

**FRANK** RG

# Банковские кредитные карты в России 2021

---

**DEMO**

## Содержание

### Исследование рынка кредитных карт

Приветствие руководителя проекта

1. Цели и методика исследования
2. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских кредитных карт
3. Digital banking
  - 3.1. Исследование функционала приложений ДБО (мобильные приложения)
  - 3.2. Рейтинг мобильных приложений
  - 3.3. Исследование функционала приложений ДБО (Интернет-Банк)
  - 3.4. Дистанционное открытие карт
  - 3.5. Виртуальные карты
4. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских reward-программ
  - 4.1. Актуальные вопросы управления reward-программами (по итогам экспертных интервью)
  - 4.2. Международный опыт развития банковских reward-программ
  - 4.3. Анализ продуктового предложения по кредитным картам с reward-программами
5. Оценка рынка кредитных карт: объемы, структура, участники
6. Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки кредитных карт
7. Анализ эффективности управления портфелями кредитных карт на основе benchmark
8. Анализ предпочтений клиентов по кредитным картам. Voice of the Customer
9. Актуальные вопросы управления портфелями кредитных карт (по итогам экспертных интервью)
10. Рейтинг кредитных карт

Приложения.

- I. Сравнительная выгода по дебетовым картам с reward-программами [\[I\]](#)
- II. Методика расчета чистой выгоды по карте [\[II\]](#)

## Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

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

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

За 2 года на рынке кредитных карт произошли значительные изменения. Рынок вступил в эпоху рационализма: война кешбэков сменилась «гонкой грейсов», доходная сегментация клиентской базы стала основой продуктовой стратегии, программы вознаграждений стали необязательным элементом продуктового предложения. Рынок кредитных карт успешно преодолел последствия пандемии: восстановилась активность, выросли средние чеки и лимиты задолженности, усилились позитивные тренды, заложенные в 2019 г. – рост доли безналичных расчетов и диджитализация. Несмотря на позитивные тенденции восстановления рынка, рост просроченной задолженности выше кризисных уровней 2014 г. ужесточает требования к модели продукта.

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 2019 г., а также выявить интересные поведенческие паттерны, измерить кросс-продуктовое проникновение, а также уровень лояльности клиентов.

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  
проектный лидер



Анастасия Шишкина  
аналитик



Владимир Курченко  
аналитик



Дарья Богдашкина  
аналитик



Алексей Беречкин  
младший аналитик



Никита Федчин  
стажер

# **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).

**32** банка, **2** нефинансовых участника

**336** кредитных карт

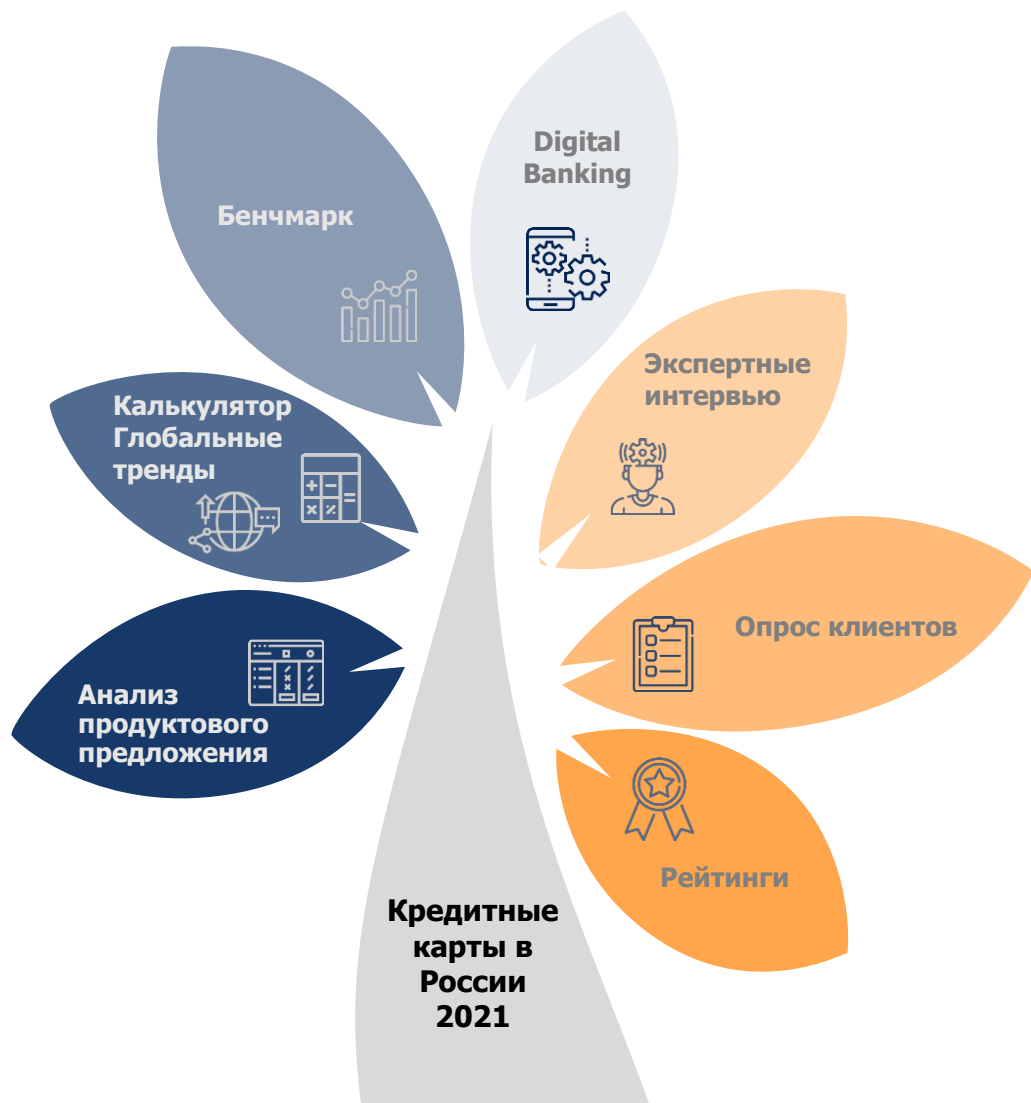
**253** карты с reward-программами

**167** reward-программ и опций

**97,2%** рынка дебетовых карт



## Основные разделы исследования



- Анализ продуктового предложения**  
 Обобщение условий обслуживания кредитных карт крупнейших банков и участников исследования, составление каталога карт
- Анализ reward-программ. Калькулятор. Глобальные тренды**  
 Анализ изменений и трендов развития reward-программ. Международный опыт развития банковских reward-программ. Модель сравнения чистой выгоды клиента для различных клиентских сегментов.
- Бенчмарк**  
 Анализ бизнес-показателей портфелей кредитных карт в динамике
- Digital Banking**  
 Кабинетное исследование: исследование функционала мобильных приложений и интернет-банков. Рейтинг мобильных приложений. Удаленная идентификация. Виртуальные карты.
- Экспертные интервью**  
 Мнения руководителей подразделений, ответственных за управление портфелями кредитных карт
- Опрос клиентов (Voice of the Customer)**  
 Онлайн-анкетирование 2 500+ активных держателей кредитных карт банков-участников по единой методике
- Рейтинги**
  - Расчет рейтингов и награждение лучших карт на ежегодной церемонии Frank Cards & Reward Award
  - Рэнкинги карт по чистой выгоде для клиента по типам программ и клиентским сегментам.

## 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 (2019 г. – 2020 г.);
- 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:** январь – июль 2021 г.

**Объекты исследования:** кредитные карты ТОП-20 банков\*, а также банков-участников исследования. Было проанализировано 336 кредитных карт, включая 253 кредитных карты, на которых реализовано 167 программ и опции вознаграждений 34 участников рынка, доля которых составляет 97,2% 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);
- 11 экспертных интервью с представителями банков, отвечающих за управление портфелями кредитных карт;
- Benchmarking-анкетирования 9 банков, проводимого по клубной системе обмена данными между банками-участниками face-to-face (банки, раскрывшие собственные показатели получают доступ к данным всех остальных участников);
- Исследования функционала онлайн-банков (мобильных приложений и интернет-банков) 27 банков;
- Voice of the Customer – онлайн-опроса 2,5 тыс. держателей активных кредитных карт.

