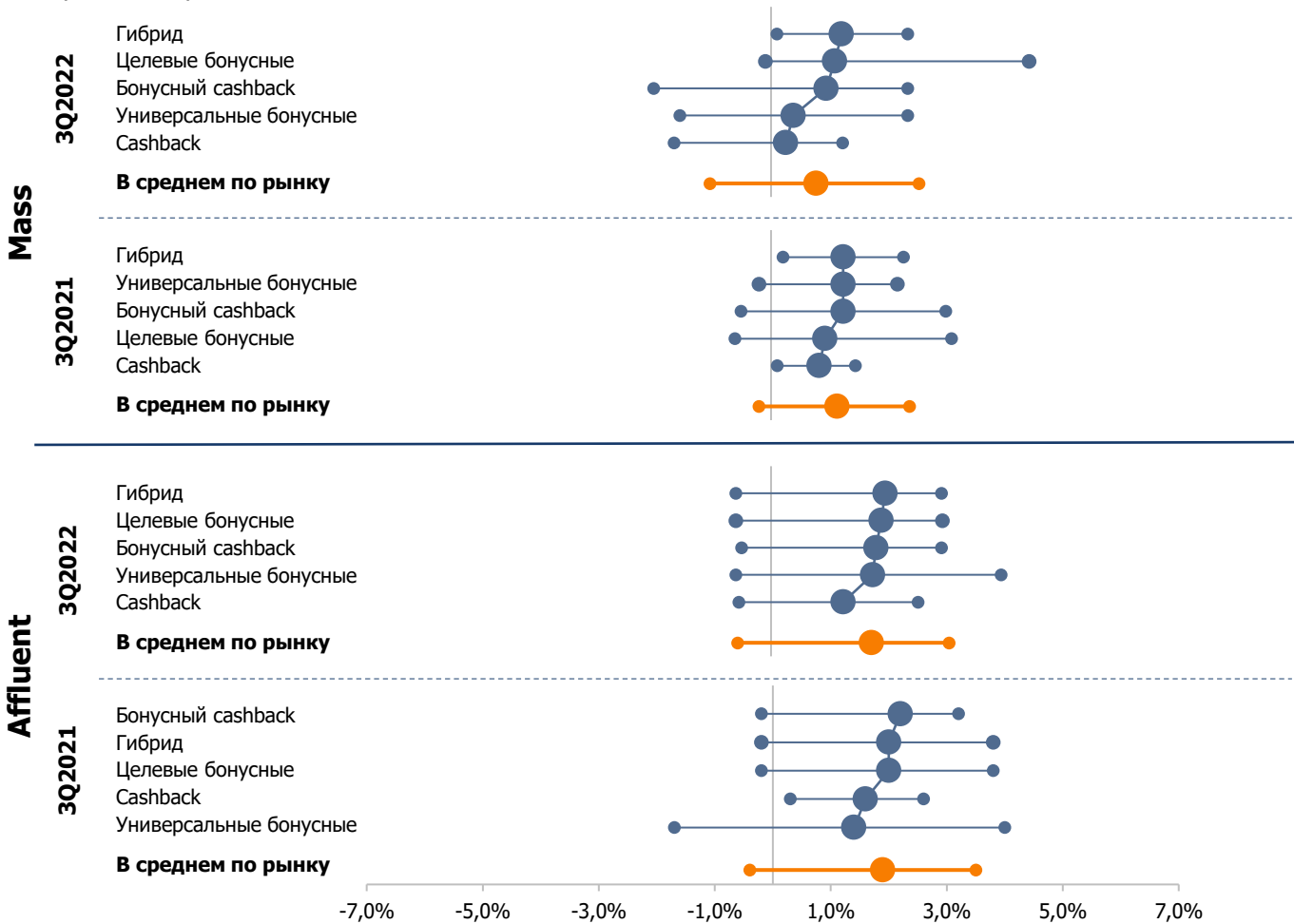


Источник: Frank RG, 2022 г.

Средняя выгода ...

Выгода

Средняя, минимальная, максимальная выгода кредитных карт по типам программ, % от POS-оборота по карте



Сегмент Mass

- XXX
- XXX
- XXX

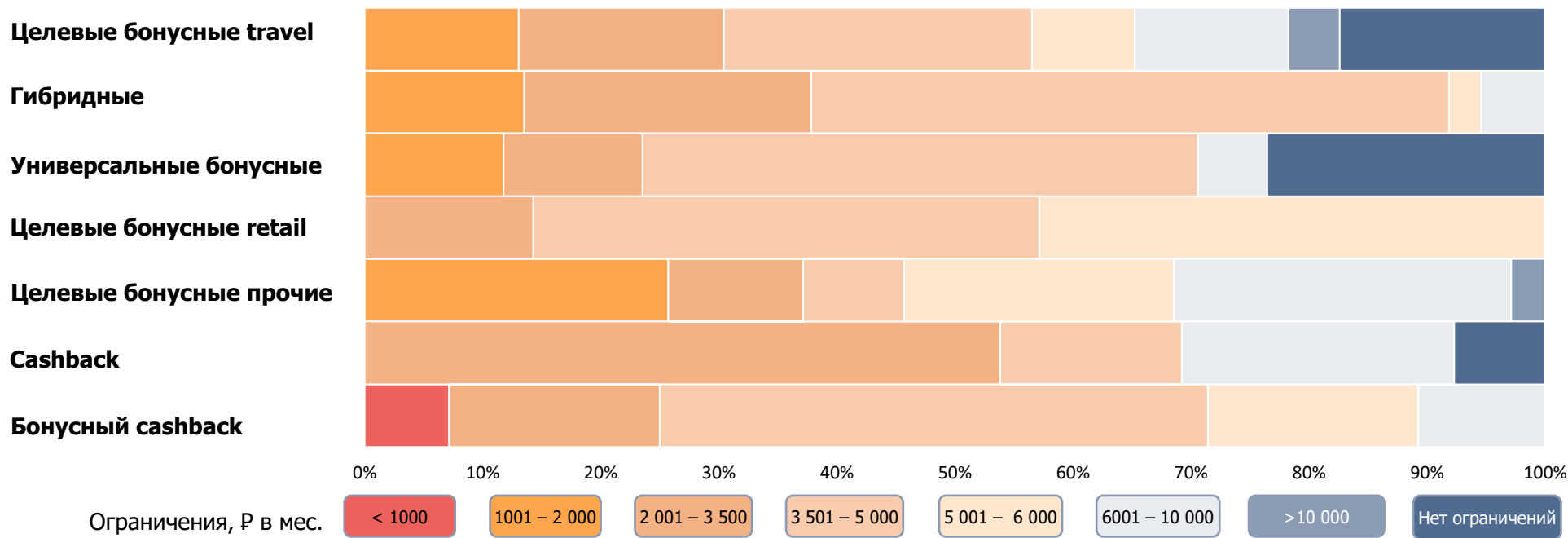
Сегмент Affluent

- XXX
- XXX
- XXX

Ограничение суммы начисляемой выгоды: ...

Ограничения
выгоды

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



Ключевые изменения

- XXX
- XXX

Источник: Frank RG, 2022 г.

Ограничение суммы начисляемой выгоды

Средний размер ограничений начисления вознаграждений по категориям программ, массовые карты, р. в мес.

Тип программы	Размер ограничения начисляемого вознаграждения, р. в мес.
Целевая бонусная прочие	
Целевая бонусная travel	
Бонусный cashback	
Cashback	
Целевая бонусная retail	
Универсальная бонусная	
Гибридная	
В среднем по рынку	

- XXX
- XXX

Ограничения выгоды

Средний размер ограничений начисления вознаграждений по категориям программ, премиальные карты, р. в мес.

Тип программы	Размер ограничения начисляемого вознаграждения, р. в мес.
Целевая бонусная travel	
Cashback	
Универсальная бонусная	
Бонусный cashback	
Гибридная	
Целевая бонусная прочие	—
Целевая бонусная retail	—
В среднем по рынку	

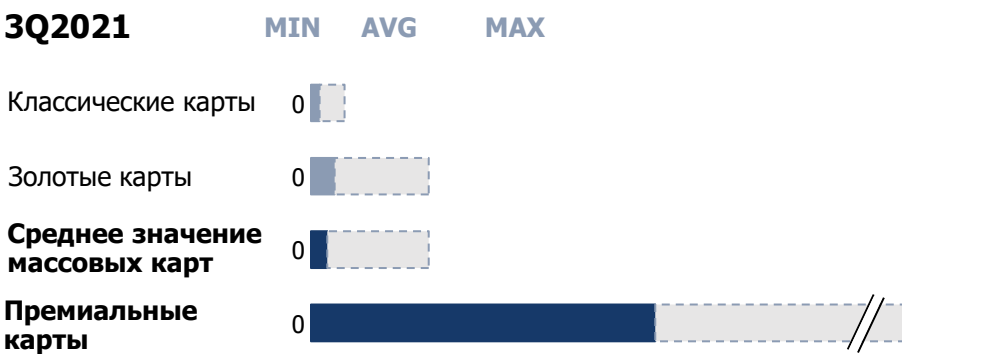
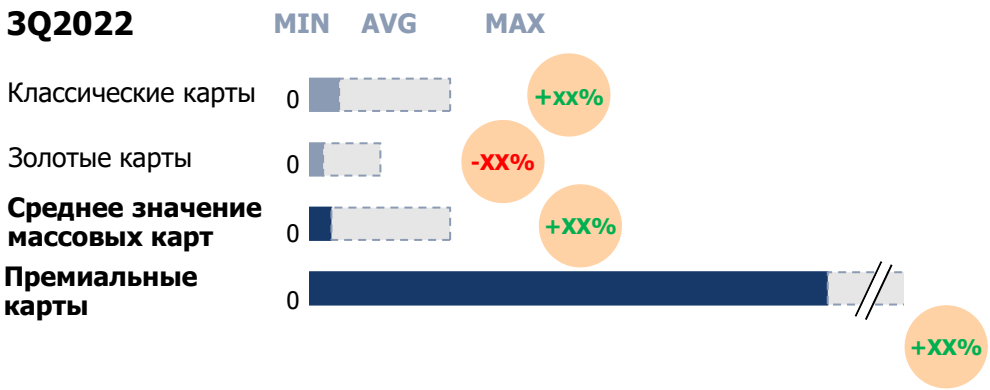
- XXX
- XXX

Стоимость карт

Стоимость обслуживания кредитных карт с reward-программами

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

- XXX
- XXX

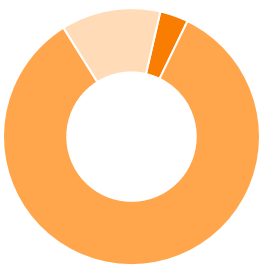


Распределение карт по платности обслуживания, 3 квартал 2022

Массовый сегмент



Премиальный сегмент



Источник: Frank RG, 2022 г.

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

Исследуемые reward-программы на кредитных картах: 3Q2021 – 3Q2022 гг.

Банк	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Банк XX	—	—	—	1	2	—	—
Банк XX	2 1	—	—	—	—	—	—
Банк XX	1	2	—	—	2	—	—
Банк XX	—	✓ ₁ *	✓ ₁	—	✓ ₁	—	2
Банк XX	✓ ₁	—	—	—	✓ ₁	1	1
Банк XX	—	2	—	1	—	—	—
Банк XX	—	1	—	—	—	—	—
Банк XX	1	—	—	—	—	1	—
Банк XX	—	✓ ₁	✓ ₁	—	✓ ₁	—	1
Банк XX	—	2	—	—	—	—	—
Банк XX	2	—	—	—	—	—	—
Банк XX	—	1	—	—	—	—	—
Банк XX	✓ ₁	—	—	—	✓ ₁	—	2
Банк XX	2	—	2	—	—	1	—
Банк XX	—	✓ ₁	✓ ₂	—	✓ ₁	—	3
Банк XX	—	✓ ₁	✓ ₁	—	✓ ₁	—	1
Банк XX	—	2	—	—	—	—	—



существующие программы



новые программы



опции гибридных программ

* Возможность обмена бонусов на рубли возвращена с 1 октября 2022 года после временного прекращения действия.

Источник: Frank RG, 2022 г.

Закрытые и открытые программы за период с июля 2021 по сентябрь 2022 г.

Банк	 Закрывшиеся программы	 Новые программы
Банк XX	• XXX • XXX	• XXX
Банк XX		• XXX • XXX
Банк XX	• XXX	
Банк XX	• XXX	
Банк XX	• XXX • XXX	
Банк XX	• XXX • XXX	
Банк XX	• XXX • XXX	
Банк XX	• XXX	• XXX
Банк XX	• XXX • XXX	• XXX
Банк XX	• XXX	
Банк XX	• XXX • XXX • XXX • XXX • XXX • XXX	

 программы, открытые и закрытые в отчетном периоде

Источник: Frank RG, 2022 г.

Основные механики reward-программ премиальных флагманских карт



6.2 Международный опыт и тренды развития рынка кредитных карт в 2022 г.

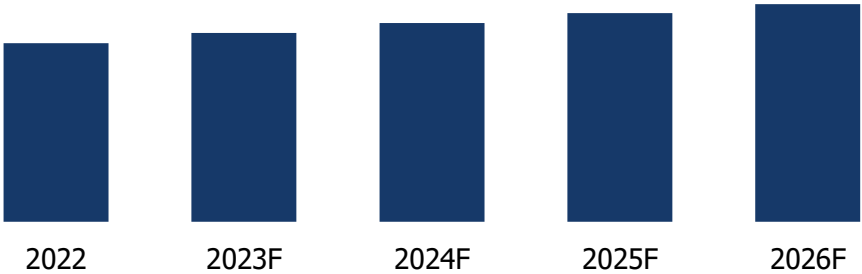
1 Продвижение сервисов BNPL ...

Частота использования сервисов BNPL в разных странах,
% от платежей в e-commerce
Δ 2021/2020



- XXX
- XXX
- XX

Доля e-commerce в розничных продажах, %



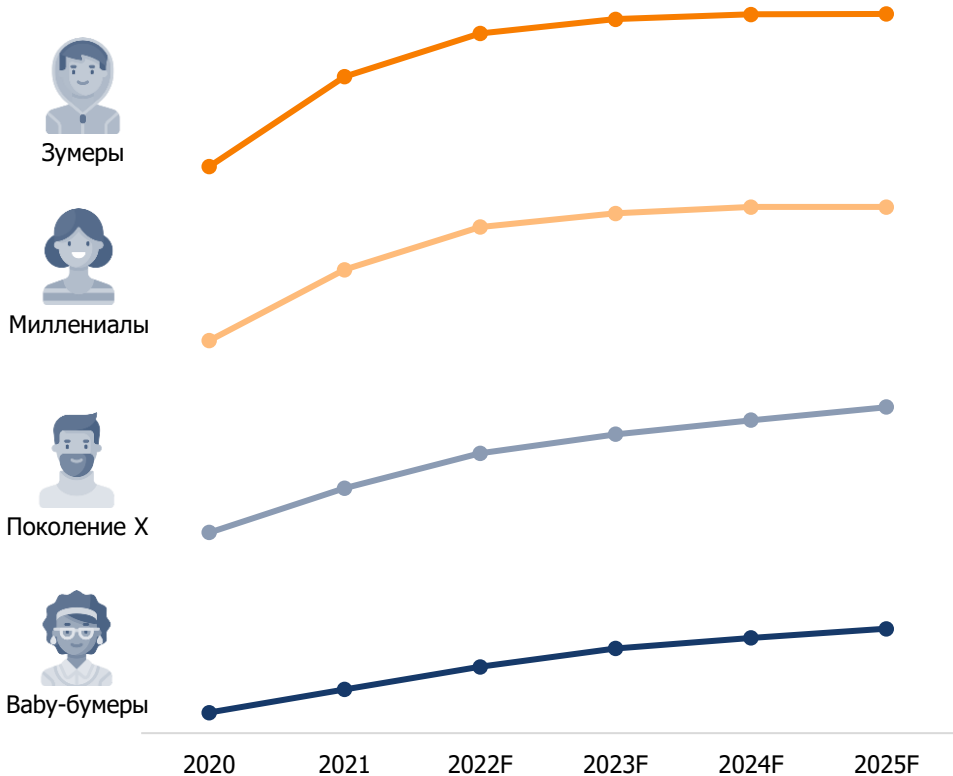
Источник: <https://seon.io/resources/buy-now-pay-later-global-trends/>

Источник: <https://www.oberlo.com/statistics/ecommerce-share-of-retail-sales>

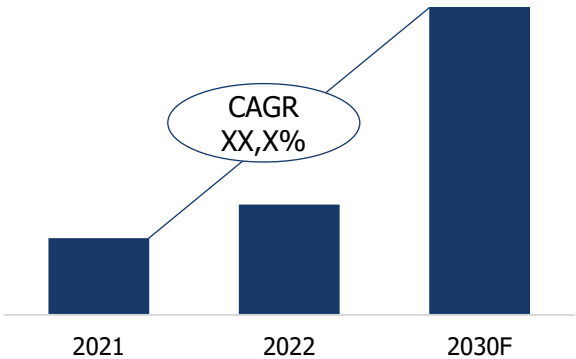
1 XXX – основные драйверы роста BNPL-сервисов

- XXX
- XXX
- XXX

Проникновение сервисов BNPL в поколения, % покупателей в e-commerce в США



Размер рынка Buy Now, Pay Later, млрд. долл.



1 Попытки регулирования BNPL со стороны государства

XXX

Международные практики:



XXX



XXX



XXX



XXX



XXX

2 Доля рынка кредитных карт в розничном портфеле...

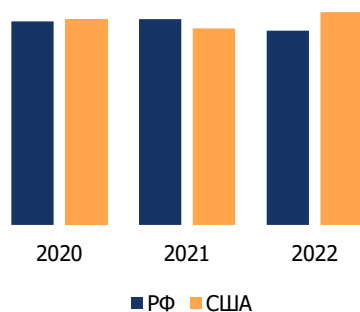
Объем и структура рынка розничных потребительских кредитных продуктов в РФ, млрд руб.



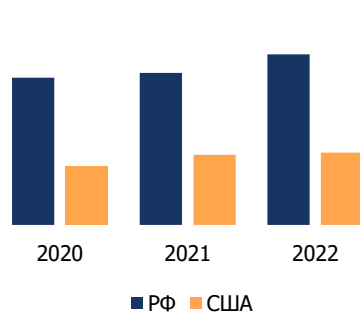
Объем и структура рынка розничных потребительских кредитных продуктов в США, трлн долл.



Долговая нагрузка в РФ и США, %



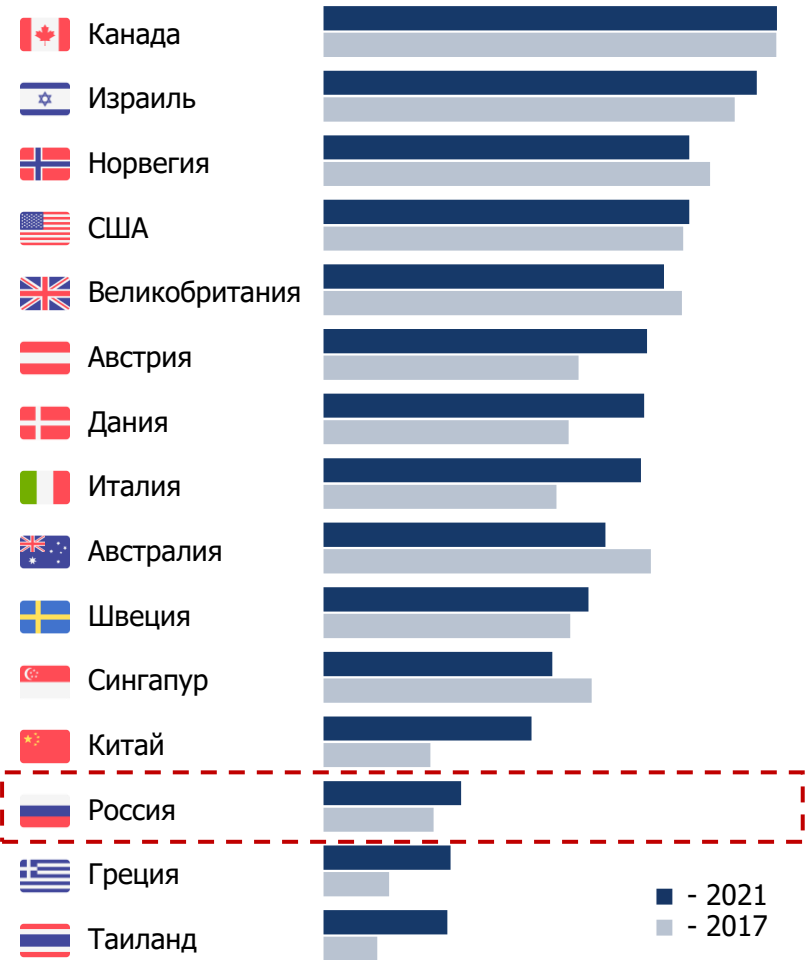
Утилизация кредитного лимита в РФ и США, %



- XXX
- XXX
- XXX

2 Развитые страны ...