### 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);
- Разработка «Калькулятора выгоды» программ вознаграждения, позволяющего моделировать доходность программы, изменяя профили клиентов и структуру трат;
- Взгляд банковского специалиста и аналитика дополнен анализом клиентских предпочтений в рамках исследования Voice of the Customer.

---

\* по портфелю кредитных карт на 01 января 2021 г.

## Участники исследования

- В бенчмарк-исследовании и клиентском опросе приняли участие 10 банков.
- Анализ продуктового предложения проводился на основании каталога банковских карт и reward-программ и «Калькулятора выгоды», включающего все банковские карты с reward-программами крупнейших банков, а также наиболее интересные reward-программы крупных банков и крупных компаний небанковского сектора (телеком-компании, ИТ, e-commerce), предлагающих клиентам собственные программы лояльности на основе банковских карт.

Каталог включает кредитные карты и reward-программы следующих банков:

### ТОП-20 банков на рынке кредитных карт

1. Сбербанк
2. Тинькофф Банк
- 3. Альфа-Банк (опрос клиентов)**
- 4. ВТБ (бенчмарк+опрос)**
5. Совкомбанк
6. Банк Русский Стандарт
7. КБ Восточный
- 8. ОТП Банк (бенчмарк-исследование)**
9. Почта Банк
- 10. МТС Банк (бенчмарк+опрос)**
11. Ситибанк
- 12. Банк Хоум Кредит (бенчмарк+опрос)**
- 13. ФК Открытие (бенчмарк+опрос)**
14. Райффайзенбанк
15. Росбанк
16. Кредит Европа Банк
17. Ренессанс Кредит
- 18. Газпромбанк (бенчмарк+опрос)**
19. ЮниКредит Банк
- 20. АТБ (бенчмарк)**

### Прочие банки

21. Промсвязьбанк
22. Банк УРАЛСИБ
- 23. Россельхозбанк (бенчмарк)**
24. УБРиР
25. Московский Кредитный банк
26. Авангард
- 27. Банк Санкт-Петербург (бенчмарк-исследование)**
28. СМП Банк
29. Банк Зенит
30. Банк АК Барс
31. ВБРР
32. ДОМ.РФ
33. БКС Банк

### Небанковские карты с reward-программами

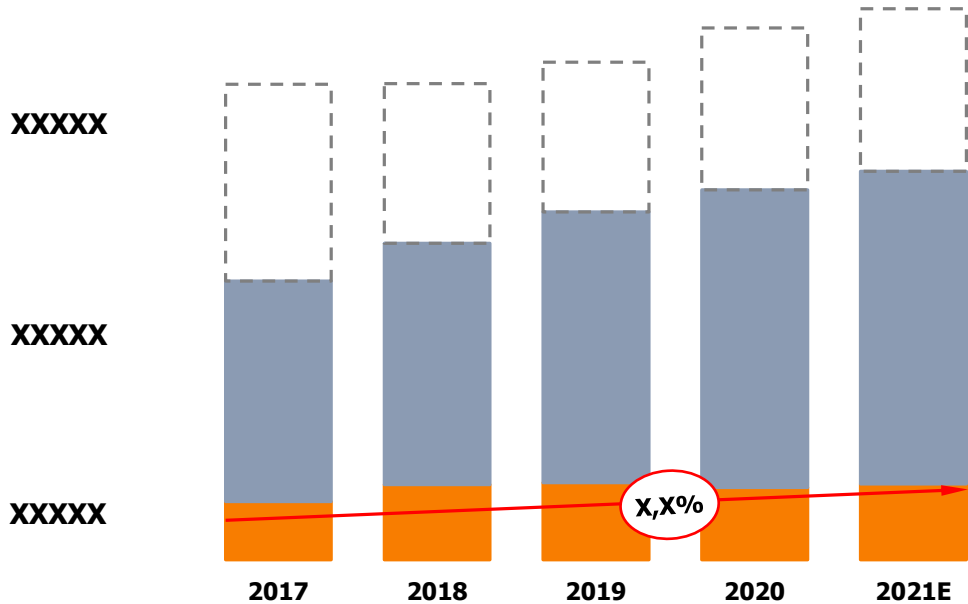
34. Билайн
35. МТС



## **2 Основные тенденции и выводы о состоянии рынка кредитных банковских карт в 2020-2021 гг.**

## На каждую семью в РФ приходится XX активных карты, в т.ч. XX кредитных карты

Количество активных XXXXX карт, млн шт.



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

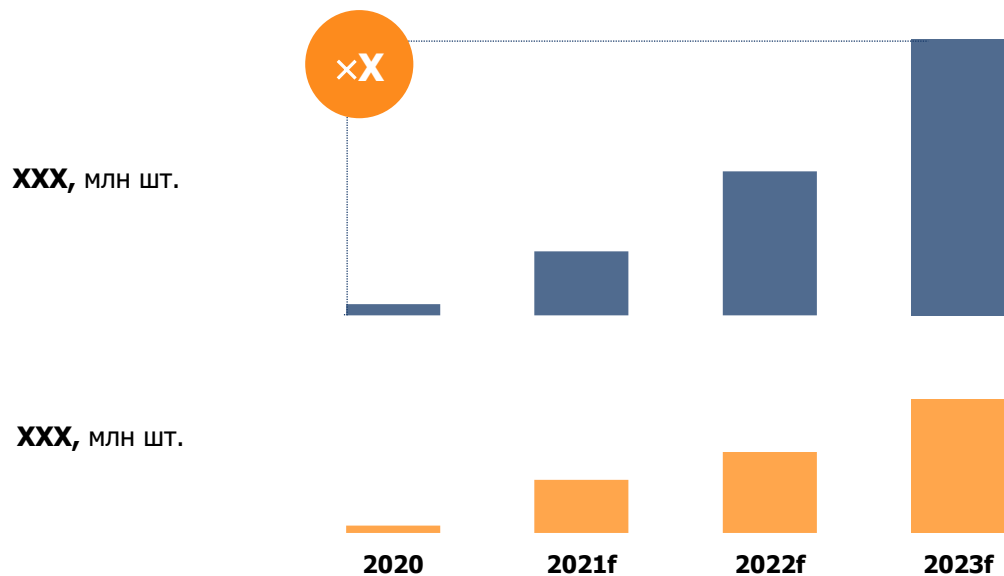
- Количество банковских карт в кошельке\* **XX,X**
- Количество **активных** карт в кошельке\* **XX,X**
- Количество **активных дебетовых** карт в кошельке\* **XX,X**
- Количество **активных кредитных** карт на 1 занятого в экономике **XX,X**
- Доля активных карт **XX%**

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

\* - на 1 гражданина РФ старше 15 лет

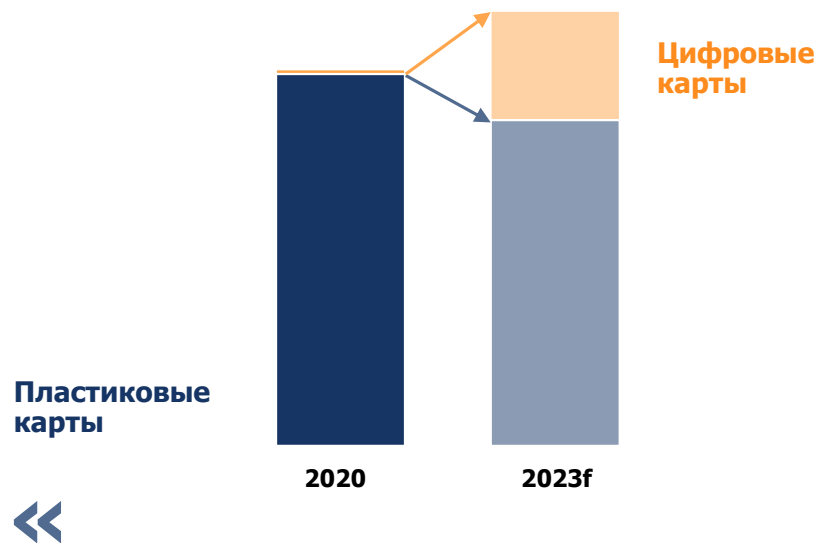
## «Пластик» теряет актуальность, цифровые карты ХХХ

Прогнозируемый объем рынка цифровых карт, млн шт.



- К концу 2023 года xxx планирует xxx, xxx ожидает xxx.
- По оценке Frank RG, доля цифровых карт xxx.
- Доля цифровых карт xxx.

Структура рынка банковских платежных карт, %

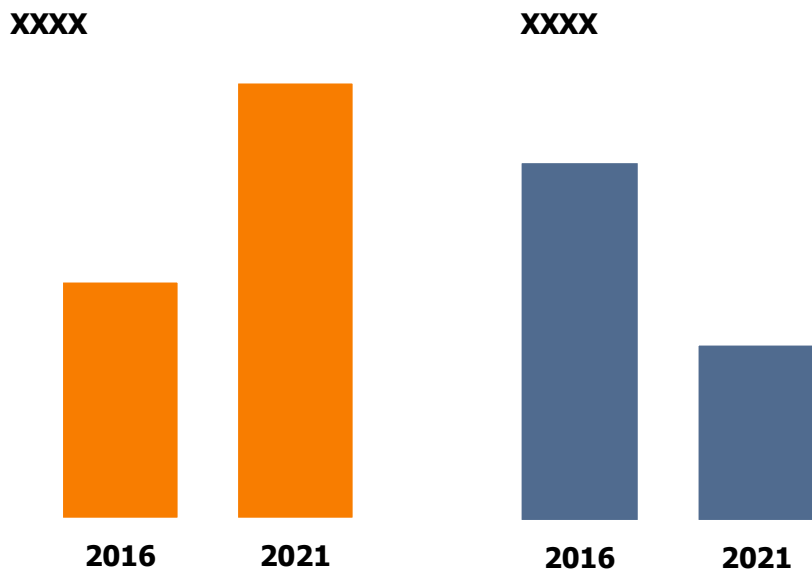


Пластик ... полуумирающий. xxx

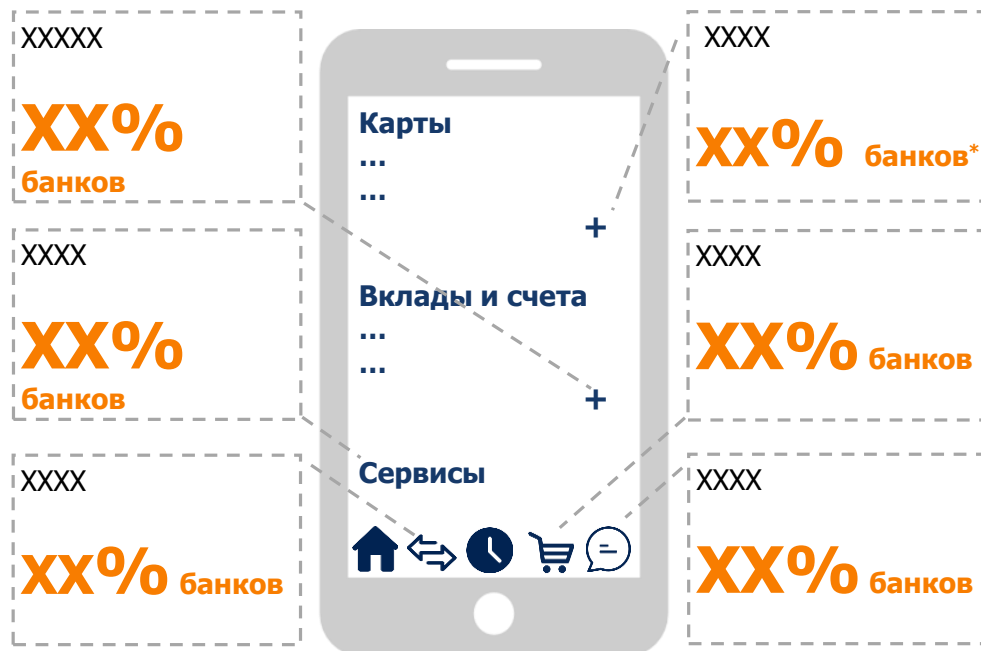
Из интервью с экспертами банков

## Мобильное приложение xxxx...

Проникновение в ДБО активных клиентов, %



## Функционал мобильного приложения

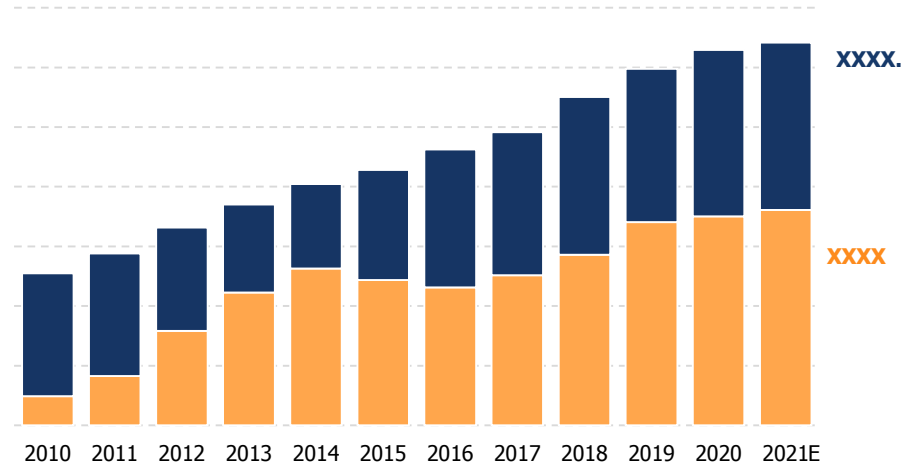


\* По количеству банков/ видов операций, реализованных в мобильных приложениях банков

- Мобильные приложения банков становятся ....
- Функционал большинства приложений ... При необходимости клиент может .... Такой ... функционал приложений позволяет им ...

## Потенциал роста рынка кредитных карт XXXXX ....

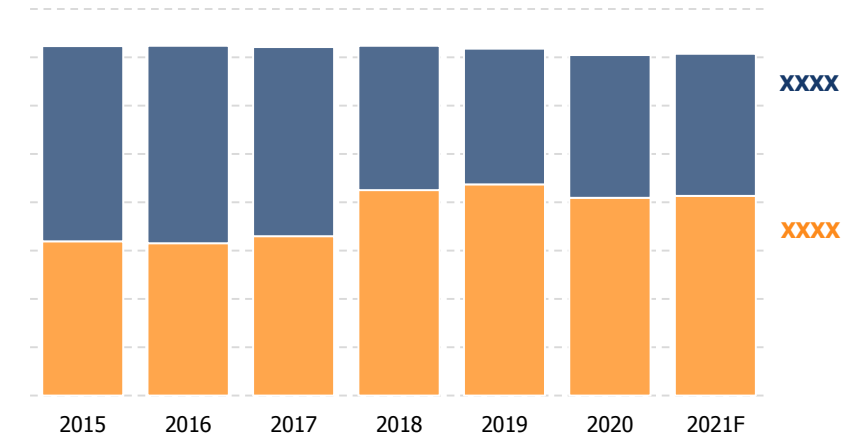
Среднемесячный объем ФОТ, млрд руб., портфель кредитных карт, млрд руб., доля в ФОТ, %



Источник: Росстат, Frank RG

- XXXX
- XXXX
- XXXX

Количество активных кредитных карт, тыс. шт., численность занятых в экономике, млн чел., доля активных держателей кредитных карт в занятых, %



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

- XXXX
- XXXX
- XXXX

## Кредитные карты стали XXXX продуктом

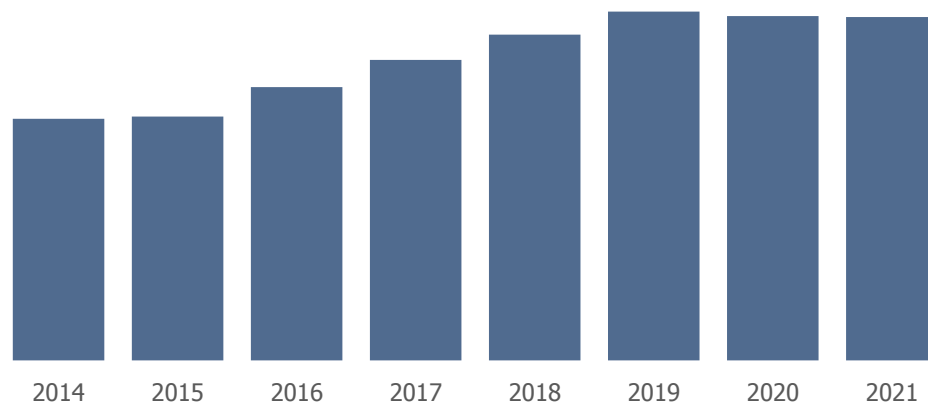


*Потому что, сформировав портфель кредитных карт на должном уровне ... ты постоянно получаешь .... Тебе не нужно ... xxxx ... для получения дохода.*