Проникновение кредитных карт, % от респондентов



- XXX
- XXX
- XXX
- XXX

■ - 2021
■ - 2017

Источник: Statista (опрос), 2022

2 Беспроцентный период XXX по кредитной карте ...



	Соединенные Штаты Америки			Великобритания	Сингапур
	XXX карта	XXX карта	XXX карта	XXX карта	XXX карта
Обслуживание карты					
Стоимость обслуживания	\$ XX	\$ XX	\$ XX	£ XX	S\$ XX
Беспроцентный период	XX месяцев	XX месяцев	XX месяцев	XX месяцев	XX месяцев
Программа лояльности					
Кешбэк за все покупки	X%	X%	X%	X%	X%
Кешбэк в категориях	—	XX% путешествия ● X% аптеки, рестораны	X% XX ● X% XX ● X% XX	X,XX% XX ●	X% XX
Ограничения начисления	—	—	—	—	XXX баллов на категории

● - собственный сервис

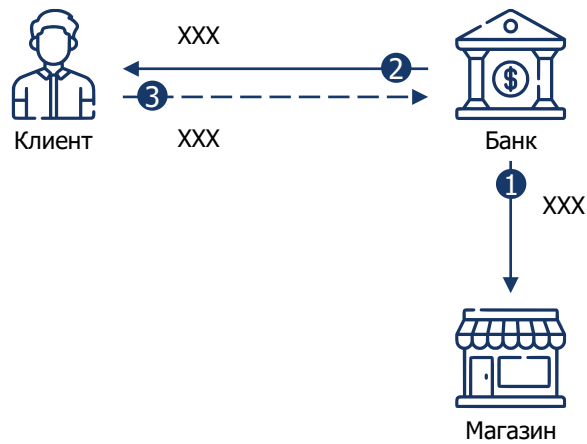
Комментарий Frank RG:

XXX

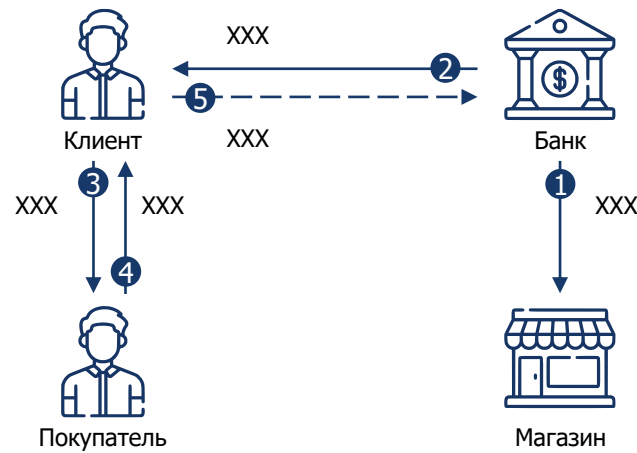
3 Механизмы работы кредитных карт в исламском банкинге

- XXX
- XXX
 - XXX

Murabaha



Tawarruq



Источник: <https://ifinanceexpert.wordpress.com/category/islamic-credit-cards/>

4 Case Study: ...

XXX

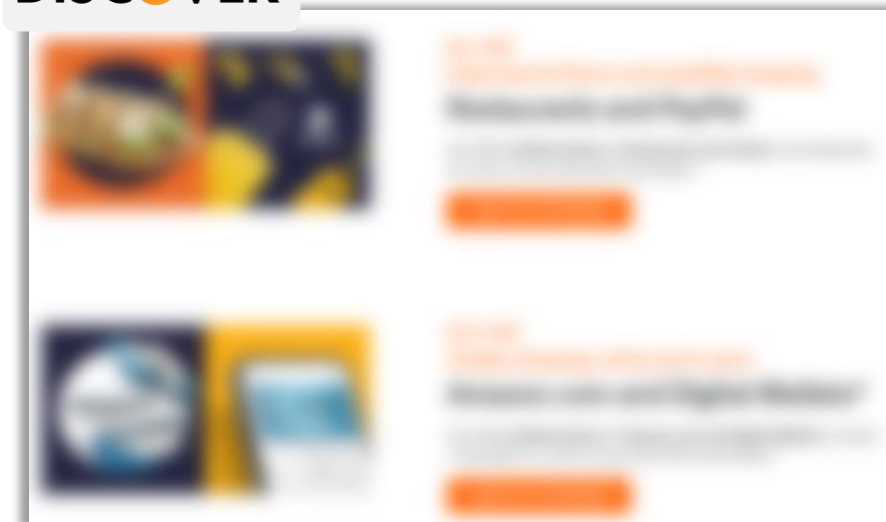
XXX



XXX

- XXX
- XXX
- XXX
- XXX

DISCOVER®



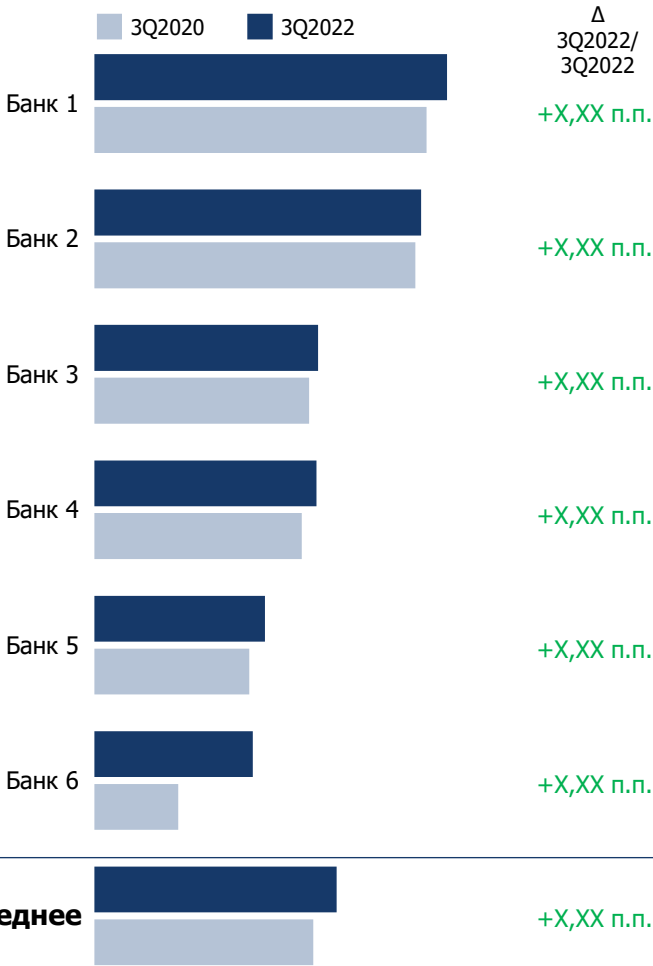
Источник: Discover

*Оплата покупок с помощью Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, Garmin Pay.

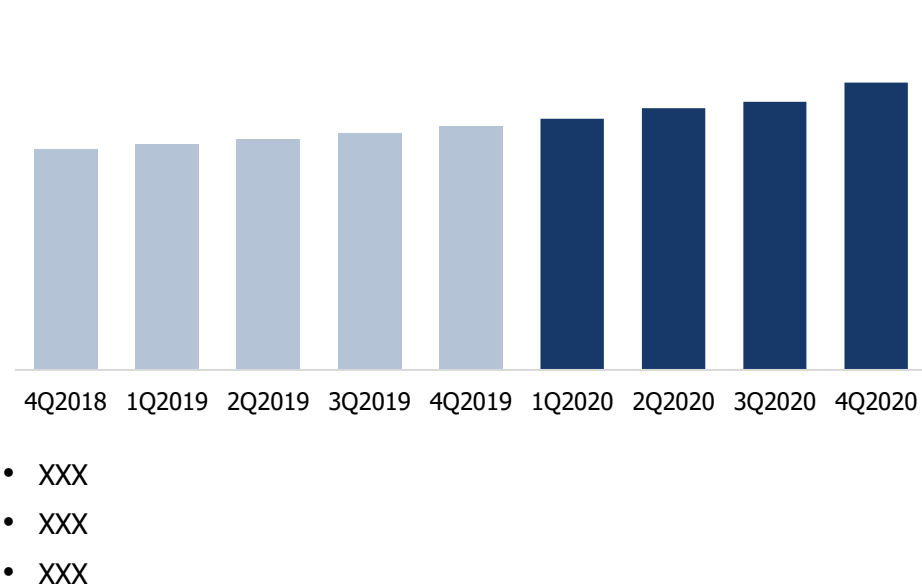
7 Анализ эффективности управления портфелями кредитных карт на основе benchmark

Проникновение в онлайн-банк

Проникновение в онлайн-банк, массовый сегмент, %



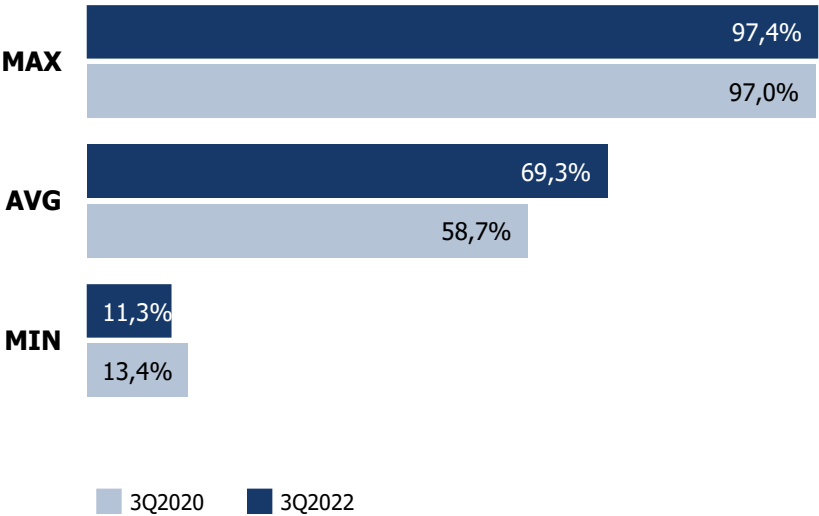
Динамика проникновения в онлайн-банк, массовый сегмент, %



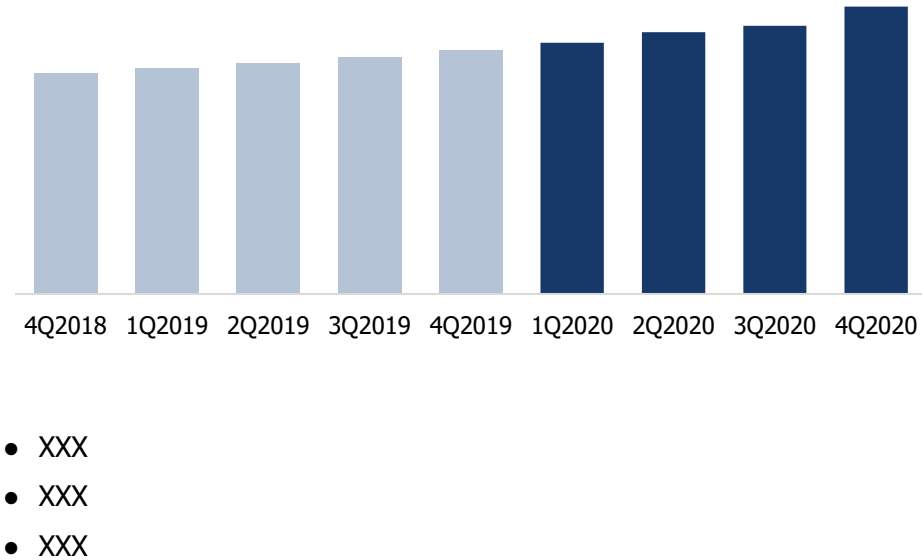
Статистика по активным кредитным картам.
Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

Проникновение в онлайн-банк (средние значения)

Проникновение в онлайн-банк, массовый сегмент, %



Динамика проникновения в онлайн-банк, массовый сегмент, %

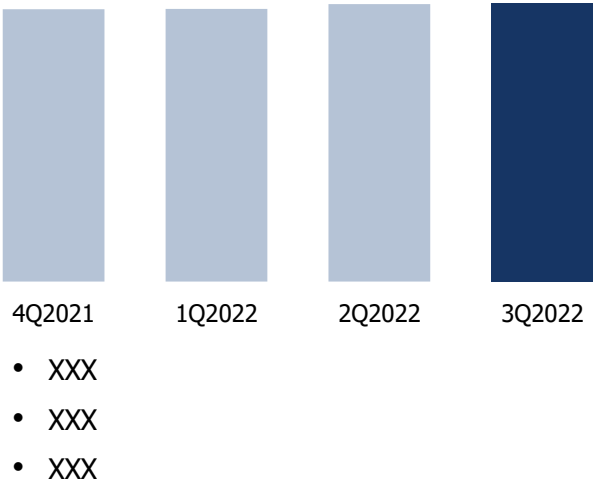


Динамика количества клиентов

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



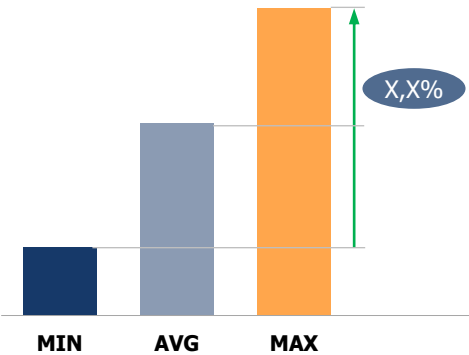
Динамика количества клиентов в банках-участниках, тыс. чел.



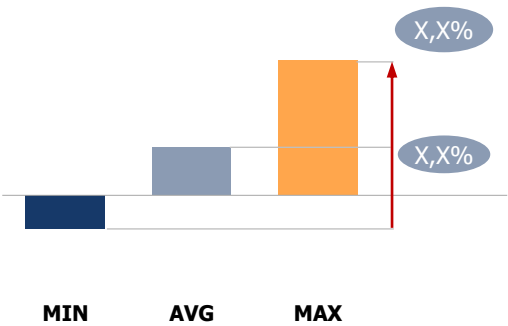
Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

Динамика активной клиентской базы (средние значения)

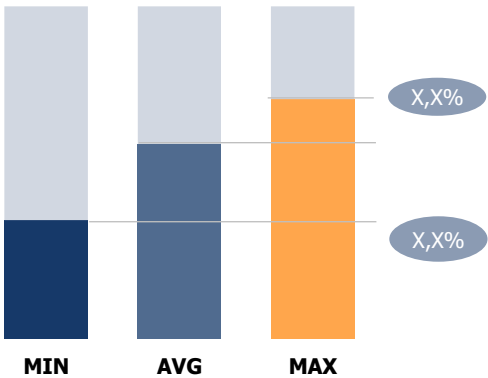
Прирост базы активных клиентов, 3Q2022/3Q2021, %



Прирост базы действующих клиентов, 3Q2022/3Q2021, %



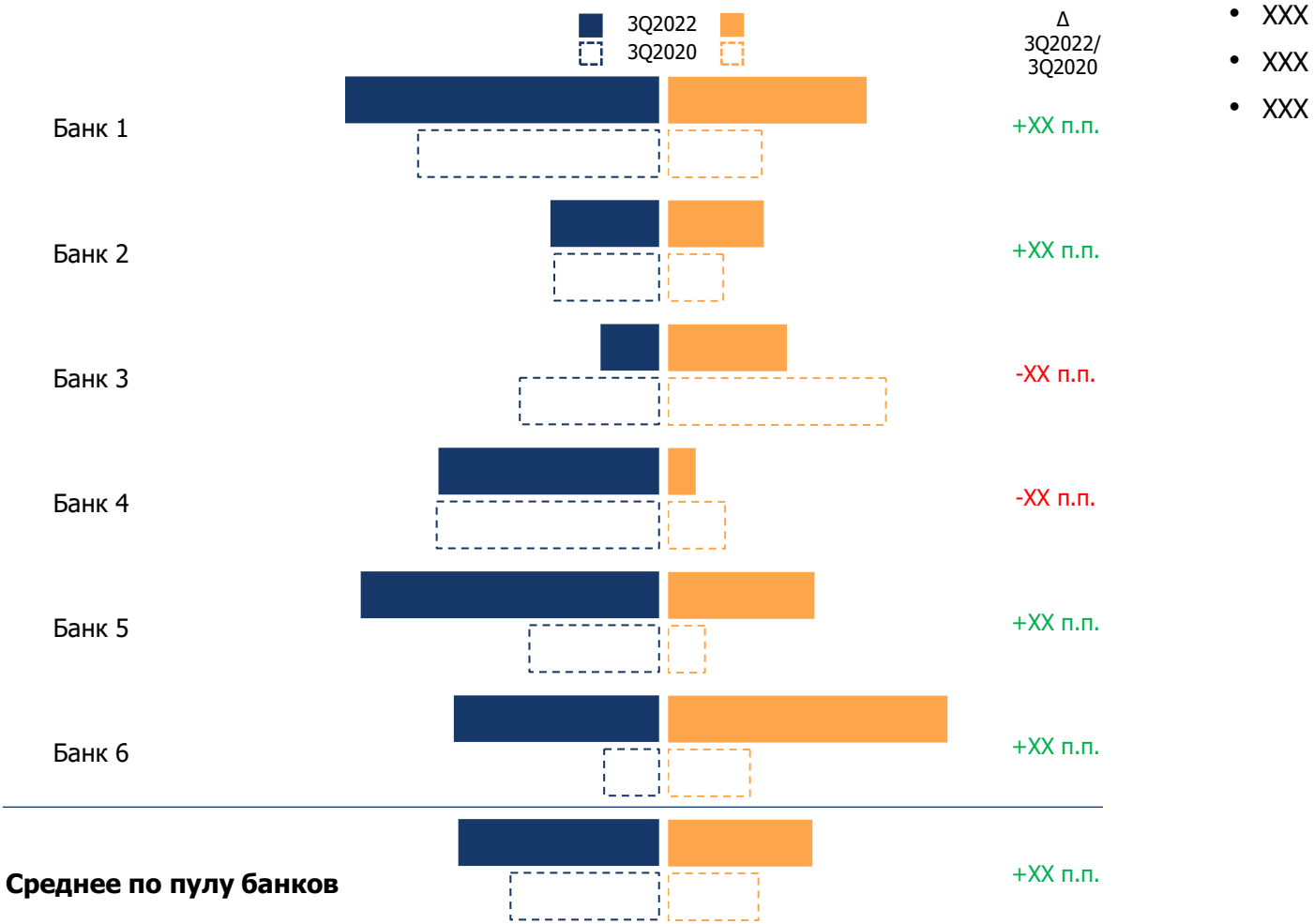
Доля активных клиентов в действующих, 3Q2022, %



XXX

Коэффициенты выдач и оттока действующих кредитных карт

Коэффициенты* выдач новых карт и оттока карт, %

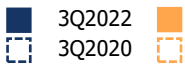


*Выданные и выбывшие карты к портфелю на текущий период

Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

Коэффициенты выдач и оттока действующих кредитных карт (средние значения)

Коэффициенты* выдач новых карт и оттока карт, %



Δ
3Q2022/
3Q2020

- XXX
- XXX
- XXX

MAX



+XX п.п.

AVG



+XX п.п.

MIN

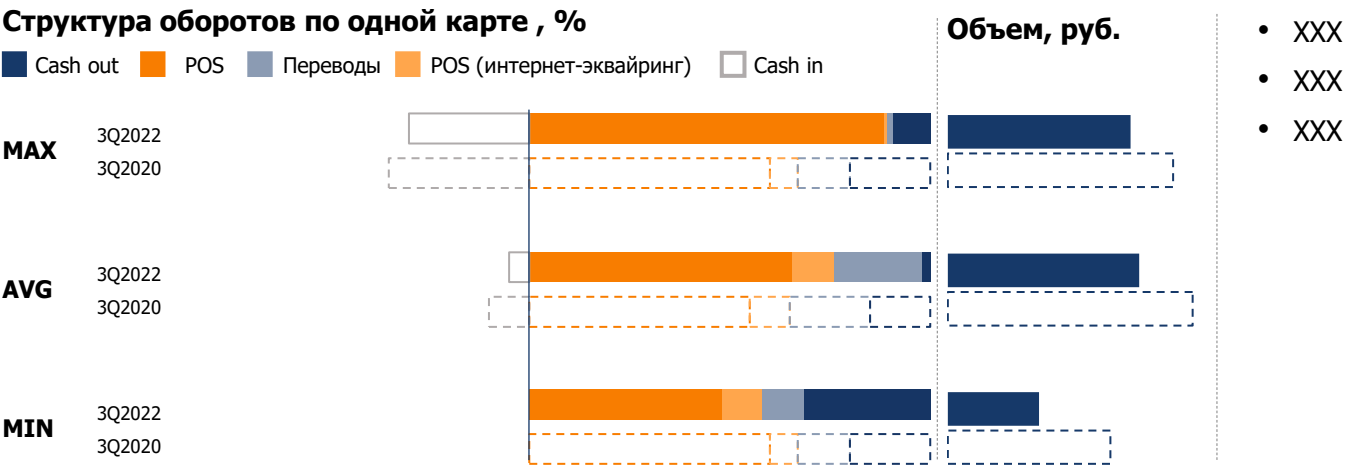


-XX п.п.

*Выданные и выывшие карты к портфелю на текущий период

Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

Структура транзакций по картам (средние значения)



*Отношение объема видов транзакций к общему объему расходных операций

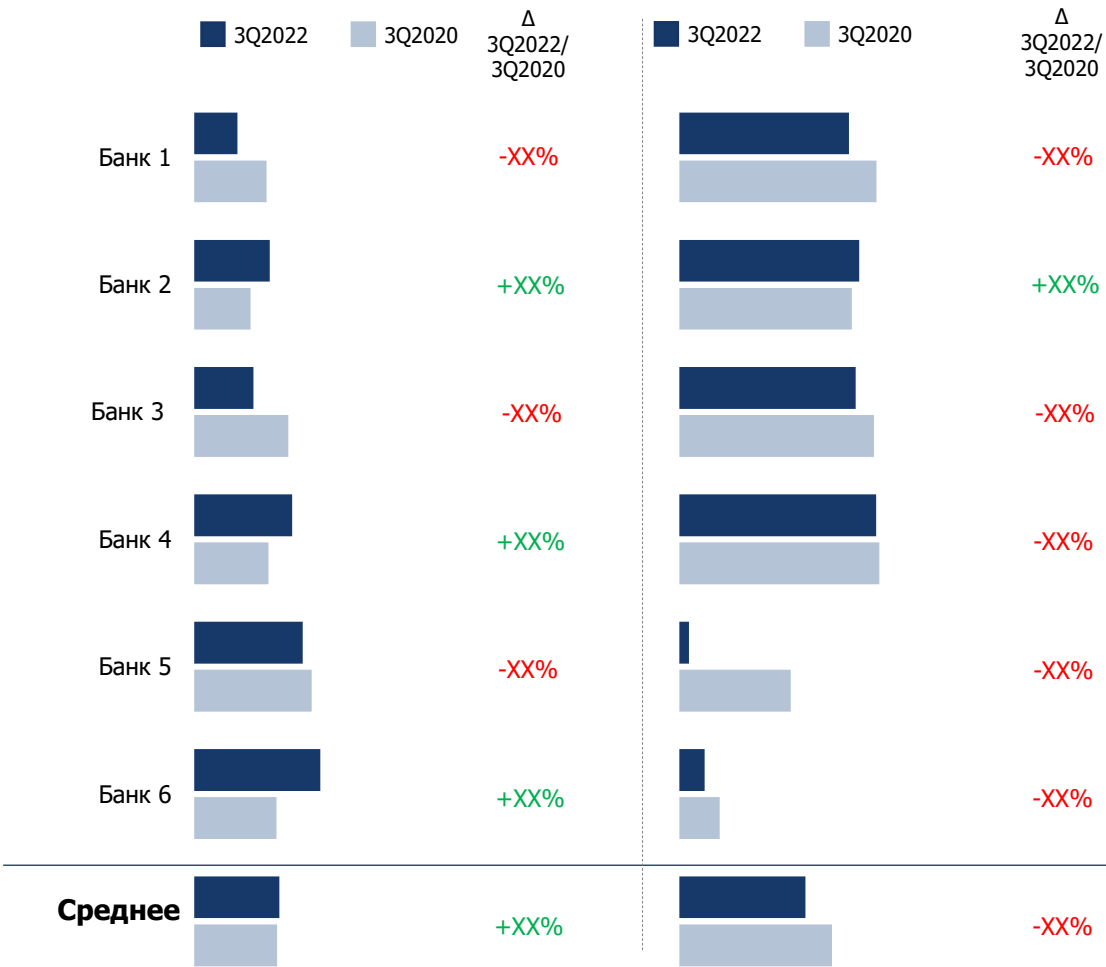
Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

Средний чек и частота пополнений

Средний чек пополнений, руб.

Частота пополнений, в месяц

- XXX
- XXX
- XXX

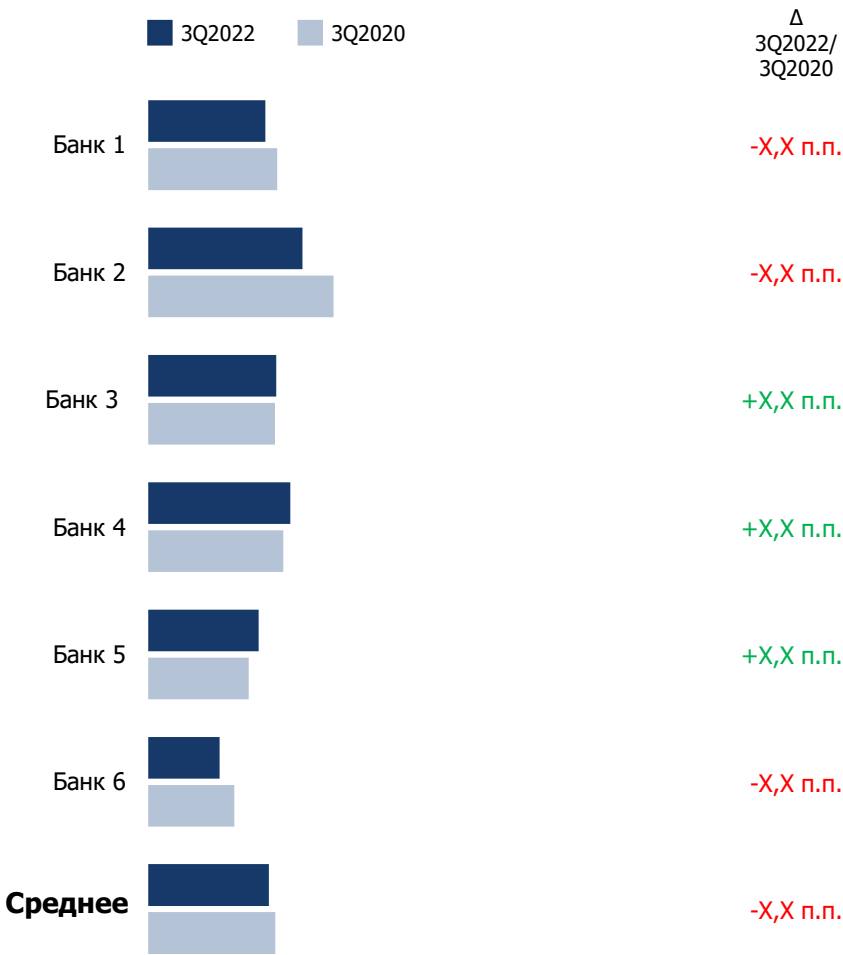


Статистика по активным кредитным картам.
Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

Кросс-селл: проникновение в продукты

Проникновение (общее), %

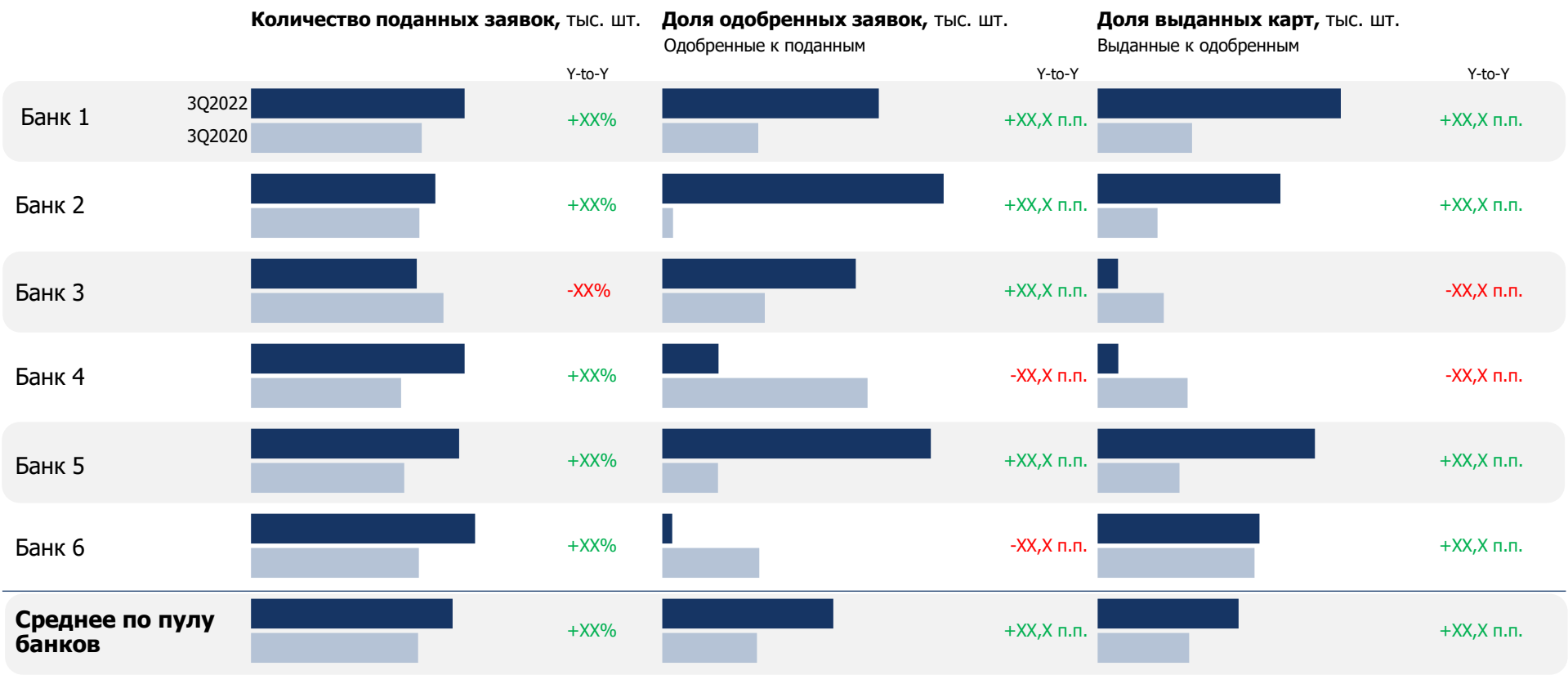
- XXX
- XXX
- XXX



Статистика по активным кредитным картам.
Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

Количество поданных заявок на оформление кредитной карты за 2 года ...

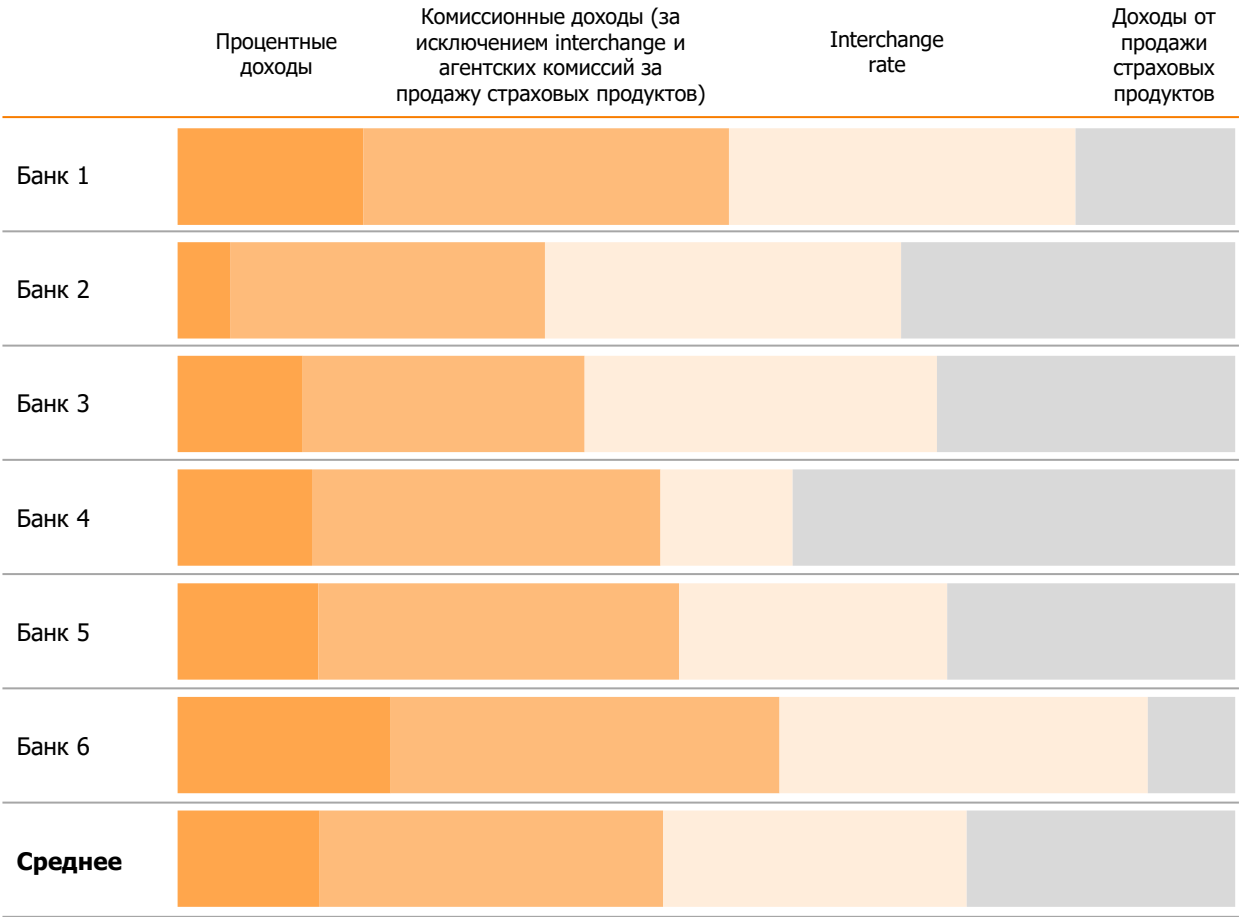
Показатели рынка продаж кредитных карт, тыс. шт.



Текст

Финансовая эффективность кредитных карт

Структура валового дохода, %



- XXX
- XXX
- XXX

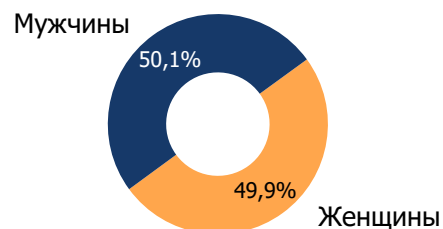
Источник: Frank RG, данные банков на 01.10.2022

8 Анализ предпочтений активных клиентов – держателей кредитных карт (Voice of the Customer)

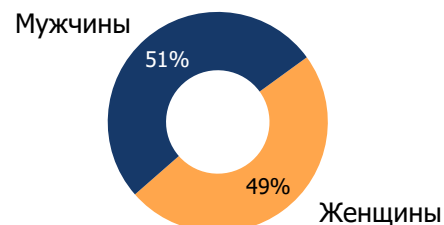
Социально-демографические характеристики выборки (1/2)

Распределение по полу

Участники опроса

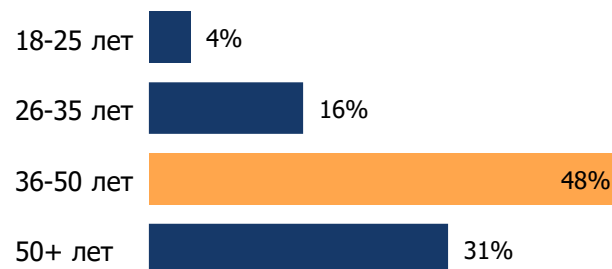


Генеральная выборка (занятое население, Росстат)

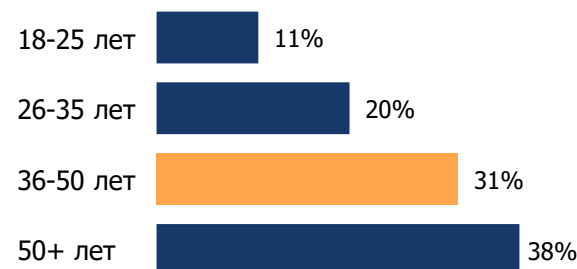


Распределение по возрасту

Участники опроса



Генеральная выборка (Росстат)

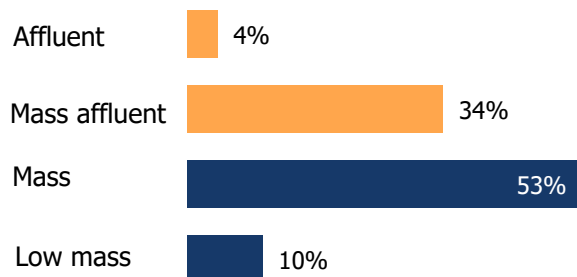


- В структуре выборки клиентского опроса держателей кредитных карт 50,1% мужчин и 49,9% женщин, что незначительно отличается от состава занятого населения по данным Росстат — 51% мужчин и 49% женщин.
- Возрастное распределение респондентов приближено к распределению Росстата: значительное различие встречается в группе от 36 до 50 лет и в группе от 50 лет. Это не должно сместить результаты опроса, поскольку население старше 50 лет менее активно пользуются банковскими услугами, когда как клиенты от 26 до 50 активно пользуются и интересуются банковскими картами и их reward-программами.

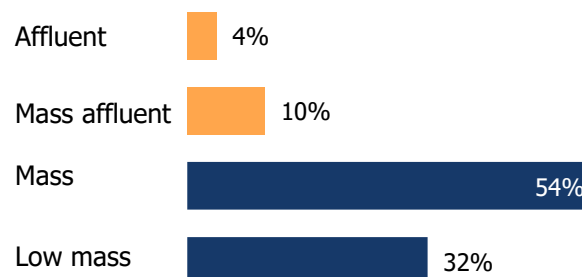
Социально-демографические характеристики выборки (2/2)

Распределение по уровню дохода

Участники опроса



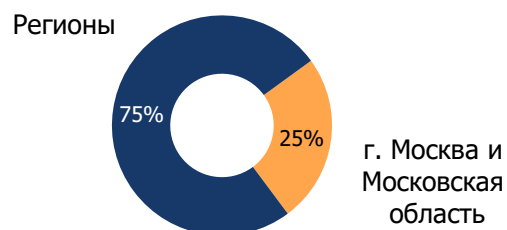
Генеральная выборка (Росстат)



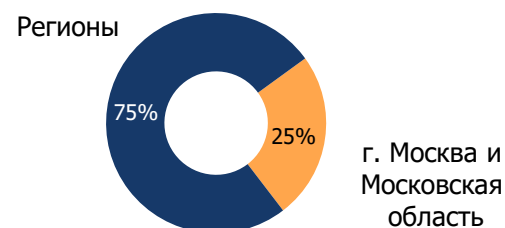
- В распределении клиентов по сегментам по доходам выборка исследования имеет значимые отклонения в сторону слабой представленности массовых низкодходных клиентов. С другой стороны, именно более высокодоходные клиенты составляют основу клиентской базы банков, формируя основной источник баланса и доходных статей.
- В рамках географического распределения значения генеральной выборки по общему количеству выданных банковских карт совпали с итоговой выборкой участников опроса.