### Эксперты банков-участников исследования

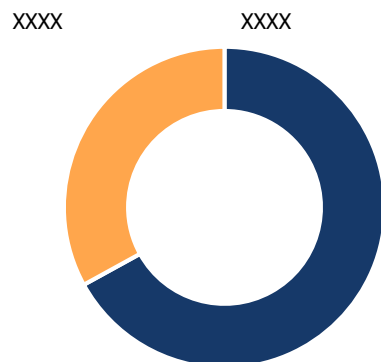
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

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

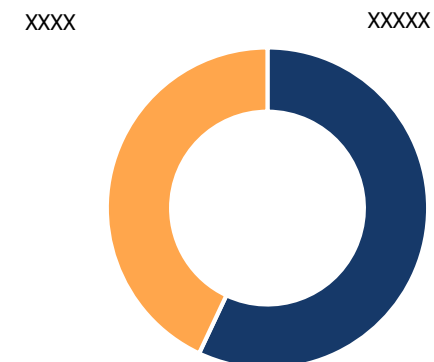


Источник: Frank RG, Мониторинг банковских розничных продуктов, 2010-2021

### Структура доходов банка по портфелю кредитных карт



### Структура клиентской базы держателей кредитных карт

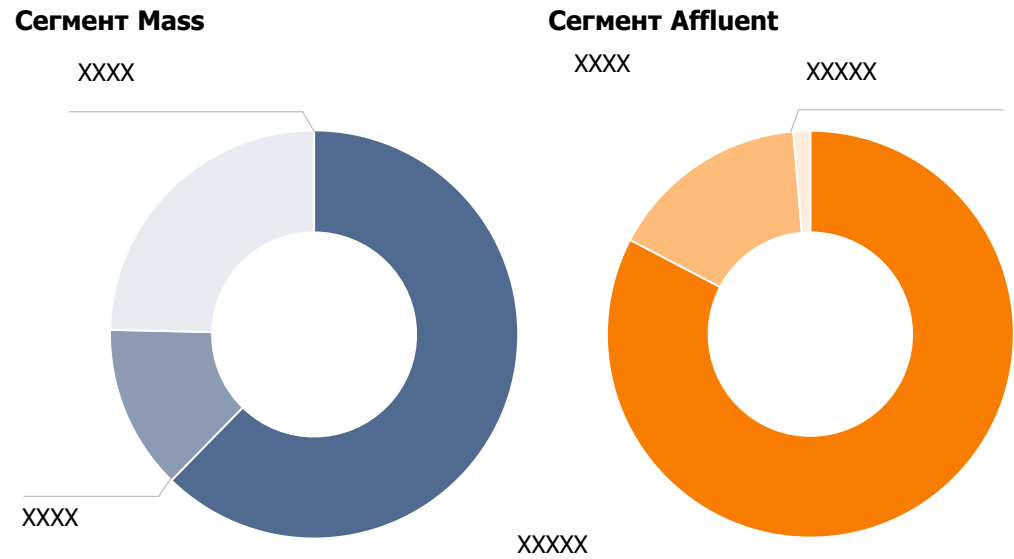


Источник: Frank RG, интервью с экспертами банков, 2021

## Reward-программы по кредитным картам будут доступны только XXXXX

- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

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



Транзакционная доходность кредитных карт для клиентов\* в 2021 г., в среднем по рынку, % от суммы покупок по карте

Сегмент	Покупки по карте, Р в месяц	Доходность карты, % от суммы покупок
XXXX	XXXX	
XXXX	XXXX	

\* С учетом вознаграждений по reward-программам и расходов на выпуск и обслуживание карты, без учета % за пользование кредитом, только для кредитных карт с reward-программами  
 Источник: Frank RG, Мониторинг банковских reward-программ, 2021 г.

## В массовом сегменте война кешбэков сменилась гонкой грейсов

С 2020 г. новым ценностным предложением рынка массовых кредитных карт стал XXXX ...

2018

**КЭШБЭК ДО 5% НА ВСЁ**

ПО КАРТЕ #ВСЕСРАЗУ

Дебетовая карта  
**3,9% НА ВСЁ**

Кредитная карта  
**5% НА ВСЁ**

2020

**КАРТА, КОТОРАЯ УМЕЕТ ЖДАТЬ**

110 ДНЕЙ БЕЗ ПРОЦЕНТОВ

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

Кредитные карты Cash Back

10% на АЗС, 5% в кафе и ресторанах

Дебетовая Кредитная

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

Заказать карту

**100 дней свободы от процентов!**

XXXXXX

**КЭШБЭК ТИНЬКОФФ**

1% 30% 5%

Тинькофф Банк

ПО КРЕДИТНОЙ КАРТЕ

Рассрочка **0%**

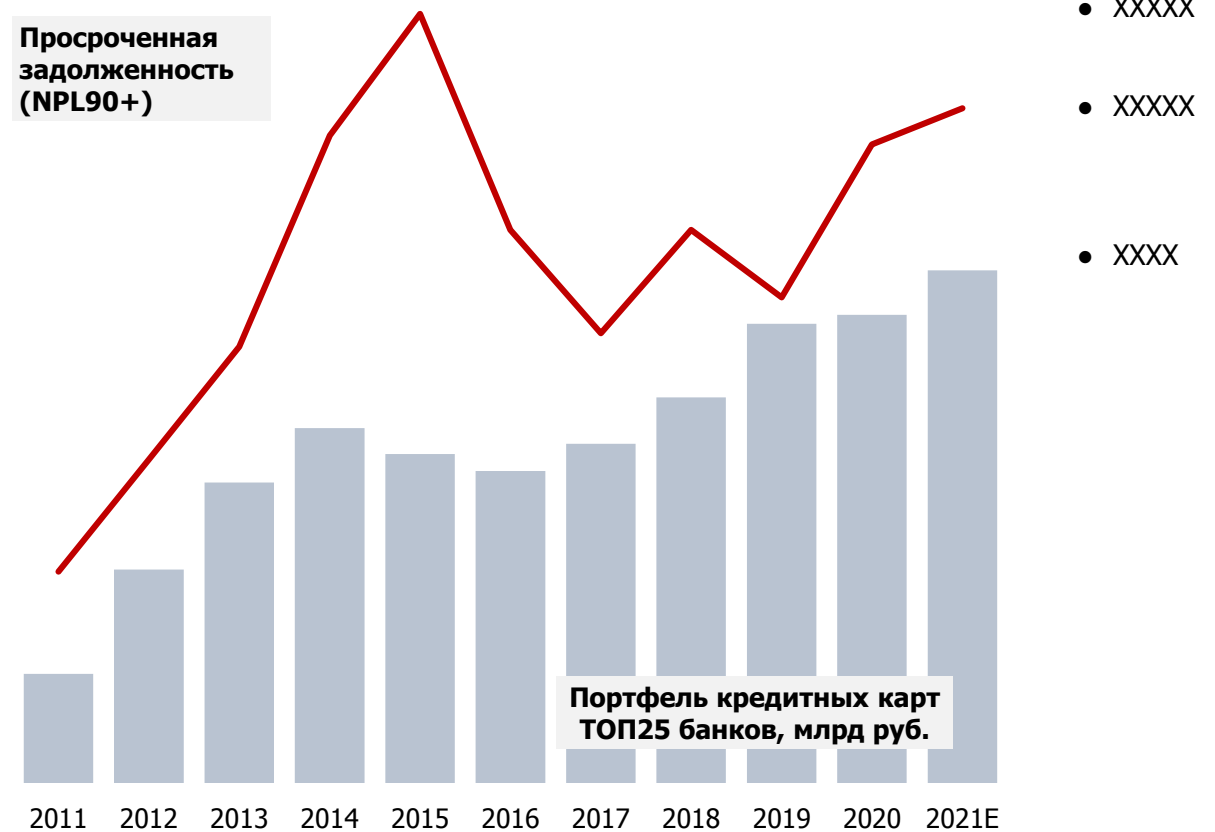
**6 месяцев**

Активируйте рассрочку в разделе БОНУСЫ личного кабинета Тинькофф



## Качество кредитного портфеля XXXX, риски XXXX

Просроченная задолженность (NPL90+), % от портфеля, портфель кредитных карт, млрд руб. ТОП25 банков



Источник: Frank RG, публичная отчетность банков по МСФО, 2011-2021

## Выводы и тренды

### Предпосылки

- XXXX
- XXXX
- XXXXX

### Проблемы

- XXXX
- XXXX
- XXXXX

### Решения

- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX



XXXXXX

# **3 Digital banking**

## **3.1 Исследование функционала ДБО (мобильные приложения)**

## Методология исследования

### Методология:

- Исследовались мобильные приложения банков на платформах iOS и Android по состоянию на декабрь 2020 г.
- Исследовался функционал мобильных приложений, т.е. наличие и скорость доступа (в количестве кликов с главного экрана) к основным сервисам
  - Информация о картах и счетах
  - Daily banking (переводы, платежи, сберегательные продукты)
  - X-sell (онлайн-заявки / оформление других продуктов банка)
  - Reward-программы
  - Настройки безопасности
  - Кастомизация интерфейса
  - Персональные предложения
  - Онлайн-коммуникации с банком
- Рассматривались лучшие и худшие практики, а также самые интересные примеры реализации функционала
- По итогам исследования составлен рейтинг мобильных приложений для daily banking.
- При составлении рейтинга не принимались во внимание
  - Внешний вид приложения
  - Субъективная оценка удобства / эстетическая оценка

### Исследуемые банки:

1. Сбербанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Райффайзенбанк
5. Газпромбанк
6. ФК Открытие
7. Тинькофф Банк
8. Почта Банк
9. Росбанк
10. Россельхозбанк
11. Ситибанк
12. ЮниКредит Банк
13. Промсвязьбанк
14. МКБ
15. Банк УРАЛСИБ
16. Банк Санкт-Петербург
17. Совкомбанк
18. Банк Хоум Кредит
19. КБ Восточный
20. УБРиР
21. ОТП Банк
22. БКС Банк
23. Банк Русский Стандарт
24. МТС Банк
25. Авангард
26. АТБ
27. Кредит Европа Банк

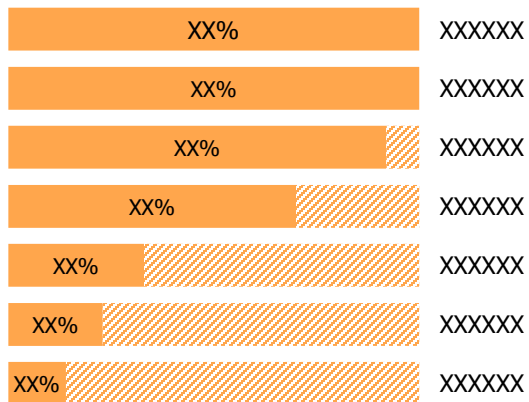
# Мобильное приложение - цифровое отделение

...

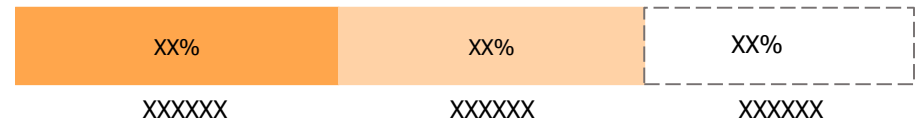
## Daily banking и управление финансами



## Оформление новых продуктов через мобильный банк



## Коммуникация с банком ...



• ...

\*Доля банков, внедривших указанный функционал в мобильные приложения  
 Источник: Frank RG, 2021 г.

## Главный экран: ...



### Информация о счетах

Наличие

Возможность скопировать реквизиты счета

Количество кликов, чтобы скопировать реквизиты

### Информация о картах

Наличие

Возможность увидеть номер, срок, CVC / CVV карты

Количество кликов, чтобы увидеть номер, срок, CVC / CVV

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Информация ...

**История транзакций**

Наличие

Номер раздела в меню

История начисленных бонусов

**Анализ расходов и доходов (в диаграммах)**

Наличие

Количество кликов

Кастомизация категорий

Фильтры

**Тарифы по карте**

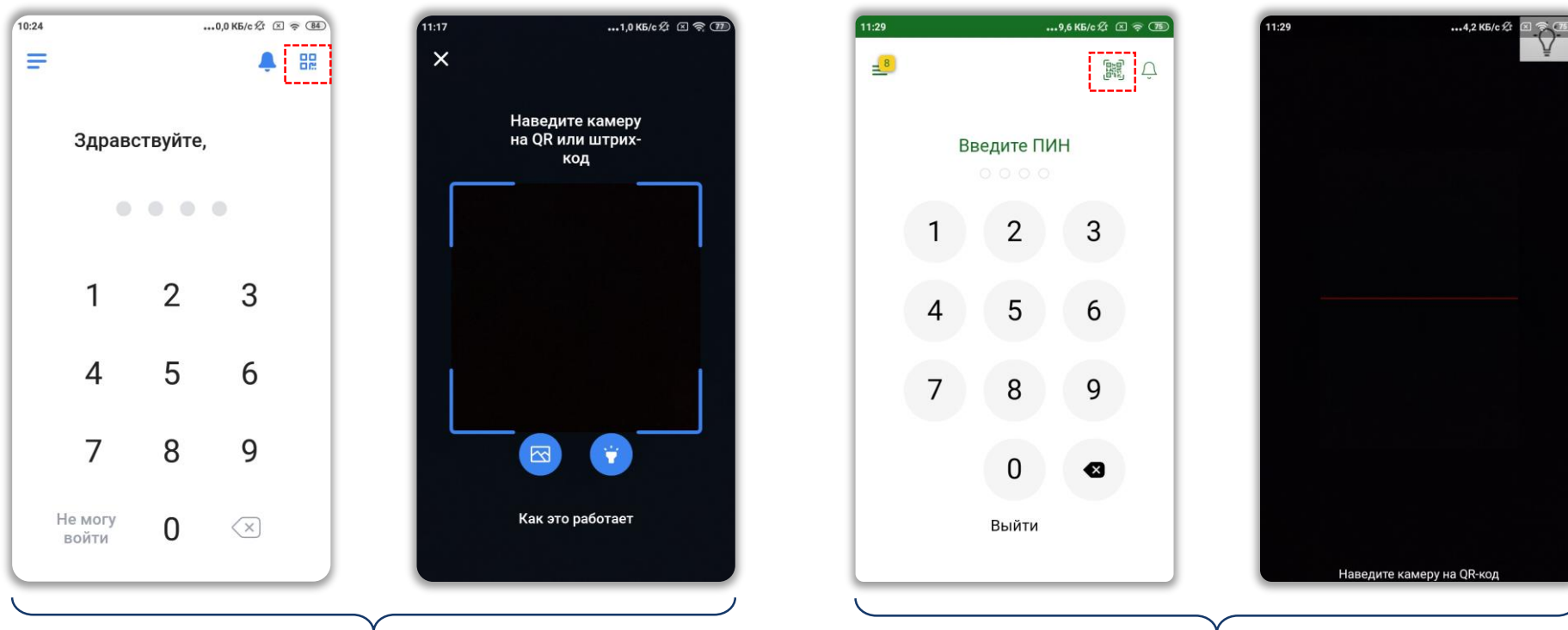
Наличие

Количество кликов



## Сервисы до авторизации. Лучшие практики. Применение QR-кодов

...



XXXX

XXXX

# Reward-программы...



**Программа лояльности в приложении**

XXXXXXX	●	●	●	●	○	●	●	●	●	◐	●	●	●	●	◐	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	
XXXXXXX	◐	●	●	●	○	●	●	●	●	◐	○	●	●	●	◐	●	●	●	●	○	●	●	○	○	○	○
XXXXXXXX	◐	◐	●	○	○	●	●	○	○	◐	●	●	●	●	◐	●	●	●	○	○	●	●	○	○	○	○

...