Географическое распределение

Участники опроса



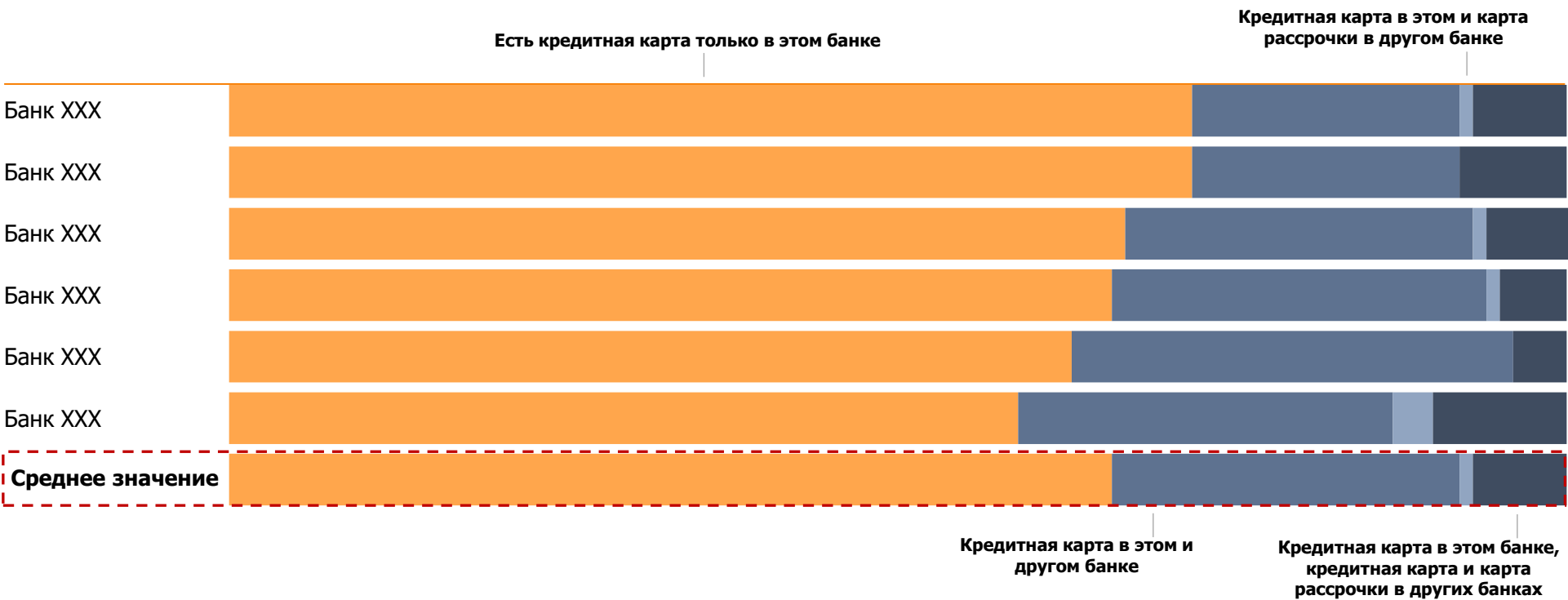
Генеральная выборка (общее количество выданных банковских карт, ЦБ РФ)



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

XXX активных клиентов имеют кредитные карты в нескольких банках

Есть ли у вас кредитная карта или карта рассрочки?, % от общего количества ответов

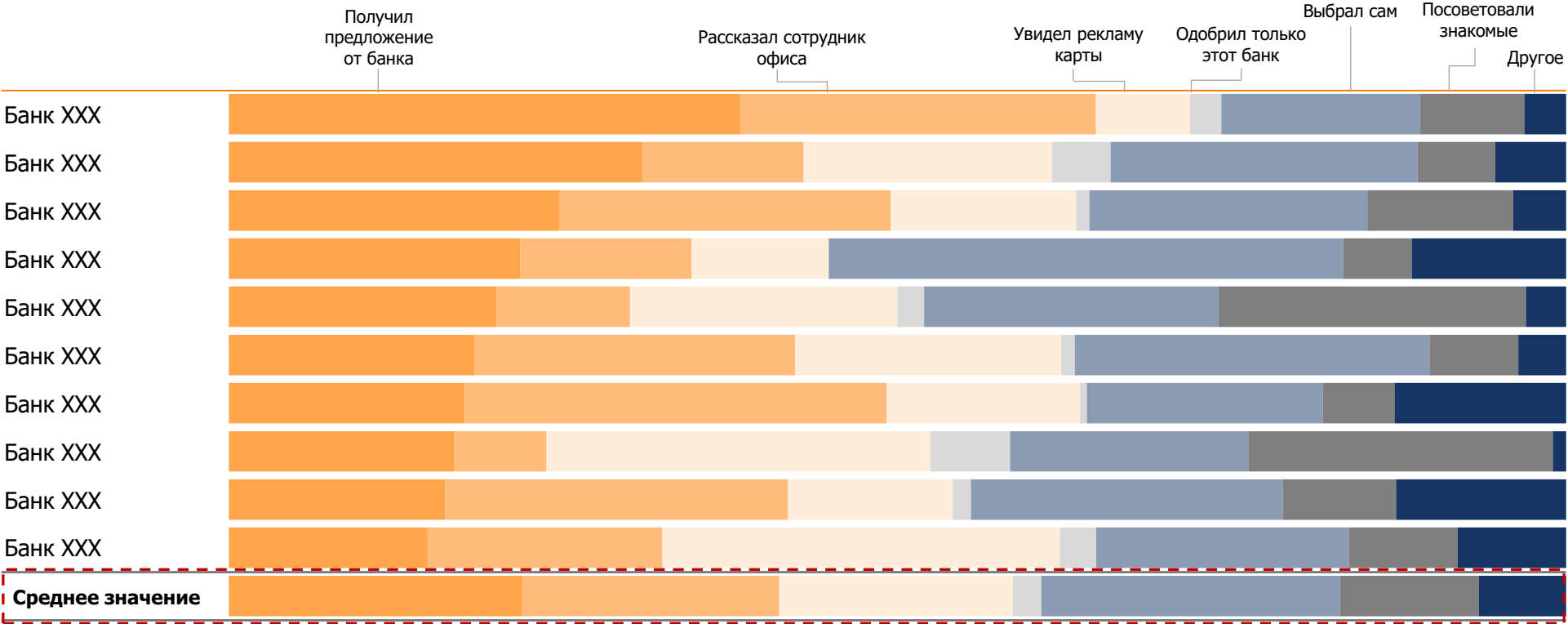


- XXX
- XXX

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

XXX – самый популярный канал привлечения

Как у вас появилась кредитная карта?, % от общего количества ответов



- XXX
- XXX
- XXX

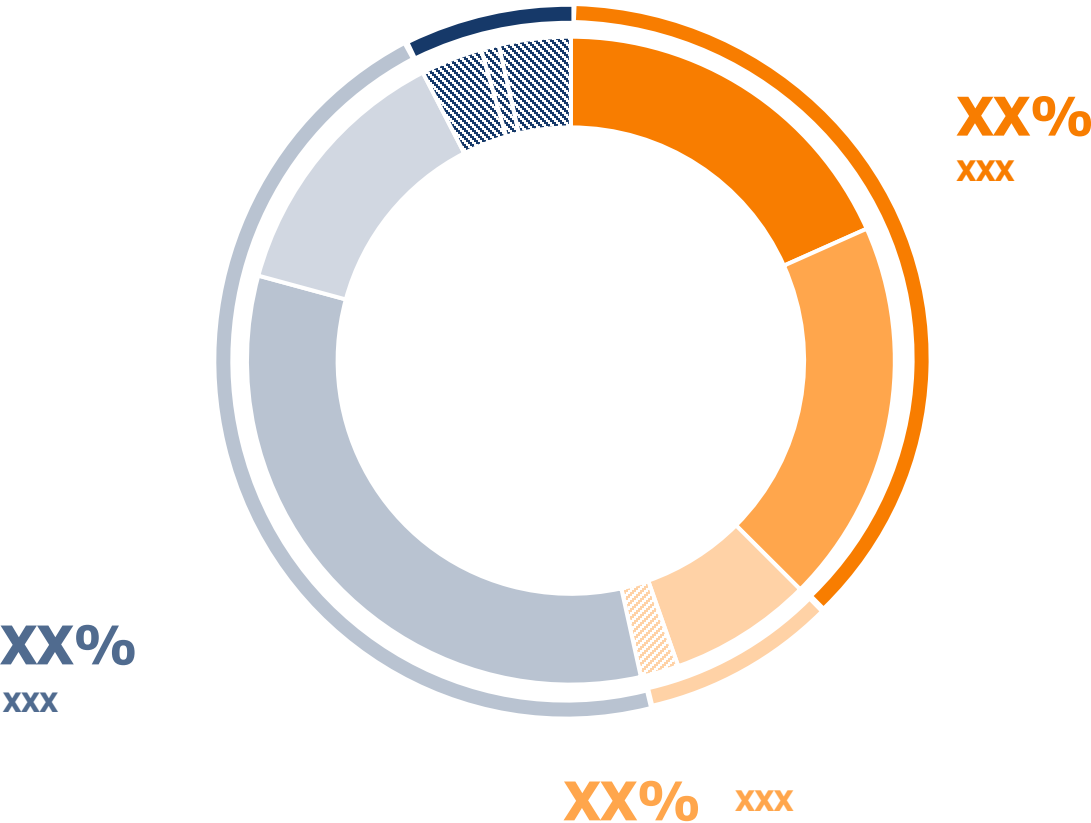
*Данные собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Только XX% кредитных карт оформляется с целью активных регулярных трат

С какой целью вы оформили кредитную карту?, % от общего количества ответов

XX% xxx

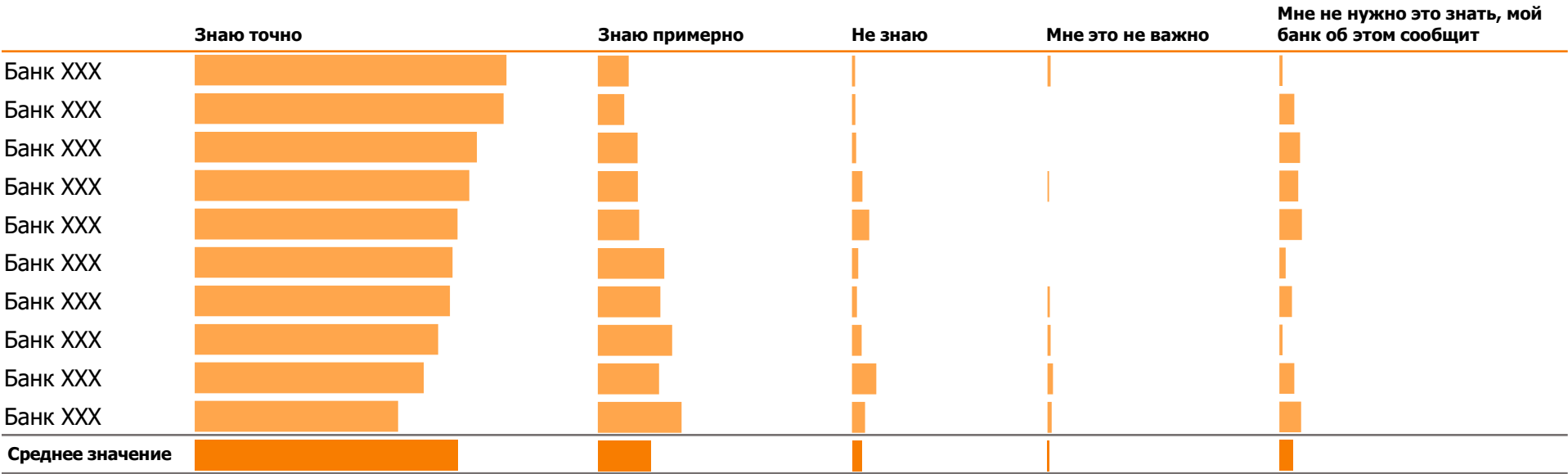
- XXX
- XXX
 - XXX
 - XXX



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г

Осведомленность об условиях по кредитной карте: ...

Осведомленность активных держателей кредитных карт о XXX в разрезе банков-участников, % от общего количества ответов



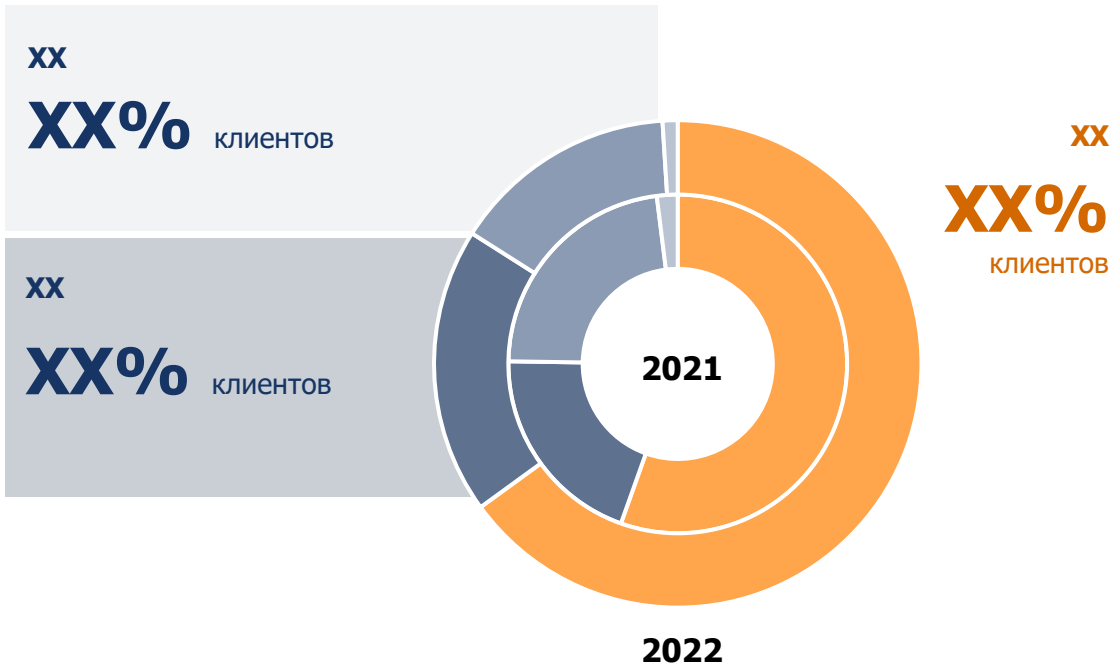
- XXX
- XXX

*Данные собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

XX% клиентов считают, что укладываются в грейс-период

Как вы погашаете кредит по своей кредитной карте?, % от общего количества ответов

- XXX
- XXX
- XXX



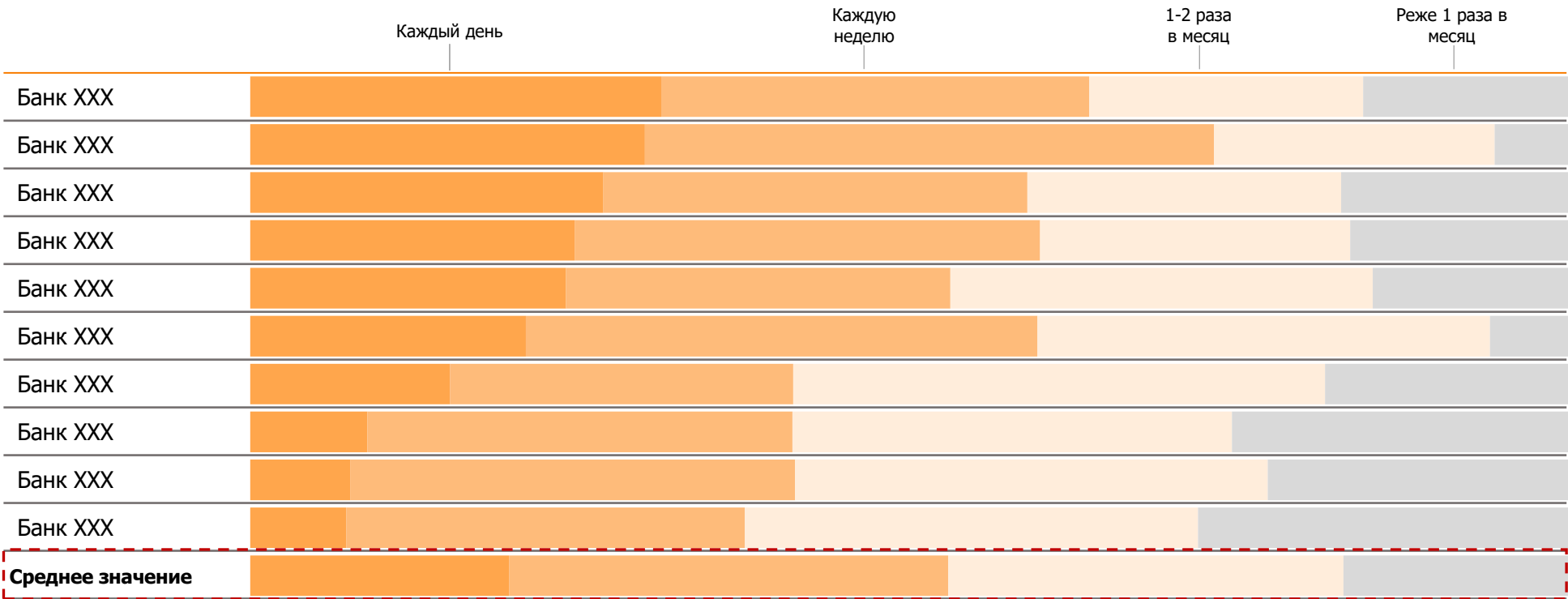
XXX

Из интервью с экспертами банков

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

В банке XXX самая низкая доля использующих карту для ежедневных покупок

Как часто вы делаете покупки (за счет кредитного лимита) по кредитной карте?, % от общего количества ответов



XXX

*Данные собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Факторы выбора кредитной карты: критерии важности в разрезе банков

Критерии важности при выборе кредитной карты

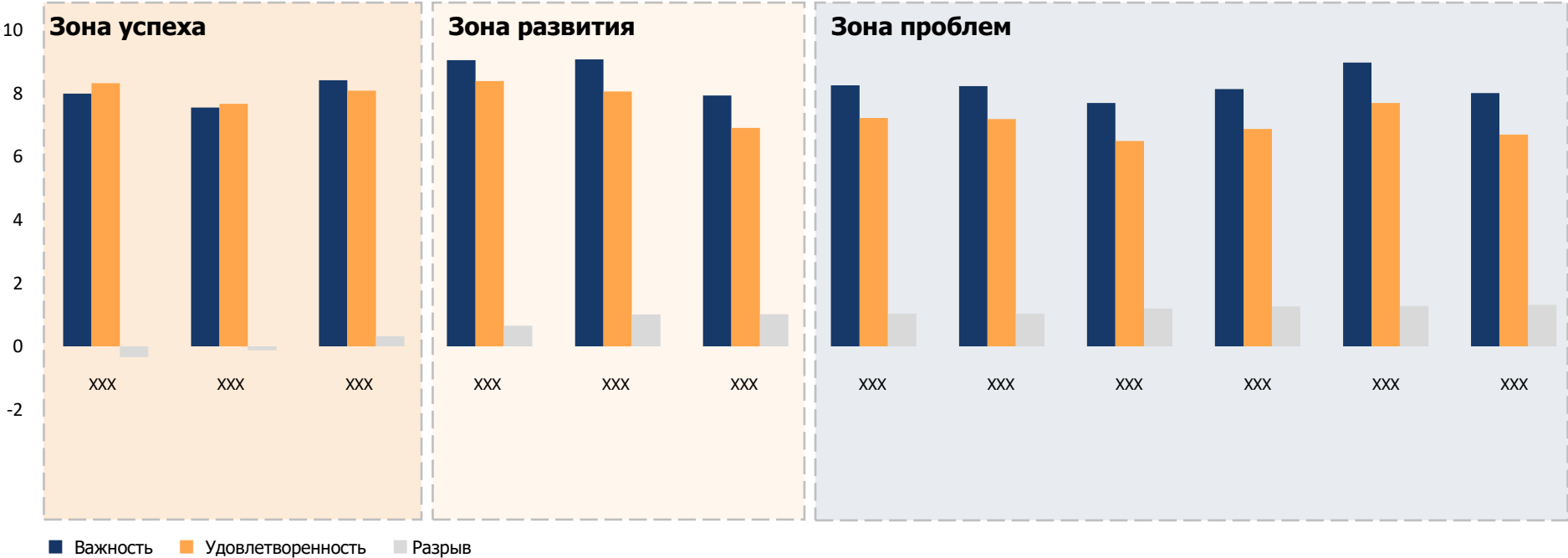
Критерий	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Среднее значение	Ранг важности критериев выбора
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	1
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	2
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	3
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	4
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	5
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	6
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	7
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	8
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	9
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	10
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	11
XXX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	12



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Анализ разрывов между оценками важности и удовлетворенности

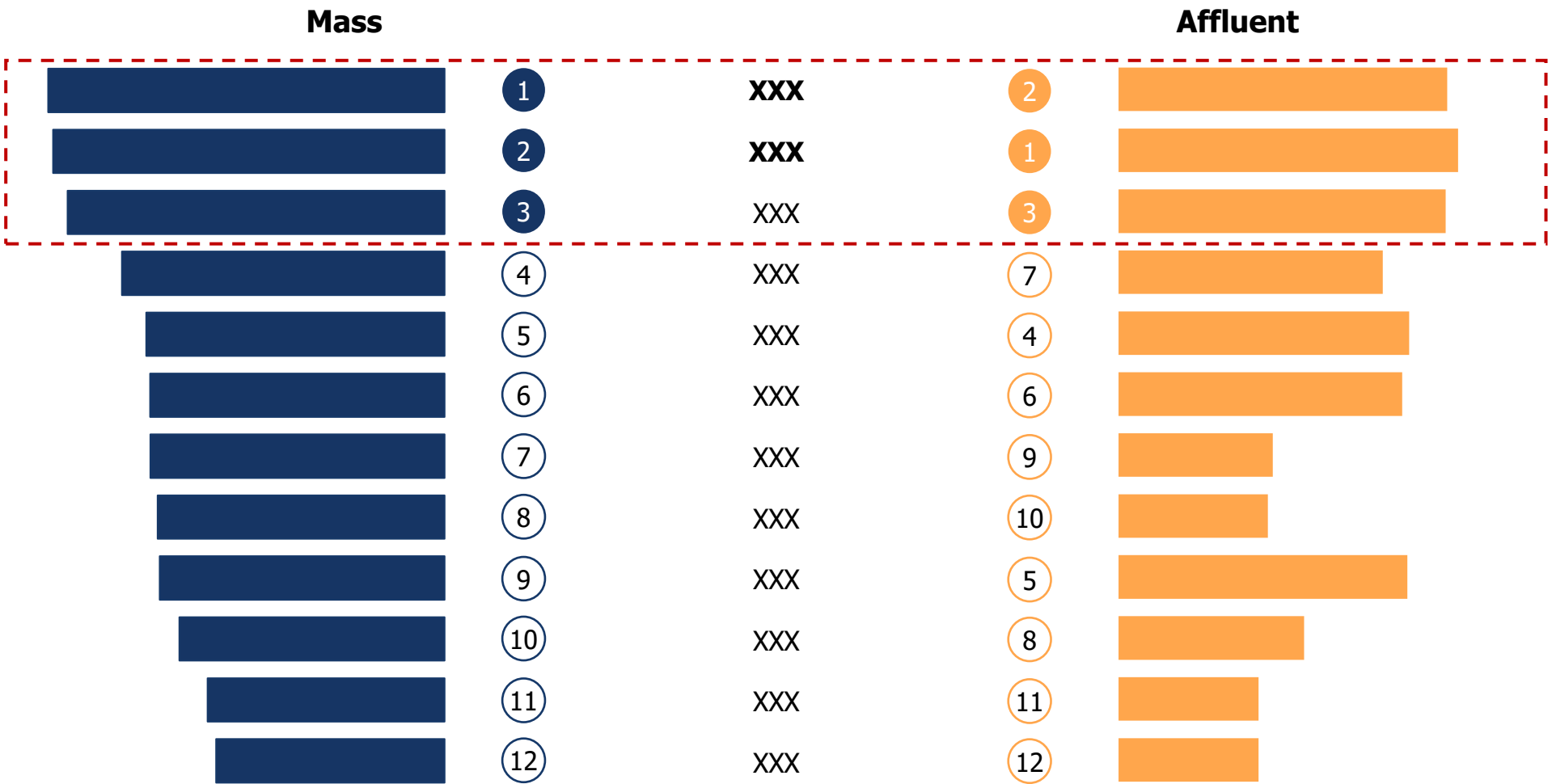
- XXX
- XXX
- XXX



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Разница в критериях выбора карты между сегментами ...