## Безопасность...



### Раздел безопасность («Настройки безопасности»)

Наличие отдельного раздела\*

Количество кликов

Время поиска (мин)

Инструкции по безопасности

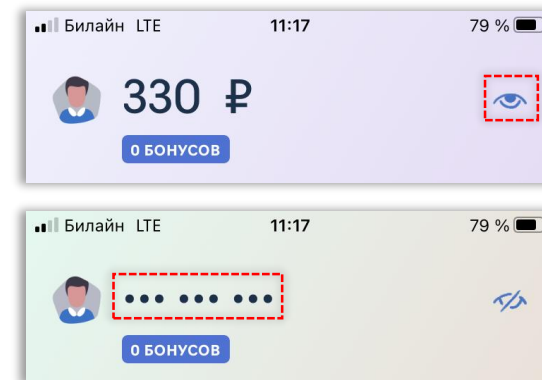
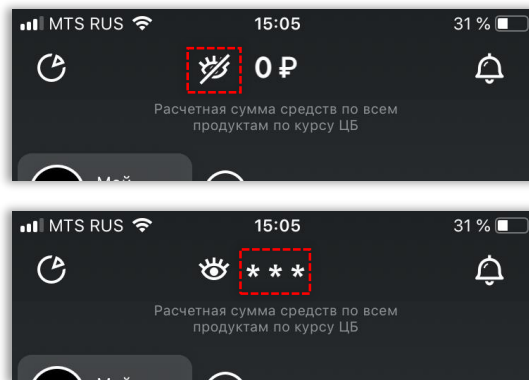
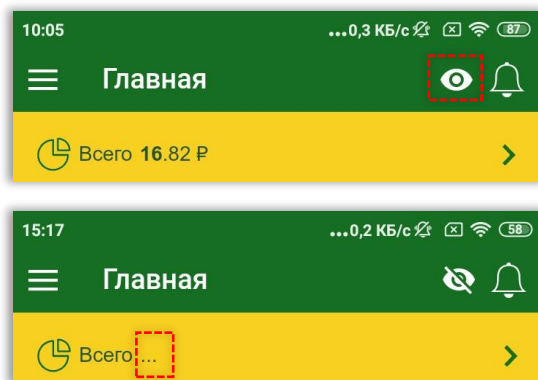
**Уведомления об операциях без авторизации**

\*Обособленный раздел или блок опций, подписанный в приложении как «Безопасность/ Настройки безопасности»

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Настройки безопасности. Case study...

...



## Кросс-продажи...



## Вклады и счета

Открытие вкладов и счетов

Раздел

История операций по счету/вкладу

Дебетовые карты

Кредит наличными

Автокредит

Ипотека

Кредитная карта

Рефинансирование

● — Возможность подать заявку через приложение

◐ — Подача заявки производится переходом в браузер

○ — Продукт не представлен в приложении

## Daily-banking...



## Внутренние переводы

Номер раздела

По номеру счёта  
(наличие)

Кол-во кликов\*

По номеру карты  
(наличие)

Кол-во кликов

По номеру телефона  
(наличие)

Кол-во кликов

Доступ к  
телефонной книге

\*Клики (нажатия) считаются от главного экрана до формы ввода данных о получателе и сумме.

● – самый быстрый доступ к функции, ● – быстрый доступ, ● – медленный доступ

## Daily-banking. Внешние переводы



Номер раздела

По номеру счёта  
(наличие)

Кол-во кликов

По номеру карты  
(наличие)

Кол-во кликов

По номеру телефона  
(в банки-партнеры)

Кол-во кликов

По номеру телефона  
(СБП)




Кол-во нажатий

Пополнить счёт/  
карту





Кол-во кликов

Переводы за рубеж  
(наличие)

 — Наличие кнопки «Пополнить» без возможности пополнения с карты другого банка

 — самый быстрый доступ к функции,  — быстрый доступ,  — медленный доступ

## Рейтинг мобильных приложений

ТОП-5 банков	Позиция в рейтинге	Банк	Количество баллов
 Банк XXXX	6	XXXX	XX
	7	XXXX	XX
	8	XXXX	XX
	9	XXXX	XX
	10	XXXX	XX
 Банк XXXX	11	XXXX	XX
	12	XXXX	XX
	13	XXXX	XX
	14	XXXX	XX
	15	XXXX	XX
 Банк XXXX	16	XXXX	XX
	17	XXXX	XX
	18	XXXX	XX
	19	XXXX	XX
	20	XXXX	XX
 Банк XXXX	21	XXXX	XX
	22	XXXX	XX
	23	XXXX	XX
	24	XXXX	XX
	25	XXXX	XX
 Банк XXXX	26	XXXX	XX
	26	XXXX	XX

### Как строился рейтинг?

Рейтинг мобильных приложений составлялся на основе оценки наличия и доступности функций следующих категорий:

- Daily-banking – переводы и платежи
- Информация – доступ к реквизитам, анализ расходов-доходов
- Управление reward-программой – возможность конвертировать бонусы, выбирать категории кешбэка
- Взаимодействие с банком – чат с поддержкой, звонки
- Кросс-продажи – оформление вкладов и карт, подача заявок на кредит
- Оценки на платформах Google Play и App Store
- Лучшие практики

### Описание зон:

1. В топ-5 приложений входят как супераппы, которые содержат все необходимые для клиентов банковские функции и элементы экосистем, так и лучшие практики пользовательского интерфейса.
2. Зеленая зона. Данный тип приложений реализует функции daily-banking'a на высоком уровне, а также позволяют оформлять новые продукты и управлять программой лояльности.
3. Желтая зона – зона роста. Приложения данной категории удобны для совершения ежедневных банковских операций, однако слабо реализуют функции взаимодействия с банком, предоставления необходимой информации для клиента.
4. Оранжевая зона – зона роста. Имеют слабые места во всех категориях функционала.
5. Красная зона. Данные приложения имеют значительные недостатки в daily-banking'е и в других аспектах.



## Рейтинг мобильных приложений банков

**ИЛЛЮСТРАТИВНО**

Банк	Daily banking	Информация	Управление reward-программой	Взаимодействие с банком	Оформление продуктов
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX
<b>MAX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>

## **3.3 Удаленная идентификация и дистанционное оформление карт**

## Методология

Исследование проводилось в декабре 2020 г. – январе 2021 г.

Изучались опции и сервисы дистанционного оформления банковских карт, включая:

- Оформление заявки на выпуск карты
- Сервисы финдоставки карт (доставка карт вне отделений банка по адресу, указанному клиентом, курьером с идентификацией клиента)
- География курьерской доставки

Источники данных: официальные сайты, колл-центры банков.

### Исследуемые банки:

1. Сбербанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Райффайзенбанк
5. Газпромбанк
6. ФК Открытие
7. Тинькофф Банк
8. Почта Банк
9. Росбанк
10. Россельхозбанк
11. Ситибанк
12. Промсвязьбанк
13. ЮниКредит Банк
14. МКБ
15. Банк Санкт-Петербург
16. Банк УРАЛСИБ
17. Совкомбанк
18. Банк Хоум Кредит
19. КБ Восточный
20. УБРиР
21. Банк АК Барс
22. ОТП Банк
23. БКС Банк
24. ВБРР
25. Банк Зенит
26. Банк Русский Стандарт
27. МТС Банк
28. Авангард
29. АТБ
30. СМП
31. Кредит Европа Банк
32. Банк ДОМ. РФ
33. Банк Ренессанс Кредит
34. Абсолют Банк

## В XXXX банках можно оформить карту онлайн (1/2)



Возможность оформить карту на сайте

Количество полей для заполнения

ФИО

Телефон

Авторизация через смс

Паспорт

E-mail

Дата рождения

Город, город доставки, регион

Отделение

Пол

Гражданство

\* Банк предупреждает клиента о том, что на мобильный телефон придёт код подтверждения.

Источник: Frank RG, 2020 г.

## В XXXX банках можно оформить карту онлайн (2/2)



Возможность оформить карту на сайте

Количество полей для заполнения

ФИО

Телефон

Авторизация через смс

Паспорт

E-mail

Дата рождения

Город, город доставки, регион

Отделение

Пол

Гражданство

\* Банк предупреждает клиента о том, что на мобильный телефон придёт код подтверждения.