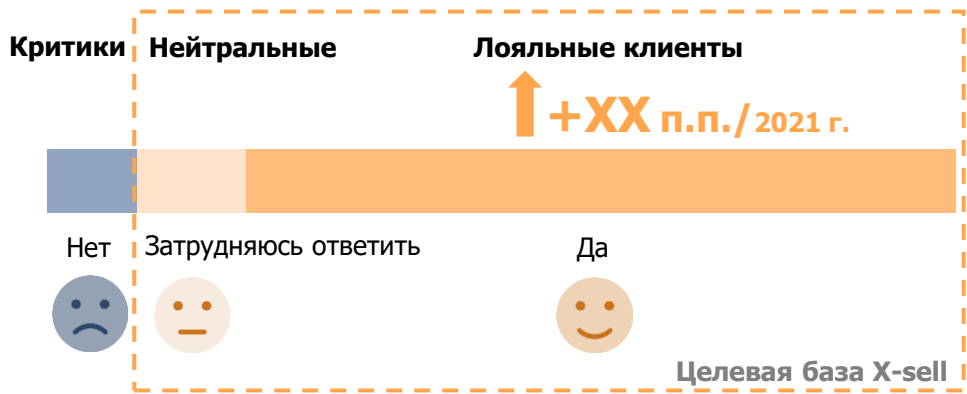
XXX



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

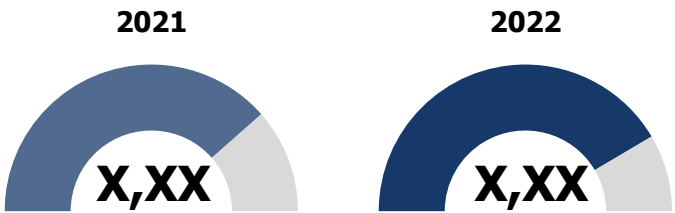
Процент рекомендаций и уровень удовлетворённости картой ...

Порекомендуете ли вы кредитную карту банка N друзьям?, %
от общего количества ответов



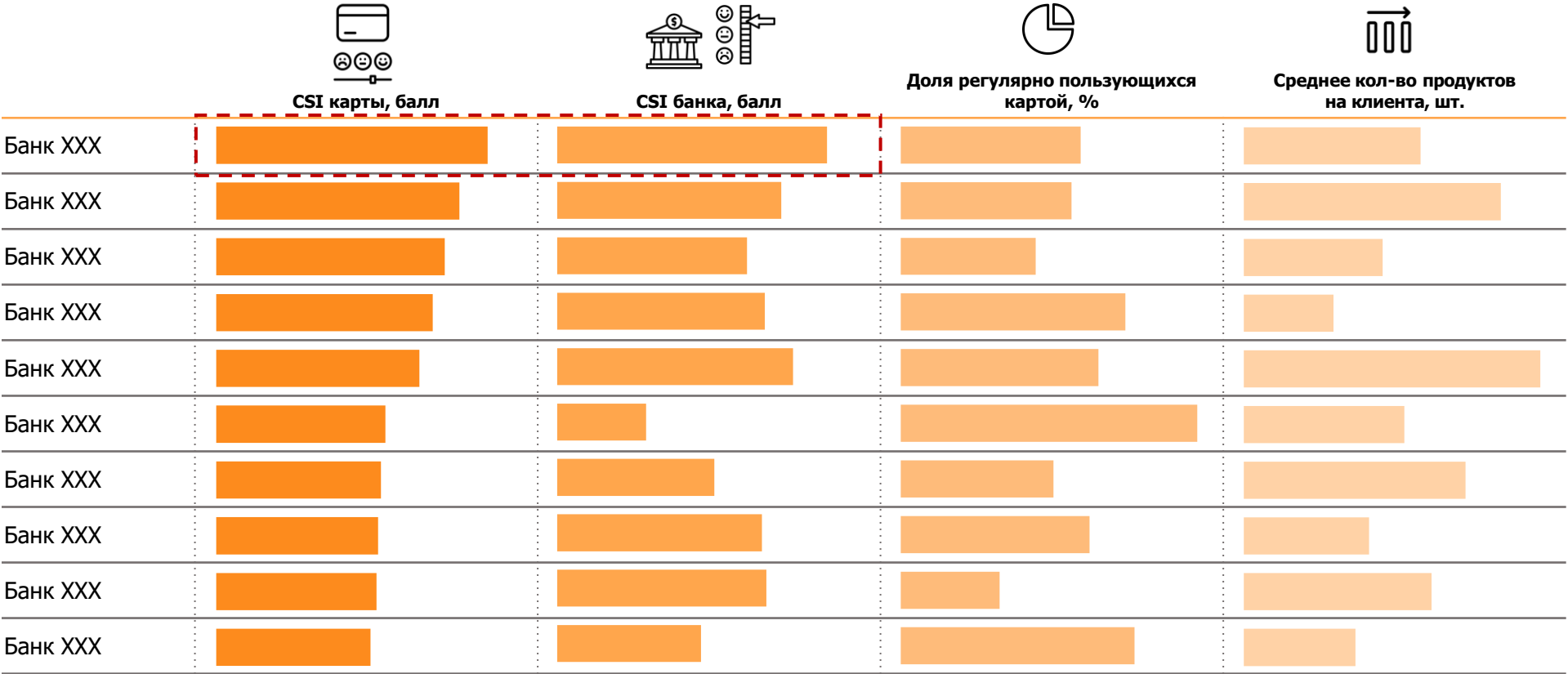
- XXX
– XXX
– XXX
- XXX
- XXX

Средний показатель удовлетворенности картой (CSI карты)



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Клиенты банка ХХ имеют самый высокий уровень удовлетворенности картой и сотрудничеством с банком



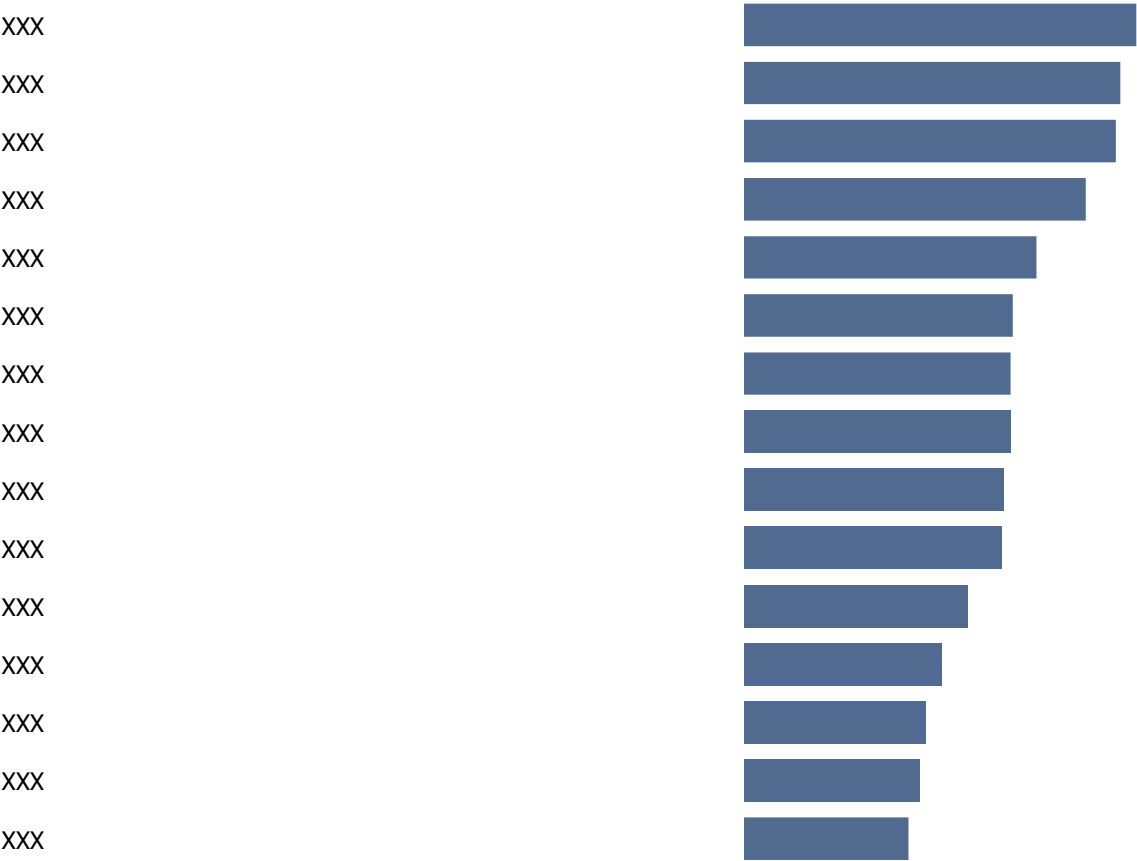
ХХХ

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

XXX – наиболее важный функционал приложения

Насколько для вас важны представленные функции мобильного приложения / интернет-банка для пользования кредитной картой?

Оценка важности по шкале от 1 до 10

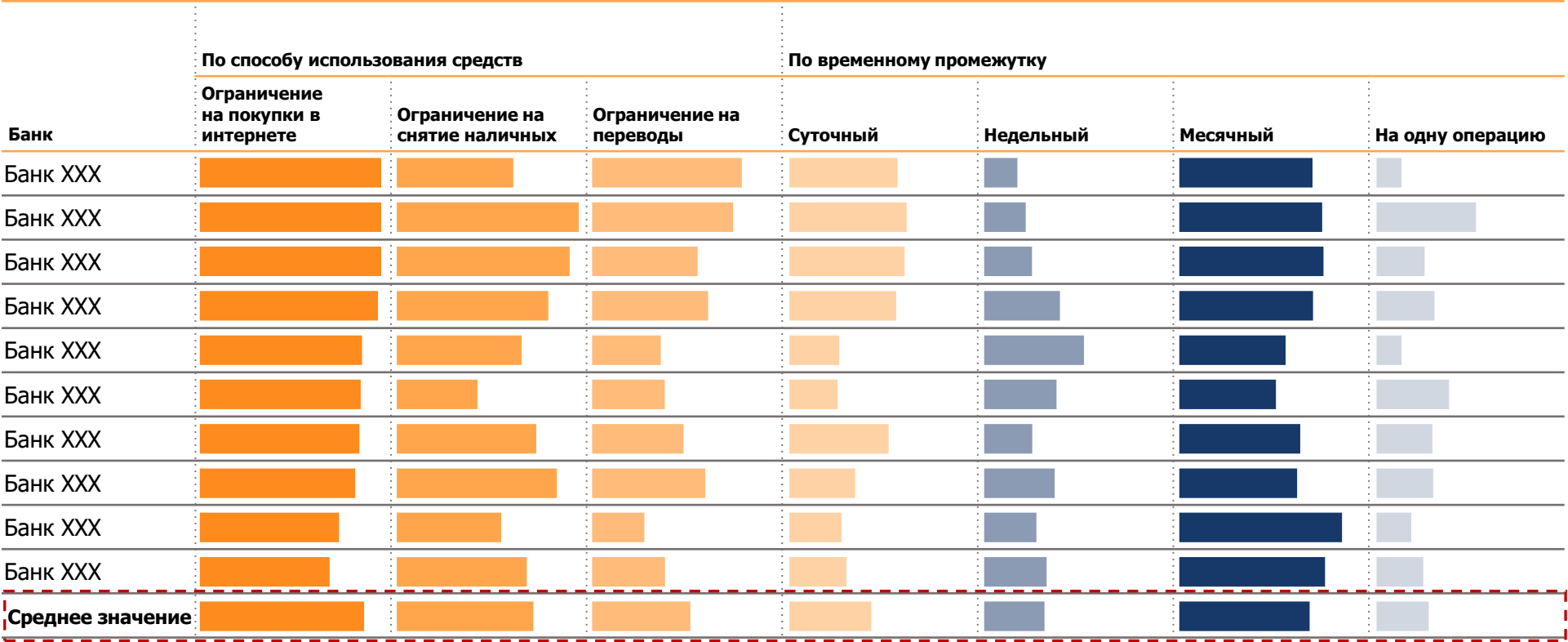


- XXX
- XXX
- XXX

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Самые востребованные лимиты по кредитным картам – на XXX

Какие лимиты вы устанавливаете/устанавливали бы?, % от клиентов, желающих устанавливать лимиты

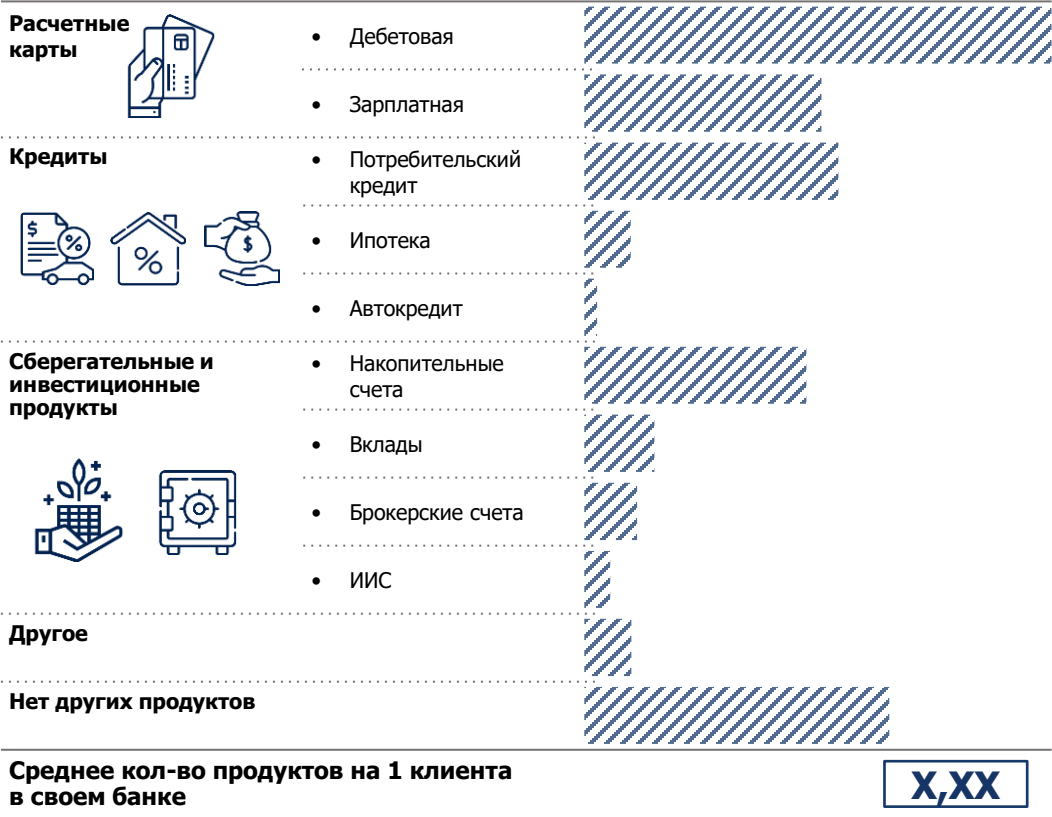


- XXX
- XXX
- XXX

*Данные собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Кросс-селл...

Есть ли у вас действующие банковские продукты в банке? % от общего количества ответов

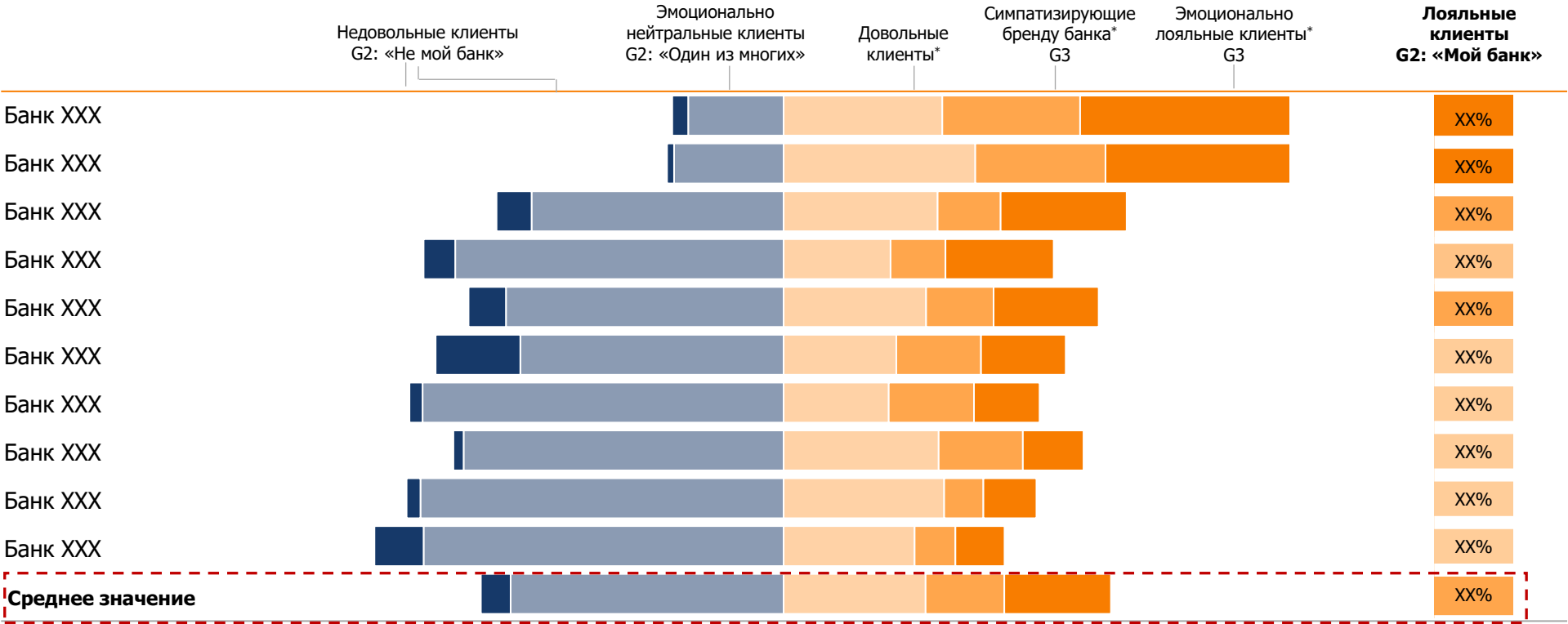


- XXX
- XXX
- XXX

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

Оценка клиентской лояльности: структура клиентской базы

Структура ответов держателей кредитных карт, %



- XXX
- XXX
- XXX

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей активных кредитных карт, 2022 г.

* См. методологию расчета на предыдущем слайде.

9 Актуальные вопросы управления портфелями кредитных карт (по итогам экспертных интервью)

Банки, принявшие участие в экспертных интервью

Список банков-участников	
	Альфа-Банк
	Азиатско-Тихоокеанский Банк
	Банк Санкт-Петербург
	Газпромбанк
	Кредит Европа Банк
	МТС Банк
	ОТП Банк
	Почта Банк
	Промсвязьбанк
	Райффайзен Банк
	Росбанк
	Сбербанк
	Совкомбанк
	Тинькофф Банк
	Уралсиб
	ФК Открытие
	НБКИ
	Скоринг Бюро

Тренды рынка в 2022 году



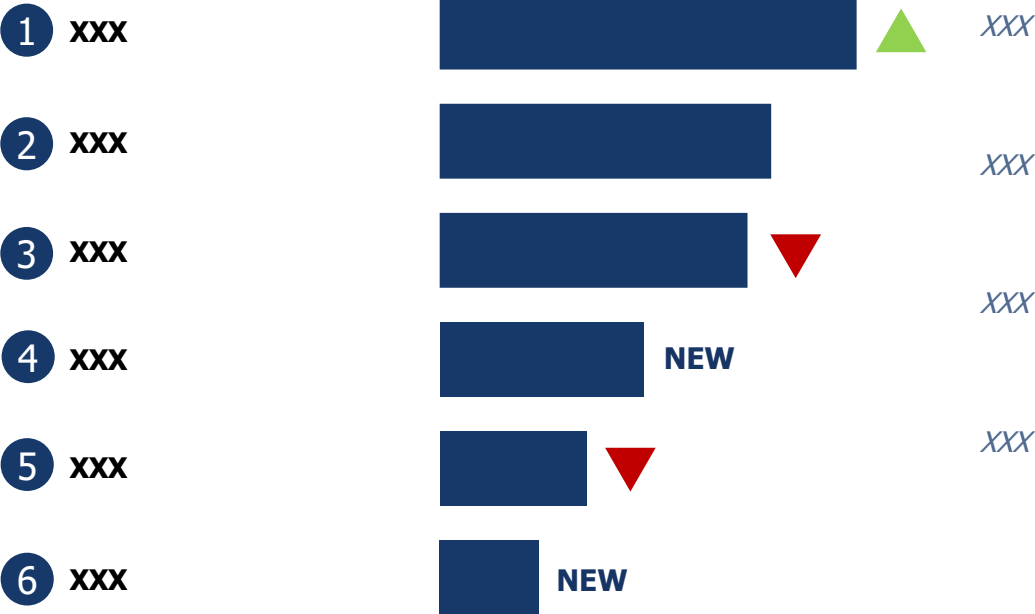
Эксперты банков-участников исследования

XXX – главный приоритет развития продукта в 2022 г.

XXX

XXX

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



Эксперты банков-участников исследования

Структура клиентской базы: фокус, приоритеты

XXX



XXX

XXX

Фокус клиентской базы при привлечении клиентов на кредитные карты

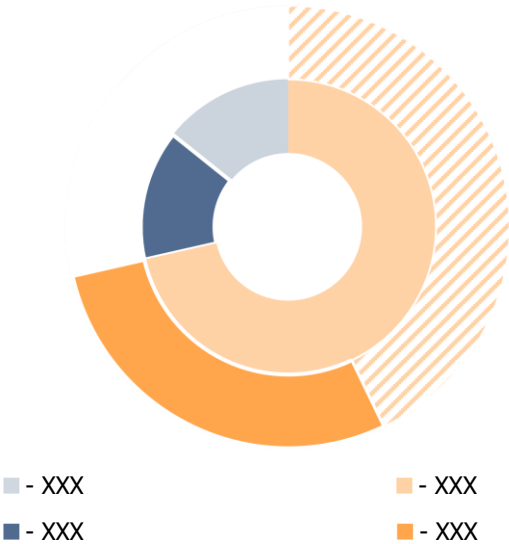
XXX

XXX

XXX

XXX

XXX



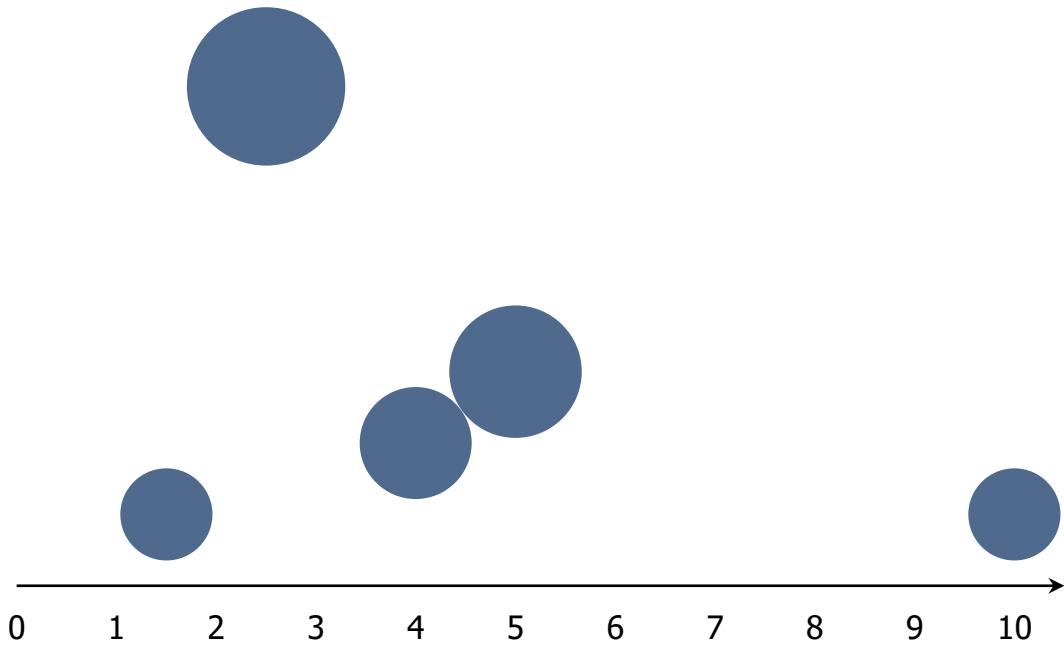
Средний срок жизни владельца кредитной карты с банком

XXX

X,X года

средний срок жизни клиента с банком по оценкам экспертов

Средний срок жизни владельца кредитной карты, распределение по частоте ответов



XXX

XXX

XXX

XXX

Эксперты банков-участников исследования

Банки хотят иметь рефинансирование среди продуктов ...

XXX

Есть ли в банке услуга рефинансирования?



- XXX
- XXX
- XXX
- XXX



XXX

XXX

XXX

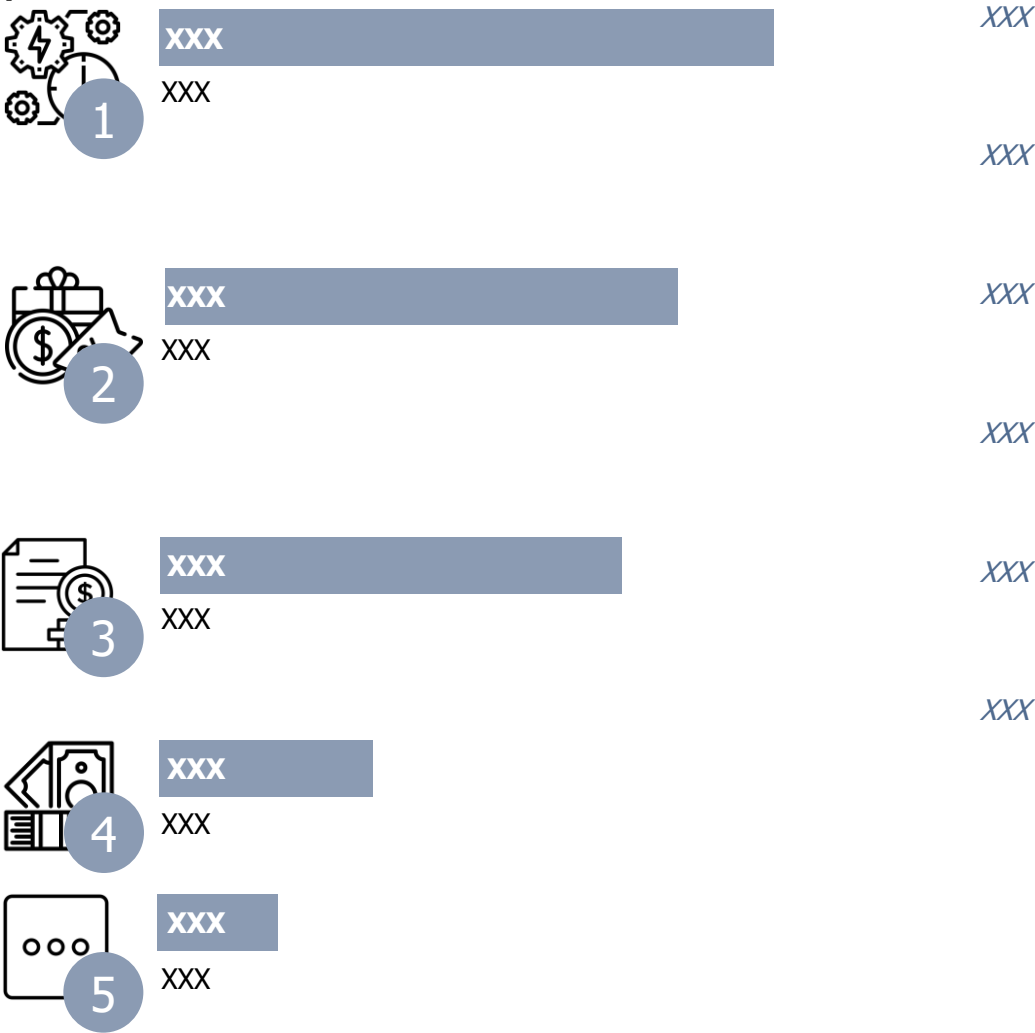
XXX

XXX

Эксперты банков-участников исследования

Фокус ценностного предложения банков – на XXX

Фокус ценностного предложения кредитных карт по числу упоминаний



Эксперты банков-участников исследования

10 Рейтинг кредитных карт

Содержание

1. Методология интегрального рейтинга
2. Номинации и победители Frank Credit Cards Award 2022
3. Интегральный рейтинг кредитных карт и рейтинги, включенные в номинации
4. Рэнкинги отдельных компонентов интегрального рейтинга:
 - Рейтинг клиентской удовлетворенности
 - Рейтинг удобства дистанционных каналов обслуживания
 - Рейтинг удобства клиентского пути
 - Рейтинг динамических показателей портфеля
 - Рейтинг тарифных условий
5. Рэнкинг выгоды кредитных карт
 - Рэнкинг общей выгоды
 - Рэнкинг выгоды reward-программ
 - Рэнкинг выгоды льготного периода

Методология расчета рейтинга кредитных карт

Рейтинг кредитных карт

Интегральный рейтинг

Расчет рейтинга банковских карт с reward-программами 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 кредитных карт. Получено и проанализировано свыше 2 000 полностью заполненных анкет.



Рейтинг кредитных карт: основные параметры рейтинга

Параметры интегрального рейтинга



Опрос клиентов держателей кредитных карт

- Удобство клиентского пути открытия кредитной карты на основании тайных покупок

Benchmark

- Показатели активности продаж, клиентов и портфеля кредитных карт в динамике

Дистанционное банковское обслуживание

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

Выгода

- Размер выгоды для клиента по кредитной 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 кредитной карты

Клиентский путь оформления карты

- Удобство клиентского пути открытия кредитной карты на основании тайных покупок

Номинации и победители Frank Credit Cards Award 2022

Победители в номинациях по интегральному рейтингу

№	Банк	Название карты	Номинация	Описание методики
1	 СБЕР БАНК	Кредитная СберКарта	Лучшая кредитная карта для массовых клиентов	Лидер интегрального рейтинга кредитных карт – сочетание выгоды для клиентов массового сегмента, комфортных тарифных условий, удобства дистанционных сервисов и клиентского пути, высоких бизнес-показателей и позитивного клиентского опыта.
2	 МТС БАНК	MTS CASHBACK 111 дней без %	Лучшая кредитная карта для состоятельных клиентов	Лидер интегрального рейтинга кредитных карт – сочетание выгоды для высокодоходных клиентов, комфортных тарифных условий, удобства дистанционных сервисов и клиентского пути, высоких бизнес-показателей и позитивного клиентского опыта.

Победители в номинациях по компонентам интегрального рейтинга

№	Банк	Номинация	Описание методики
3	 росбанк	Выбор клиента	Лидер рейтинга клиентского опыта, объединяющего наивысшую оценку удовлетворенности продуктом и самую высокую долю клиентов, готовых рекомендовать карту, а также высокий уровень регулярно пользующихся картой клиентов среди участников исследования.
4	 Тинькофф Банк	Самый удобный клиентский путь оформления карты	Лидер рейтинга удобства клиентского пути, включающего скорость, удобство и позитивный опыт оформления кредитной карты по результатам тайных покупок.
5	 СБЕР БАНК	Самое удобное мобильное приложение для держателей кредитных карт	Лидер рейтинга функционала мобильных приложений для держателей кредитных карт по результатам исследования Frank RG.
6	 Уралсиб	Самый динамичный рост портфеля	Лидер рейтинга бизнес-показателей, включающего динамику роста портфеля кредитных карт и клиентской базы за год, средний срок жизни клиента с банком и долю активных карт.

Интегральный рейтинг кредитных карт 2022

Интегральный рейтинг кредитных карт (1/2)

№	Банк	Название карты	VOC (20%)	Benchmark (20%)	Digital UX (15%)	Выгода (15%)	Тарифы (15%)	Клиентский путь (15%)	Рейтинг (100%)
1	XXX	XXX	A	B	A	B	A	C	XX,X%
2	XXX	XXX	A	C	C	B	B	A	XX,X%
3	XXX	XXX	A	D	C	A	B	A	XX,X%
4	XXX	XXX	A	A	D	D	C	A	XX,X%
5	XXX	XXX	A	D	C	C	C	A	XX,X%
6	XXX	XXX	A	C	D	C	B	A	XX,X%
7	XXX	XXX	A	C	B	C	D	A	XX,X%
8	XXX	XXX	E	C	C	D	C	A	XX,X%
9	XXX	XXX	B	D	B	D	C	A	XX,X%
10	XXX	XXX	E	C	C	D	C	A	XX,X%
11	XXX	XXX	A	D	D	E	B	C	XX,X%
12	XXX	XXX	A	D	C	C	C	C	XX,X%
13	XXX	XXX	A	D	C	D	C	C	XX,X%
14	XXX	XXX	A	D	C	C	B	D	XX,X%
15	XXX	XXX	E	C	C	C	C	B	XX,X%
16	XXX	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, 2022 г.

Рейтинг клиентской удовлетворенности

Методика расчета рейтинга клиентской удовлетворенности

Рейтинг клиентской удовлетворенности был рассчитан по трем показателям опроса активных клиентов-держателей кредитных карт, рассчитанным от максимального значения:

- Уровень удовлетворенности клиента картой банка составляет 40% рейтинга;
- Доля клиентов, готовых порекомендовать карту, занимает 40% веса рейтинга;
- Доля активных клиентов, пользующихся картой чаще одного раза в месяц, учитывается в рейтинге с весом 20%.

Значения показателей в банках

	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX	Банк XX
CSI карты банка, всего баллов	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX
Доля рекомендующих карту, %	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
Доля пользующихся картой (чаще чем раз в месяц для покупок), %	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%

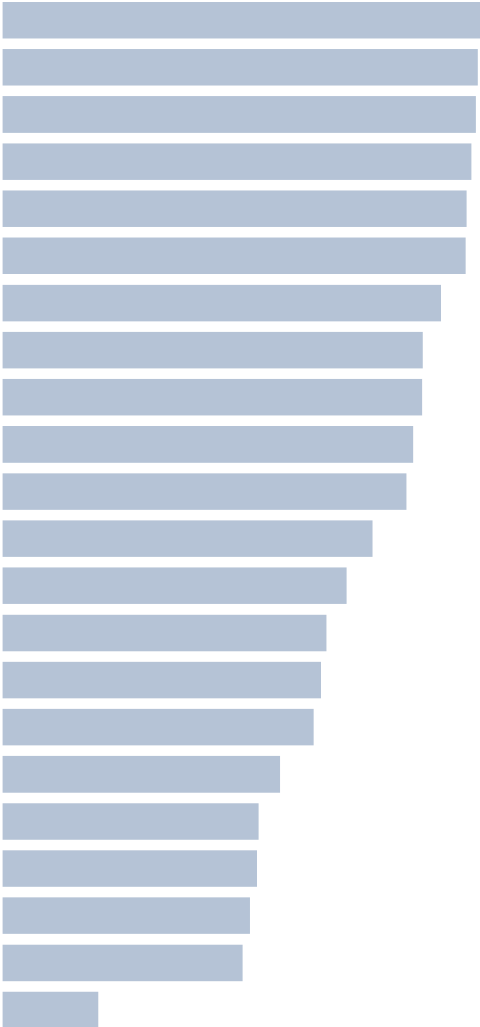
Рейтинг клиентской удовлетворенности

№	Банк	CSI карты банка	Доля рекомендующих карту	Доля пользующихся картой чаще раза в месяц	VOC Total
	Вес в итоговом рейтинге	40%	40%	20%	
1	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
2	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
3	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
4	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
5	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
6	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
7	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
8	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
9	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	
10	Банк XX	XX,X	XX,X	XX,X	

Источник: Frank RG, 2022 г.

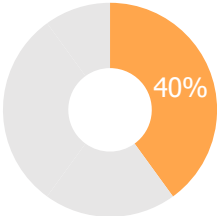
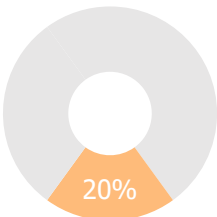
Рейтинг удобства клиентского пути

Тинькофф Банк – лидер рейтинга удобства клиентского пути оформления карты



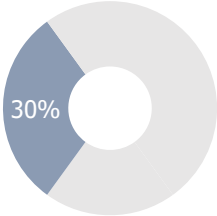
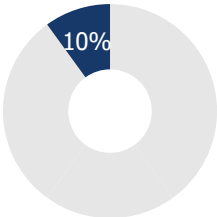
- XXX
- XXX
- XXX

Методика подсчета рейтинга клиентского пути (1/2)

Вес раздела рейтинга	Показатели	Критерий	Компонент
Оформление кредитной карты 	Заполнение заявки	2 балл - если онлайн; 1 балл - если онлайн+телефон; 0 баллов - если онлайн+отделение или форма обратного звонка	
	Помощь в заполнении через Госуслуги	0,5 балла - наличие	
	Счётчик одобрения	0,5 балла - наличие	
	Количество обязательных полей	1 балл - меньше среднего; 0,5 балла - среднее; 0 баллов - выше	
	Автозаполнение, подсказки во время подачи заявки	0,5 балла – наличие	
	Количество дополнительных полей	1 балл - меньше среднего; 0,5 балла - среднее; 0 баллов - выше	
	Дополнительные данные заполняются по телефону / в отделении	-0,5 балла - наличие	
	Страховка добавлена автоматически	-0,5 балла - наличие	
	Необходимые документы	1 балл - только паспорт; 0 баллов - дополнительный документ	
	Предодобрение заявки	1 балл - наличие	
Статус заявки 	Коммуникация по одобрению заявки	1 балл - наличие	
	Одобренная заявка не соответствует предодобренной	-0,5 баллов - наличие	
	Скорость рассмотрения заявки	1 балл - меньше часа; 0,5 балла - больше часа; 0 баллов - больше дня	
	Необходимость повторной подачи заявки	-0,5 балла - наличие	
	Дополнительные документы (подтверждение дохода)	-0,5 балла - если необходимо	

- скорость / длина пути, - удобство / вариативность каналов, - клиентский опыт

Методика подсчета рейтинга клиентского пути (2/2)

Вес раздела рейтинга	Показатели	Критерий	Компонент
Подписание договора и получение карты 	Подписание договора	1 балл - если онлайн; 0,5 балла - локация клиента; 0 баллов - локация банка	
	Кредитный договор не доставлен клиенту	-1 балл - если отсутствует	
	Возможность выбора способа получения карты	0,5 балла - наличие	
	Доставка	-0,5 балла - только отделение	
	Скорость доставки/получения карты	1 балл - на следующий день; 0,5 балла - в течение недели; 0 баллов - свыше недели	
	Наличие предложений других продуктов банка	1 балл - есть кросс-селл; -1 балл - если мисселл	
	Болевые точки: неправильно оформлены документы, перенос встречи с курьером	-0,5 балла - наличие	
Активация карты 	Активация карты	1 балл - автоматическая активация; 0,5 балла - в дистанционном канале; 0 баллов - в отделении	
	Смс-информирование	-0,5 балла - подключение по умолчанию; 0,5 балла - подключение в приложении (опция не активирована по умолчанию); 0 баллов - при подписании договора	
	Оmnikanальность	0,5 балла - наличие	

 - скорость / длина пути,
  - удобство / вариативность каналов,
  - клиентский опыт