Источник: Frank RG, 2020 г.

## Удобство оформления заявки на оформление карты




















XXXXX

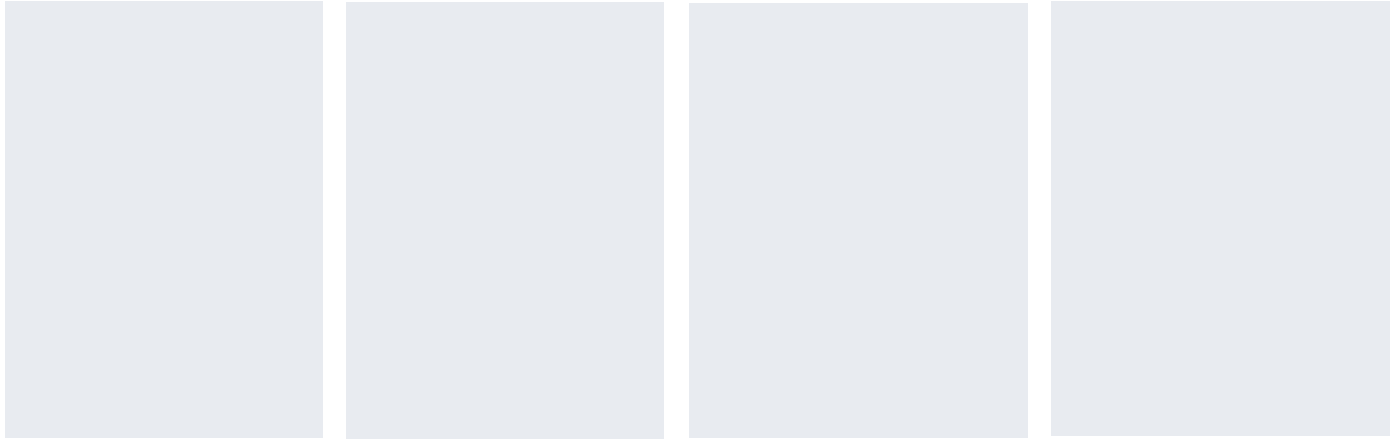
XXXXX

Каналы коммуникации с банком:  Чат  Номер телефона  WhatsApp

Источник: Frank RG, 2021 г.

## География курьерской доставки ... (1/2)

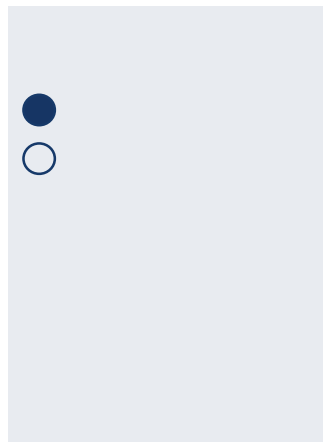
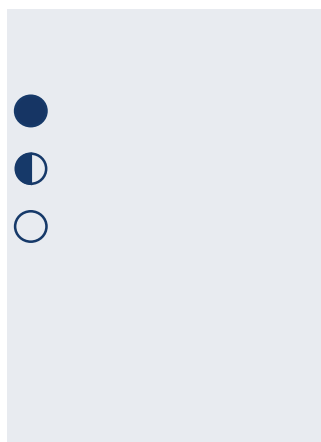
																	
XXXXXXX	○	○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●
XXXXXXX			◐	◐	◐	◐	●		◐		○	●	◐	○	○	◐	◐
XXXXXXX	◐	◐	◐	●	◐	◐	●	◐	◐	◐	●	◐	◐	◐	◐	○	○
XXXXXXX	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
XXXXXXX	◐	◐	◐	◐	◐	◐	◐	◐	●	◐	◐	◐	◐	◐	◐	◐	●



Источник: Frank RG, 2021 г.

## Удаленная идентификация клиентов (2/2)

	HOME CREDIT BANK	восточный БАНК	Уральский Банк реконструкции и развития	Ак Барс Банк	отпбанк Банк сотовых регионов	БКС БАНК	ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ	БАНК ЗЕНИТ	РУССКИЙ СТАНДАРТ БАНК	МТС Банк	БАНК АВАНГАРД	АТБ Александр-Телекоммуникационный Банк	СМП БАНК	Кредит ЕвропаБанк	Сбер	Ренессанс КРЕДИТ	Абсолют Банк
XXXXXXXX	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
XXXXXXXX									<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>





## Внешние сервисы доставки карт (1/2)

...  
...  
...

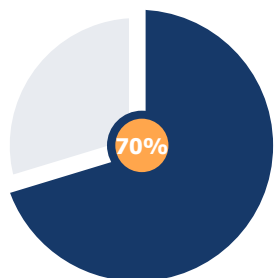
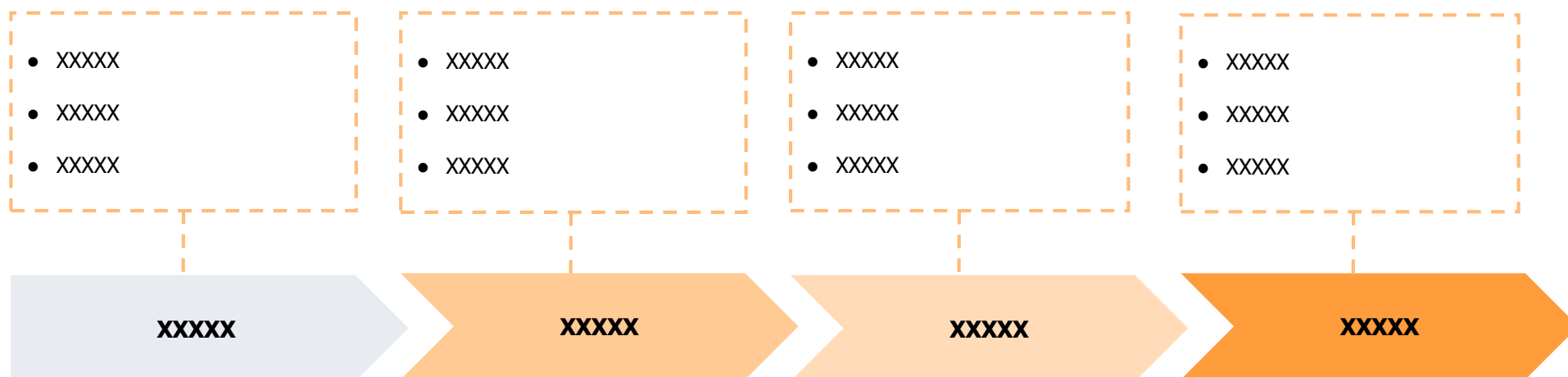
### Основные сервис-провайдеры услуг доставки карт

Сервис-провайдер	Регионы доставки	Стоимость доставки	Схема работы курьеров	Услуги	Дополнительные сервисы	Банки-партнеры

## **3.4**    **Виртуальные и цифровые карты**

## Развитие рынка виртуальных карт

...



Объемы платежей XXX увеличиваются  
XXXXXX

### Предпосылки развития рынка XXXX карт в XXXX:

- ...
- ...
- ....

## Характеристика предложения на рынке виртуальных карт

....

### Классификация карт

		Тип виртуальной карты	xxxx	xxxx	Способы оформления	Лимиты (ограничения)	Позиционирование	Способ пополнения
Цифровые полноценные	}	xxxx	●	●	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
		xxxx	●	●	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
Виртуальные предоплаченные	}	xxxx	●	●	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
		xxxx	●	●	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
		xxxx			xxxx	xxxx	xxxx	xxxx

Источник: Frank RG, 2021 г.