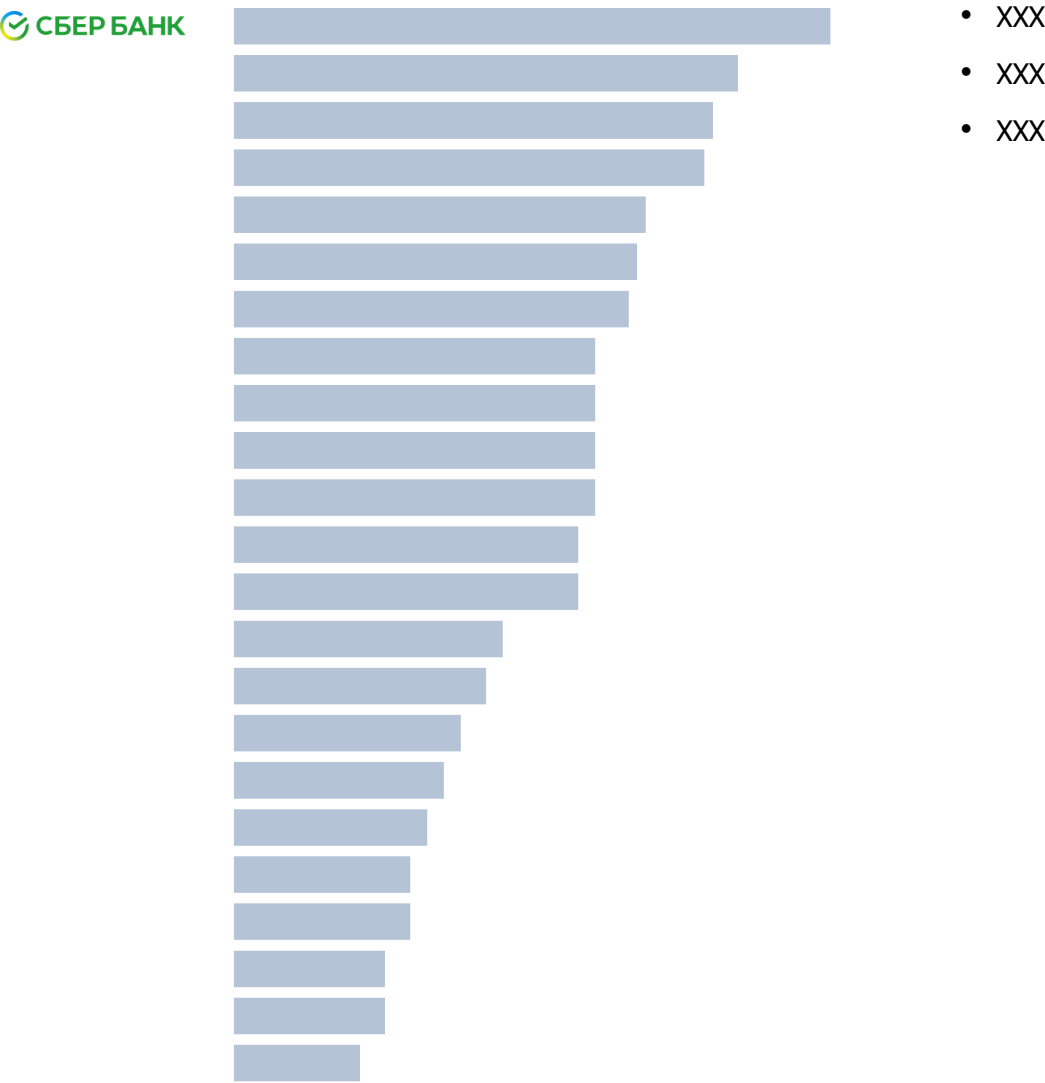
Подсчет компонентов клиентского пути (1/4)

Компоненты, влияющие на клиентский путь в разделах, баллы

Раздел	Max																						
Оформление кредитной карты	6,5	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X	X,X
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%
Заполнение заявки	2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Помощь в заполнении через Госуслуги	0,5	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Счётчик одобрения	0,5	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Количество обязательных полей	1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Автозаполнение, подсказки	0,5	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Количество дополнительных полей	1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Доп. данные заполняются сотрудником банка	0	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Страховка добавлена автоматически	0	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Необходимые документы	1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

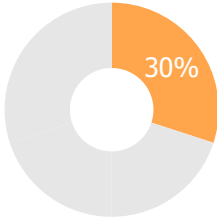
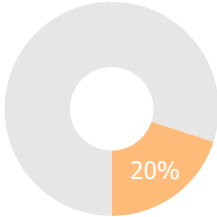
Рейтинг удобства ДБО

СберБанк – лидер рейтинга дистанционного банковского обслуживания

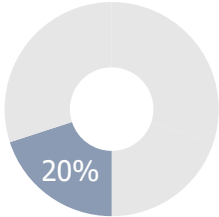
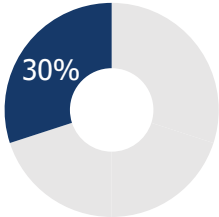


Источник: Frank RG, 2022 г.

Методика подсчета рейтинга дистанционного банковского обслуживания (1/2)

Вес раздела рейтинга	Показатели	Критерий
Управление доступностью, безопасностью карты 	Возможность скрыть/показать баланс карты/карту	1 балл - наличие
	Защита карты, страхование задолженности	0,5 балла - наличие
	Возможность установить лимиты на операции	1 балл - наличие
	Возможность заблокировать карту	1 балл - наличие
	Смена/установка пин-кода	1 балл - наличие
	Возможность переименовать карту	0,5 балла - наличие
	Автопогашение задолженности	1 балл - наличие
Лимиты 	На снятие наличных	0,5 балла - наличие
	На покупки в офлайн магазинах	0,5 балла - наличие
	На покупки в интернете	0,5 балла - наличие
	Запрет на онлайн транзакции без подтверждения по СМС	0,5 балла - наличие
	Наличие инструкций по установке лимитов	0,5 балла - наличие
	Отображение лимита графически (прогресс бар или пай чарт)	0,25 балла - наличие
	Отображение лимитов текстом	0,25 балла - наличие

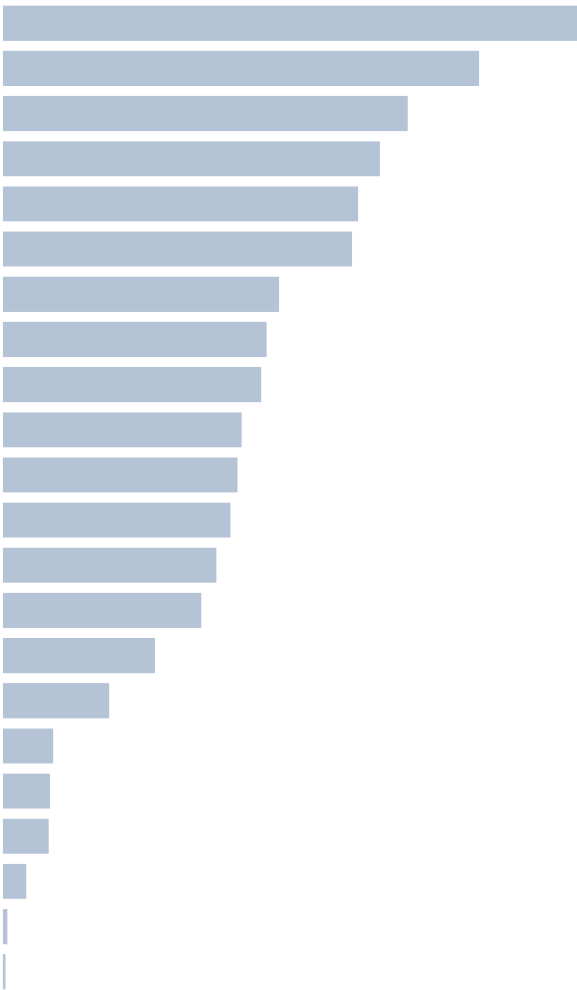
Методика подсчета рейтинга дистанционного банковского обслуживания (2/2)

Вес раздела рейтинга	Показатели	Критерий
Операции по кредитной карте 	Бесплатное пополнение с карт других банков	1 балл - наличие
	Оплата или пополнение по QR-коду	1 балл - наличие
	Оплата ЖКУ без комиссии	0,5 балла - наличие
	Ограничение возможности оплаты в интернете	0,5 балла - наличие
	Возможность привязать карту другого банка для пополнения кредитной карты	1 балл - наличие
Кредитная составляющая 	Информация о механике льготного периода	1 балл - наличие
	Сроки внесения оплаты для сохранения льготного периода	1 балл - наличие
	Необходимость внесения минимального платежа	1 балл - наличие
	Размер минимального платежа	1 балл - наличие
	Рассрочка для всех покупок	0,5 балла - наличие
	Партнерская рассрочка	0,5 балла - наличие
	Указана ли комиссия за операцию	0,5 балла - наличие
	Разделение средств на заемные и собственные	1 балл - наличие

Рейтинг динамических показателей портфеля

Уралсиб – лидер рейтинга динамических показателей портфеля

Уралсиб



- XXX
- XXX
- XXX
- XXX

Методика расчета рейтинга динамических показателей портфеля

Рейтинг динамического роста портфеля был рассчитан по четырем показателям benchmark-исследования, равновзвешенным по 25%:

- Динамика портфеля кредитных карт по отношению к 2021 году оценена в % от максимума;
- Для того, чтобы избежать влияние экстремальных значений, показатели динамики розничной клиентской базы по отношению к предыдущему периоду сравниваются с медианным значением по пулу участников и ранжирована по следующей методике:
 - В случае отрицательной динамики показатель равен 0;
 - Показатели, превышающие медианное значение (принимаемого за 50% оценки) более, чем в 3 раза, приравнены к 100%;
 - В 2 раза превышающие медиану значения равны 90%;
 - Во всех остальных случаях показатель делится на двойное значение медианы.
- Средний срок жизни розничного клиента с банком рассчитывается от максимального значения.
- Доля активных карт в выданных считается как отношение количества действующих карт к активным в % от максимума.

Значения показателей в банках

Динамика портфеля КК, YoY	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Динамика активной клиентской базы КК, YoY	XX%	—	XX%	—	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	—	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	—	XX%	—	—	XX%
Средний срок жизни розничного клиента с банком, лет	X,XX	X,XX	X,XX	—	—	X,XX	X,XX	—	—	X,XX	X,XX	—	X,XX	X,XX	—	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	X,XX	—	—	—	X,XX
Доля активных карт в выданных	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%

Рейтинг динамических показателей портфеля

	Банк	Динамика портфеля КК	Динамика розничной клиентской базы*	Средний срок жизни розничного клиента	Доля активных карт в выданных	Итоговый рейтинг
№	Вес в итоговом рейтинге	25%	25%	25%	25%	Σ100%
1	 Уралсиб	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
2	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
3	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
4	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
5	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
6	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
7	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
8	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
9	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
10	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
11	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
12	XXX	XX%	—	XX%	XX%	XX%
13	XXX	XX%	—	XX%	XX%	XX%
14	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
15	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
16	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
17	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
18	XXX	XX%	—	XX%	XX%	XX%
19	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
20	XXX	XX%	—	XX%	XX%	XX%
21	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
22	XXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%

*На основании ранжированного распределения в соответствии с методикой
Источник: Frank RG, 2022

Рейтинг удобства тарифных условий кредитных карт

Рейтинг удобства тарифных условий кредитных карт (1/2)

	Карта	Льготный период	Стоимость карты	Ставки	Reward-программы	Кредитный лимит	Снятие наличных (заем. ср-ва)	График платежей	Аквизиция клиента	Дебетовая сторона	Фишки карты	Итоговый рейтинг
№	Вес в итоговом рейтинге	16%	14%	12%	11%	11%	9%	8%	7%	6%	6%	Σ100%
1	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
2	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
3	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
4	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
5	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
6	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
7	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
8	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
9	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
10	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
11	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
12	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
13	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
14	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
15	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
16	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%
17	XXX	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%	XX,X%

Источник: Frank RG, 2022 г.

Сравнительная оценка условий кредитных карт с длинным грейс-периодом (1/5)

Аквизиция клиента													● - наличие ● - наличие с ограничениями ○ - отсутствие									
Заявка на сайте / в приложении	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
Доставка карты	●	○	●	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
Информирование об условиях	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●
Стоимость карты																						
Стоимость услуг													● - бесплатно ○ - выше среднего уровня ● - ниже среднего									
Стоимость выпуска карты	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●*	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Стоимость обслуживания (в год)	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
Стоимость СМС-информирования (в год)	○	●	●	●	●	○	○	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●
Дополнительные условия													● - наличие / бесплатно ○ - отсутствие ● - сниженная стоимость									
Возможность бесплатного СМС-информирования	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Наличие бесплатной альтернативы СМС (Push)	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Наличие условий бесплатного обслуживания	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Опциональность условий по подписке	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Методика сравнения удобства обслуживания кредитных карт

Принципы сравнения и оценки. Методология

- В основе оценки – сравнение тарифных условий кредитных карт.
- Показатели сравнения сгруппированы в 10 тематических разделов, каждый из которых представляет собой критерий выбора кредитной карты клиентом. В составе каждого раздела от 1 до 10 показателей, оцениваемых в баллах. Перечень показателей, а также принципы присвоения баллов приведены на следующей странице.
- Расчёт ведется по каждому разделу в баллах и в процентах от максимально возможного количества баллов (процент успешности). Затем процент успешности умножается на вес раздела в комплексной оценке. Сумма процентов успешности по всем разделам, взвешенная по доле раздела в комплексной оценке, представляет собой интегральную оценку удобства условий карты (в %).
- Вес каждого раздела рассчитан на основе балльной оценки важности и приоритетности данного критерия при выборе кредитной карты держателями кредитных карт, определенной в ходе проведенного Frank RG онлайн-опроса свыше 3000 активных держателей кредитных карт банков.

Компоненты рейтинга

#	Раздел оценки (по убыванию важности)	Вес раздела в оценке	Оценка критерия важности клиентами
1	Льготный период	16%	
2	Стоимость карты	14%	
3	Процентная ставка	12%	
4	Reward-программа	11%	
5	Кредитный лимит	11%	
6	Снятие наличных	9%	
7	График платежей	8%	
8	Пользование собственными средствами	7%	
9	Получение карты	6% - экспертная оценка	- н/д
10	Уникальные «фишки» карты	6% - экспертная оценка	- н/д
		100%	

Источник: Frank RG, онлайн-опрос 2000+ активных держателей кредитных карт, 2022 г.

Показатели сравнения, максимальные баллы и критерии оценивания (1/3)

№	Раздел рейтинга	Показатель	Максимальное кол-во баллов	Описание методологии сравнения
1	Аквизиция клиента	Заявка на сайте / в приложении	1	Наличие = 1 балл
		Доставка карты	2	2 балла = доставка в любые локации; 1 балл = доставка в ограниченный список городов; 0 баллов = доставка в отделения
		Информирование об условиях	2	2 балла = с деталями и механиками; 1 балл = только основные условия; 0 баллов = не все условия есть на сайте
ИТОГО по разделу			5	
2	Стоимость карты	Стоимость выпуска карты	3	3 балла = бесплатно; 1 балл = стоимость в диапазоне от 0 до средней стоимости по выборке; 0 баллов = плата выше среднего
		Стоимость обслуживания карты (в год)	3	3 балла = бесплатно; 1 балл = стоимость в диапазоне от 0 до средней стоимости по выборке; 0 баллов = плата выше среднего
		Стоимость СМС-информирования (в год)	3	3 балла = бесплатно; 1 балл = стоимость в диапазоне от 0 до средней стоимости по выборке; 0 баллов = плата выше среднего
		Возможность бесплатного смс-информирования (условия)	1	Наличие = 1 балл
		Наличие бесплатной альтернативы смс-информированию (push-уведомления)	1	Наличие = 1 балл
		Наличие условий бесплатности обслуживания	1	Наличие = 1 балл
		Опциональность условий по подписке	1	Наличие = 1 балл
ИТОГО по разделу			9	
3	Reward-программы	Подключение к карте программы вознаграждений	1	1 балл = бесплатно; 0,5 баллов = платно; 0 баллов = отсутствие
		Улучшение условий reward-программ по подпискам	1	Наличие = 1 балл
		Стимулирование транзакционной активности условиями reward-программы	2	по 1 баллу за каждую опцию: уровни программы, минимальный порог трат
ИТОГО по разделу			4	
4	Ставки	Минимальная процентная ставка	2	2 балла = минимум по выборке; 1 балл = меньше среднерыночной; 0 баллов = выше среднерыночной
		Максимальная процентная ставка	2	2 балла = минимум по выборке; 1 балл = меньше среднерыночной; 0 баллов = выше среднерыночной
		Широта применения минимальной % ставки	2	2 балла = на всех клиентов; 1 балл = для нишевых клиентов (зарплатные, пенсионные и т.п.); 0,5 баллов = для узких категорий (на отдельные покупки)
ИТОГО по разделу			6	

Показатели сравнения, максимальные баллы и критерии оценивания (2/3)

№	Раздел рейтинга	Показатель	Максимальное кол-во баллов	Описание методологии сравнения
5	Льготный период	Минимальный эффективный срок льготного периода	2	2 балла = максимум по выборке; 1 балл = равно или выше среднего значения на рынке (28 дней); 0 баллов = ниже среднего значения
		Максимальный срок льготного периода	3	3 балла = максимум по выборке; 1 балл = равно или выше среднего значения на рынке (120 дней); 0 баллов = ниже среднего значения
		Увеличенный грейс в первый период	1	Наличие = 1
		Сгорание увеличенного грейса в первый период	0	0 баллов = первый период сохраняется независимо от дальнейших покупок; -0,5 баллов = для погашения задолженности следующих периодов необходимо сначала погасить задолженность за первый период
		Условия подключения льготного периода	1	Бесплатно = 1 балл
		Широта применения льготного периода на покупки	1	1 балл = во всех ТСП; 0 баллов = только у партнеров
		Распространение льготного периода на операции снятия наличных	1	Наличие = 1 балл
		Распространение льготного периода на операции рефинансирования	1	Наличие = 1 балл
		Распространение льготного периода на операции переводов	1	Наличие = 1 балл
		Возобновление льготного периода	2	2 балла = после каждой покупки; 1 – ежемесячно; 0 баллов = после формирования полной суммы задолженности и погашения
		Опциональность условий льготного периода (опция рассрочки на действующей кредитной карте)	1	Наличие = 1 балл
		Максимальный срок совершения покупок до окончания текущего грейс-периода	1	Доля в максимальном грейс-периоде: >0,5 = 1, <0,5 = 0
	ИТОГО по разделу		15	
6	График платежей	Ежемесячный минимальный платеж, в % к минимальному кредитному лимиту	2	2 балла = максимум по выборке; 1 балл = среднерыночное значение; 0 баллов = минимум по выборке
		Равномерное распределение долга на весь срок	1	Наличие = 1 балл
		Единовременное погашение всей суммы задолженности	1	Наличие = 1 балл
		Привязка платежного периода к календарному месяцу (расчет задолженности на 1 число месяца)	1	Наличие = 1 балл
	ИТОГО по разделу		3	

Показатели сравнения, максимальные баллы и критерии оценивания (3/3)

№	Раздел рейтинга	Показатель	Максимальное кол-во баллов	Описание методологии сравнения
7	Снятие наличных (заем. ср-ва)	Минимальная комиссия за снятие наличных в собственных банкоматах	1	1 балл = минимум по выборке; 0,5 баллов = среднерыночные размеры; 0 баллов = максимум по выборке
		Минимальная комиссия за снятие наличных в банкоматах других банков	1	1 балл = минимум по выборке; 0,5 баллов = среднерыночные размеры; 0 баллов = максимум по выборке
		Минимальная комиссия за снятие наличных в собственных банкоматах, %	1	1 балл = минимум по выборке; 0,5 баллов = среднерыночные размеры; 0 баллов = максимум по выборке
		Минимальная комиссия за снятие наличных в банкоматах других банков, %	1	1 балл = не отличается от снятия в собственных банкоматах; 0 баллов = отличается
		Условия комиссий за снятие наличных	1	1 балл = или рубли или %; 0 баллов = и рубли, и %
		Лимит бесплатного снятия наличных, в % к минимальному кредитному лимиту (собственные банкоматы)	2	2 балла = больше среднего значения; 1 балл = ниже среднего значения; 0 баллов = минимум
		Лимит бесплатного снятия наличных, в % к минимальному кредитному лимиту (банкоматы других банков)	1	1 балл = не отличается; 0 баллов = отличается
		Действие лимита бесплатного снятия наличных	1	1 балл = на весь период; 0,5 баллов = временно; 0 баллов = нет
	ИТОГО по разделу		9	
8	Кредитный лимит	Минимальный кредитный лимит	2	2 балла = максимум по выборке; 1 балл = равно или выше среднего значения по рынку (10 000 р.); 0 баллов ниже среднего
		Максимальный кредитный лимит	2	2 балла = максимум по выборке; 1 балл = равно или выше среднего значения по рынку (1 000 000 р.); 0 баллов ниже среднего
	ИТОГО по разделу		4	
9	Дебетовая сторона	Использование собственных средств по карте без комиссии	1	Наличие = 1 балл
	ИТОГО по разделу		1	
10	Фишки карты	Инновационные решения на рынке	2	По 1 баллу за каждую «фишку»
	ИТОГО по разделу		2	
ИТОГО по всем разделам			58	

Расчет рейтинговых баллов по карте

По каждой карте будет рассчитан

№	Раздел рейтинга	Показатель	Балльная оценка	Максимальное кол-во баллов	Процент успешности, %	Вес раздела	Итоговый рейтинг
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]
				Установлено методикой			
	ИТОГО по разделу		СУММ [4]	СУММ [5]	= СУММ ([4]) / СУММ ([5])	Установлен методикой	= [6] * [7]
	ИТОГО ПО ВСЕМ РАЗДЕЛАМ						СУММ([8])

Пример расчета рейтинга

№	Раздел рейтинга	Показатель	Балльная оценка	Максимальное кол-во баллов	Процент успешности, %	Вес раздела	Итоговый рейтинг
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]
1	Получение карты		1	1			
			0	2			
	ИТОГО по разделу		1	3	33%	6%	1,8%
2	Стоимость карты		2	3			
			1	1			
				...			
	ИТОГО по разделу		6	10	86%	14%	12%
...	...		1	2			
			1	1			
			0	2			
				...			
	ИТОГО по разделу		2	10	20%	16%	3%
	ИТОГО ПО ВСЕМ РАЗДЕЛАМ		25	57	-	-	52%

Рэнкинги выгоды карт

Список анализируемых банков и карт

№	Банк	Карта
1	Альфа-Банк	Целый год без %
2	АТБ	Универсальная карта
3	Банк ВТБ	Карта возможностей
4	Банк Санкт-Петербург	100 дней
5	Газпромбанк	Кредитная карта «180 дней», Умная карта
6	Кредит Европа Банк	Card Credit Plus, Card Credit
7	МКБ	Можно больше
8	МТС Банк	МТС Cashback
9	ОТП Банк	120 дней без процентов
10	Почта Банк	ВездеДоход
11	Промсвязьбанк	100+, Двойной кешбэк
12	Райффайзенбанк	110 дней, Кэшбэк на всё
13	Ренессанс Кредит	Разумная, Практичная
14	Росбанк	Мир#120наВСЁ Плюс
15	Россельхозбанк	Своя карта
16	Банк Русский Стандарт	Кредитная карта Мир
17	Сбербанк	Кредитная СберКарта
18	Совкомбанк	Карта рассрочки «Халва»
19	Тинькофф Банк	Тинькофф Платинум
20	УБРиР	My Freedom
21	Уралсиб	120 дней на максимум, Кредитная карта с кешбэком
22	ФК Открытие	120 дней, OpenCard
23	Хоум Кредит	120 дней без %
24	ЮниКредит Банк	115 дней

Расчет общей выгоды по кредитным картам

Методология расчета общей выгоды кредитной карты

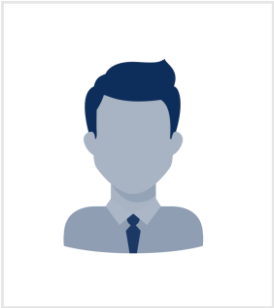
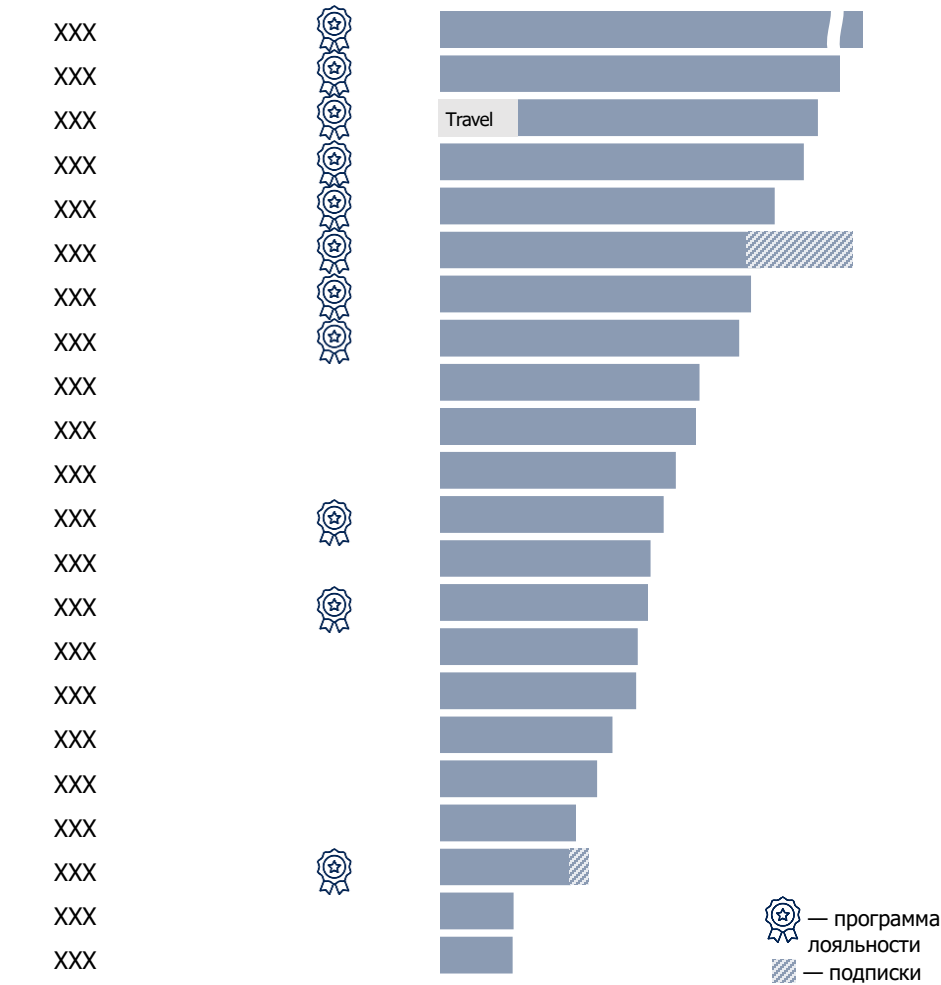
Выгода по кредитной карте с длительным льготным периодом связана с размещением временно свободных собственных средств в рыночные инструменты сбережений (накопительные счета и депозиты) на срок льготного периода и получением доходов от трат (по программам лояльности) за счет кредитного лимита.

Компоненты выгоды	Комментарии
Стоимость обслуживания	– Стоимость выпуска карты – Стоимость обслуживания карты за 2 года – Стоимость смс-информирования за 2 года
Комиссии за снятие наличных	– Комиссии за снятие наличных (за 2 года)
Доходы по reward-программам	+ Вознаграждения по reward-программам (при тратах в пределах кредитного лимита в течение льготного периода*) за 2 года
Выгода льготного периода	+ % по депозитам / накопительным счетам, размещаемым в размере кредитного лимита на срок льготного периода, полученные за 2 года

* Для расчета используется коэффициент:
$$K_i = \frac{\text{Кредитный лимит} \times \text{кол-во льготных периодов за 2 года}}{\text{Сумма трат за 2 года}}$$

Для mass affluent клиентов reward-программы и длинный grace дают кратный прирост доходности

Выгода* по кредитной карте за 2 года пользования картой для клиентов сегмента mass affluent, руб.



Доход в мес., руб.	150 000
Среднемесячные траты по карте, руб.	75 000
Сбережения, руб.	300 000
Среднемесячный баланс текущего/накопительного счета, руб.	75 000
Минимальный баланс текущего/накопительного счета, руб.	50 000
Кредитный лимит, руб.	450 000
Снятие наличных за счет кредитного лимита, руб./ мес.	5 000

Комментарий Frank RG

XXX

*условия недействительны с 1 января 2023 года
Для целей настоящего исследования выгода по кредитной карте – сумма всех доходов, получаемых клиентом за 2 года рационального пользования кредитной картой (т.е. погашения задолженности в течение льготного периода) за вычетом расходов на ее обслуживание и комиссий за снятие наличных.
Источник: расчеты Frank RG, 2023

Расчет выгоды кредитных карт крупнейших банков: сегмент mass affluent (1/2)

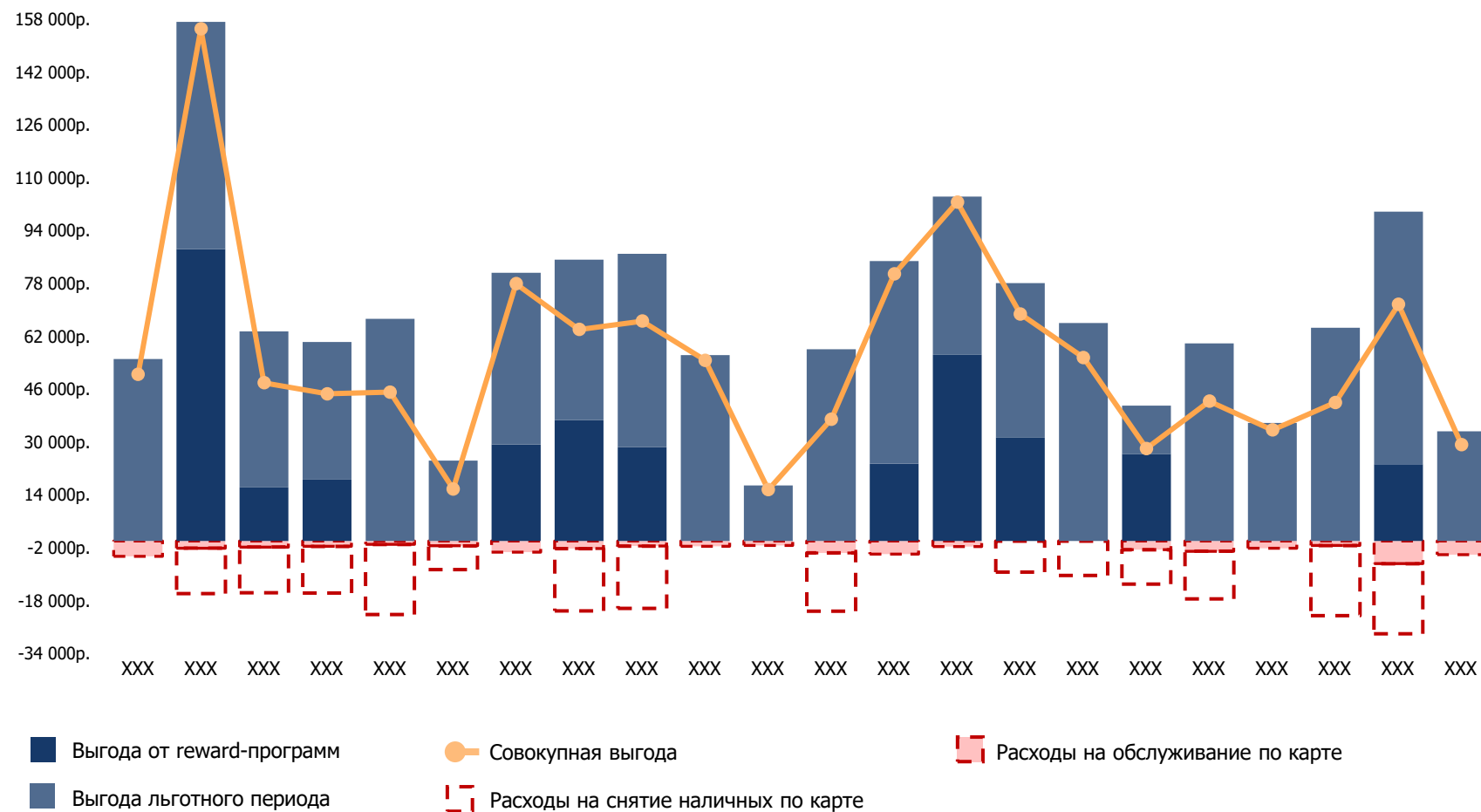
Выгода по кредитной карте за 2 года пользования картой для клиентов сегмента mass affluent*, кредитный лимит - 450 тыс. ₽

№	Банк	Название карты	Расходы на обслуживание	Комиссия за снятие наличных	Выгода по reward-программе	Выгода льготного периода	Совокупная выгода	
							в руб., за 2 года	в % годовых
1	XXX	XXX	XXX р.	-	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%
2	XXX	XXX	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
3	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
4	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
5	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%
6	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%
7	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
8	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
9	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
10	XXX	XXX	Условия банка не позволяют открыть карту с данным клиентским профилем					
11	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
12	XXX	XXX	XXX р.	-	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%
13	XXX	XXX	XXX р.	-	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%
14	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%
15	XXX	XXX	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
16	XXX	XXX	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
17	XXX	XXX	Условия банка не позволяют открыть карту с данным клиентским профилем					
18	XXX	XXX	-	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
19	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
20	XXX	XXX	-	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%
21	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
22	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
23	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	XXX р.	X,XX%
24	XXX	XXX	XXX р.	XXX р.	-	XXX р.	XXX р.	X,XX%

* См. подробное описание профиля клиента в Приложении 1
Источник: расчеты Frank RG, 2023

Компоненты выгоды кредитных карт ТОП24 банков: сегмент mass affluent

Выгода* по кредитной карте за 2 года пользования картой для клиентов сегмента mass affluent, кредитный лимит - 450 тыс. ₽



*При отсутствии значения на графике совокупная выгода отрицательна (выгода для клиента отсутствует)

Источник: расчеты Frank RG, 2023

Расчет выгоды льготного периода

Методика расчета выгоды льготного периода

- Методика расчета выгоды льготного периода основана на предположении, что клиент использует кредитную карту как инструмент эффективного управления собственными финансами, совершая регулярные траты по кредитной карте за счет кредитного лимита без уплаты % банку (в течение льготного периода) и одновременно размещая собственные средства в доступные инструменты сбережений.
- Выгодой считается дополнительный доход, получаемый клиентом от размещения собственных средств в размере кредитного лимита на срок льготного периода.
- Для целей данного исследования выгода рассчитывалась на 1 срок льготного периода и на 2 года пользования картой (т.е. на несколько циклов)

Движение средств клиента при использовании кредитной карты для получения выгоды



Выгода льготного периода для клиентов сегмента low mass

Выгода в RUR при размещении на 2 года				Выгода в RUR при размещении на 1 льготный период			
Лучший на рынке депозит		Депозит от банка		Лучший на рынке депозит		Депозит от банка	
1 Банк XX		1 Банк XX		1 Банк XX		1 Банк XX	
2 Банк XX		2 Банк XX		2 Банк XX		2 Банк XX	
3 Банк XX		3 Банк XX		3 Банк XX		3 Банк XX	
4 Банк XX		4 Банк XX		4 Банк XX		4 Банк XX	
5 Банк XX		5 Банк XX		5 Банк XX		5 Банк XX	
6 Банк XX		6 Банк XX		6 Банк XX		6 Банк XX	
7 Банк XX		7 Банк XX		7 Банк XX		7 Банк XX	
8 Банк XX		8 Банк XX		8 Банк XX		8 Банк XX	
9 Банк XX		9 Банк XX		9 Банк XX		9 Банк XX	
10 Банк XX		10 Банк XX		10 Банк XX		10 Банк XX	
11 Банк XX		11 Банк XX		11 Банк XX		11 Банк XX	
12 Банк XX		12 Банк XX		12 Банк XX		12 Банк XX	
13 Банк XX		13 Банк XX		13 Банк XX		13 Банк XX	
14 Банк XX		14 Банк XX		14 Банк XX		14 Банк XX	
15 Банк XX		15 Банк XX		15 Банк XX		15 Банк XX	
16 Банк XX		16 Банк XX		16 Банк XX		16 Банк XX	
17 Банк XX		17 Банк XX		17 Банк XX		17 Банк XX	
18 Банк XX		18 Банк XX		18 Банк XX		18 Банк XX	
19 Банк XX		19 Банк XX		19 Банк XX		19 Банк XX	
20 Банк XX		20 Банк XX		20 Банк XX		20 Банк XX	
21 Банк XX		21 Банк XX		21 Банк XX		21 Банк XX	
22 Банк XX		22 Банк XX		22 Банк XX		22 Банк XX	
23 Банк XX		23 Банк XX		23 Банк XX		23 Банк XX	
24 Банк XX		24 Банк XX		24 Банк XX		24 Банк XX	
25 Банк XX		25 Банк XX		25 Банк XX		25 Банк XX	

Источник: Frank RG, 2022

Приложение 1.

Методика расчета выгоды по кредитной карте

Оценка и сравнительный анализ выгоды по кредитным картам

- Для активных транзакторов, использующих кредитные карты с длительным льготным периодом как инструмент управления ликвидностью и получения дополнительного дохода, выгода по кредитной карте складывается из:
 - вознаграждений за траты по программе лояльности. Рассчитывается в соответствии с клиентским профилем на основании данных проекта *Мониторинг reward-программ Frank RG* и модели «Калькулятор лояльности» по состоянию на 01.11.2022,
 - доходов от размещения собственных средств в инструменты сбережений (вклады и накопительные счета) на основании данных проекта *Тарифный мониторинг Frank RG* о максимальных ставках по вкладам и накопительным счетам на соответствующие сроки по состоянию на 01.11.2022
 - расходов на выпуск и обслуживание карты, включая комиссии за смс-информирование, снятие наличных и т.п., вычитающихся из суммы дохода.
- В основе оценки – рациональное поведение клиента, предполагающее:
 - 100%-ную утилизацию кредитного лимита, установленного банком,
 - Погашение долга до окончания льготного периода без выплаты % по кредитной карте,
 - Размещение средств в инструменты сбережений на рынке (вклады, накопительные счета) с максимально возможной % ставкой на срок, соответствующий величине льготного периода,
 - Снятие наличных за счет кредитного лимита только в пределах сумм, обозначенных в профиле клиента.
- Оценка выгоды будет осуществляться по всем кредитным картам с длительным льготным периодом по 4 клиентским профилям за два года пользования картой.
- Покупки по карте зависят от клиентского профиля и могут включать как кредитный лимит, так и собственные средства. Таким образом, оборачиваемость кредитного лимита зависит от срока льготного периода и зарплаты. Выгода по программе лояльности учитывает только траты за счет кредитного лимита.
- Оценка будет производиться в абсолютном виде (в рублях), а также, для удобства сравнения выгоды между разными клиентскими профилями, в относительном виде – в % к сумме установленного кредитного лимита.

Методология составления профилей трат клиентов (1/3)

Предположения модели

- Клиент обладает сбережениями в размере не менее установленного кредитного лимита. В течение льготного периода клиент направляет сбережения в размере кредитного лимита в самые доходные из доступных инструментов на рынке / в банке в зависимости от суммы и срока.
- Клиент является держателем дебетовой карты банка-эмитента своей кредитной карты, а также имеет открытый накопительный счет в том же банке.
- Остатки на счете дебетовой карты / накопительном счете также приносят клиенту доход, который учитывается в общей сумме доходов от кредитной карты, т.к. остатки формируются за счет использования кредитного лимита для регулярных трат.

Доходы, остатки и средние чеки

Профили клиентов разделены на сегменты по доходам.

- По клиентам массового сегмента (Mass и Low Mass) 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 mass affluent 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 по счетам дебетовых карт 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»).

Методология составления профилей трат клиентов (2/3)

Структура трат

Структура клиентских трат базового профиля массового сегмента основана на данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств», 2020 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.

Профили клиентов для оценки выгоды (3/3)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Название профиля	1	2	3	4
Сегмент	Low Mass	Mass	Mass Affluent	Affluent
Доход в мес., руб.	40 000	80 000	150 000	250 000
Среднемесячные траты по карте, руб.	20 000	40 000	75 000	162 500
Сбережения, руб.	30 000	120 000	300 000	1 000 000
Среднемесячный баланс текущего/ накопительного счета, руб.	15 000	30 000	75 000	125 000
Минимальный баланс текущего/накопительного счета, руб.	0	15 000	50 000	100 000
Кредитный лимит, руб.	30 000	120 000	450 000	1 000 000
Снятие наличных за счет кредитного лимита, руб./ мес.	3 000	3 000	5 000	10 000

Структура ежемесячных трат по карте

Супермаркеты	43,2%	34,5%	26,2%	17,6%
Одежда и обувь	8,8%	9,4%	8,2%	7,8%
Рестораны, включая доставку	10,2%	17,9%	17,6%	27,1%
Авто	4,4%	5,5%	5,8%	5,0%
Отдых, путешествия	9,8%	10,9%	10,9%	17,5%
Досуг, развлечения	5,5%	4,2%	5,5%	3,8%
Здоровье, медицина, красота	7,8%	6,8%	11,2%	7,0%
Электроника	5,8%	4,8%	6,7%	6,2%
Дом, ремонт	2,8%	3,0%	4,6%	6,8%
Прочие	2,0%	2,9%	3,4%	1,2%



FRANK RG

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

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

www.frankrg.com