#### Специфика виртуальных карт:

- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

# Оценка рынка виртуальных карт

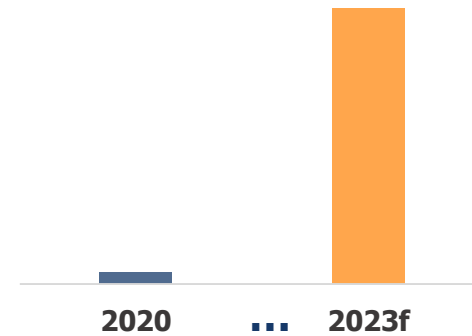
XXXXX

Распределение виртуальных карт, %

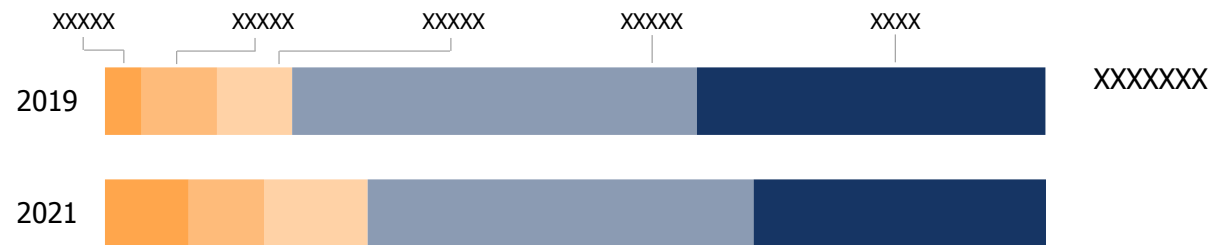


Источник: Frank RG, 2021 г.

Количество XXXX карт на рынке, млн шт.



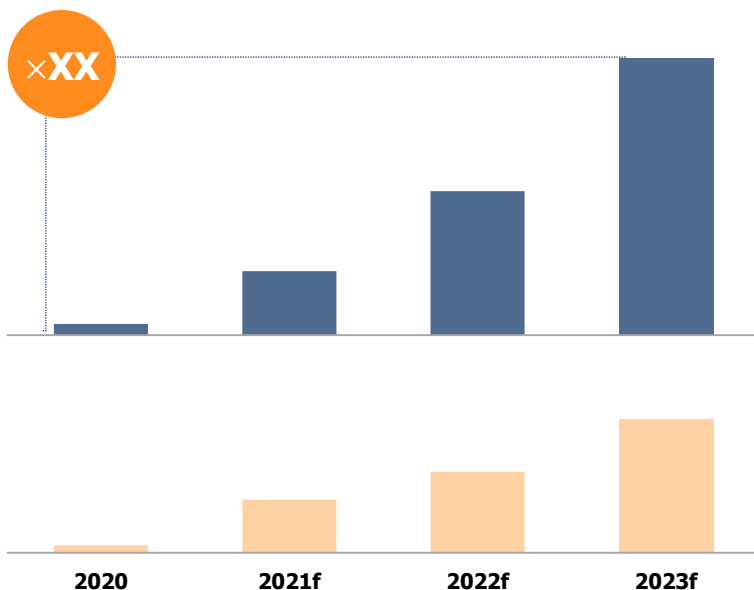
Структура пользователей виртуальных карт, %



Источник: Frank RG, данные онлайн-опроса активных клиентов банков, 2019-2021 г.

# К XXXX году цифровые карты займут XXXX рынка банковских карт

Прогнозируемый объем рынка цифровых карт, млн шт.



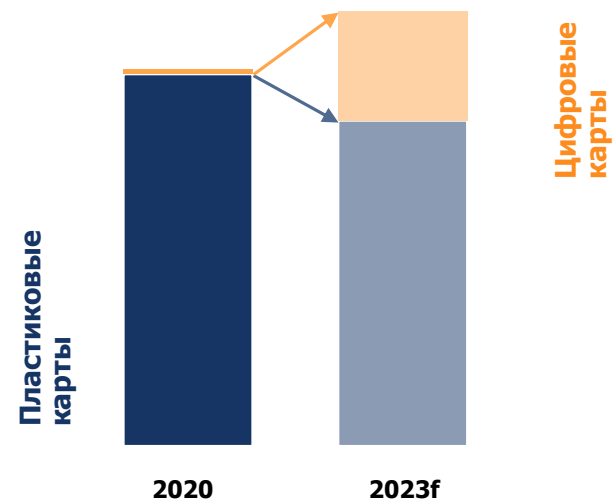
Количество цифровых карт, млн шт.

Источник: Frank RG, 2021 г.

Выпуск новых цифровых карт, млн шт.

Источник: Frank RG, 2021 г.

Структура рынка банковских платежных карт, %



Источник: Frank RG, 2021 г.

## Преимущества цифровых карт для банков



- XXXXX
- XXXX

Источник: официальные сайты банков, РБК, Frank RG 2021 г.

## Анализ предложения банков на рынке виртуальных карт (1/2)



XXXXXXXXXX

- 
- ◐
-

XXXXXXXXXX

- 
- ◐
- ◐
-

- XXXXXX
- ...
- ....
- XXXXX

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



## **4.1 Анализ продуктового предложения кредитных карт с reward-программами в 2020-21 гг.**

## Классификация reward-программ



### Cashback

**Универсальный**

XXXXXXXX

**Целевой**

XXXXXXXX



### Гибридные

XXXXXXXXXXXX

XXXXXXXX



### Бонусный cashback

Конвертация баллов в рубли на счет клиента

XXXXXXXX

Компенсация покупок

XXXXXXXX



### Бонусные программы

**Целевые бонусные программы**

XXXXXXXX

**Программы для путешественников**

XXXXXXXXXX

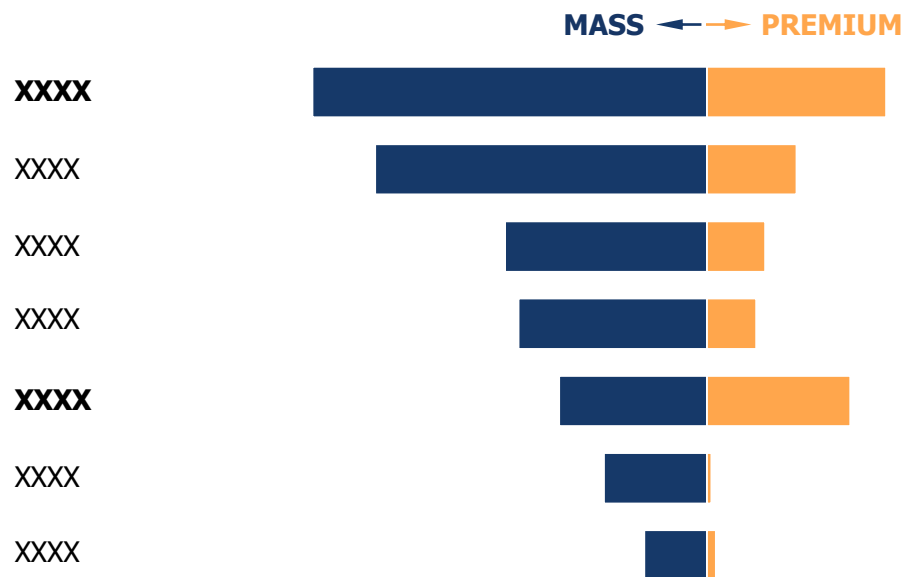
**Универсальные бонусные программы**

XXXXXXXXXX

## Особенности продуктовой линейки кредитных карт с reward-программами

Распределение кредитных карт по типам подключенных программ вознаграждений, количество карт

XXXXX



## Особенности продуктовой линейки кредитных карт с reward-программами: grace vs reward

Предложение reward-программ на кредитных картах, количество карт

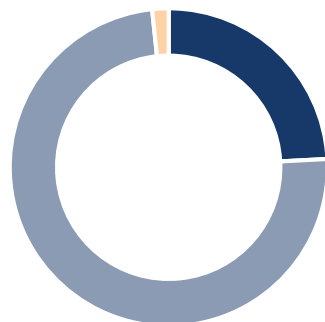
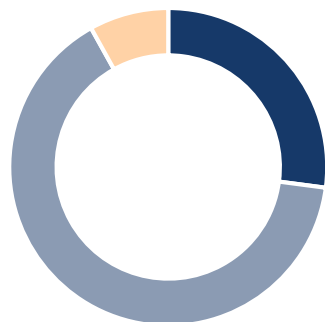
grace vs rewards

- XXXX

- XXXX

MASS

PREMIUM



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Особенности продуктовой линейки кредитных карт с reward-программами: начисление вознаграждений

Предложение reward-программ на кредитных картах,  
кол-во банков

• ...

Вознаграждение

MASS

PREMIUM



- Rewards по кредитным картам – более выгодные
- Симметричное предложение rewards по дебетовым и кредитным картам
- По кредитным картам - менее выгодные rewards

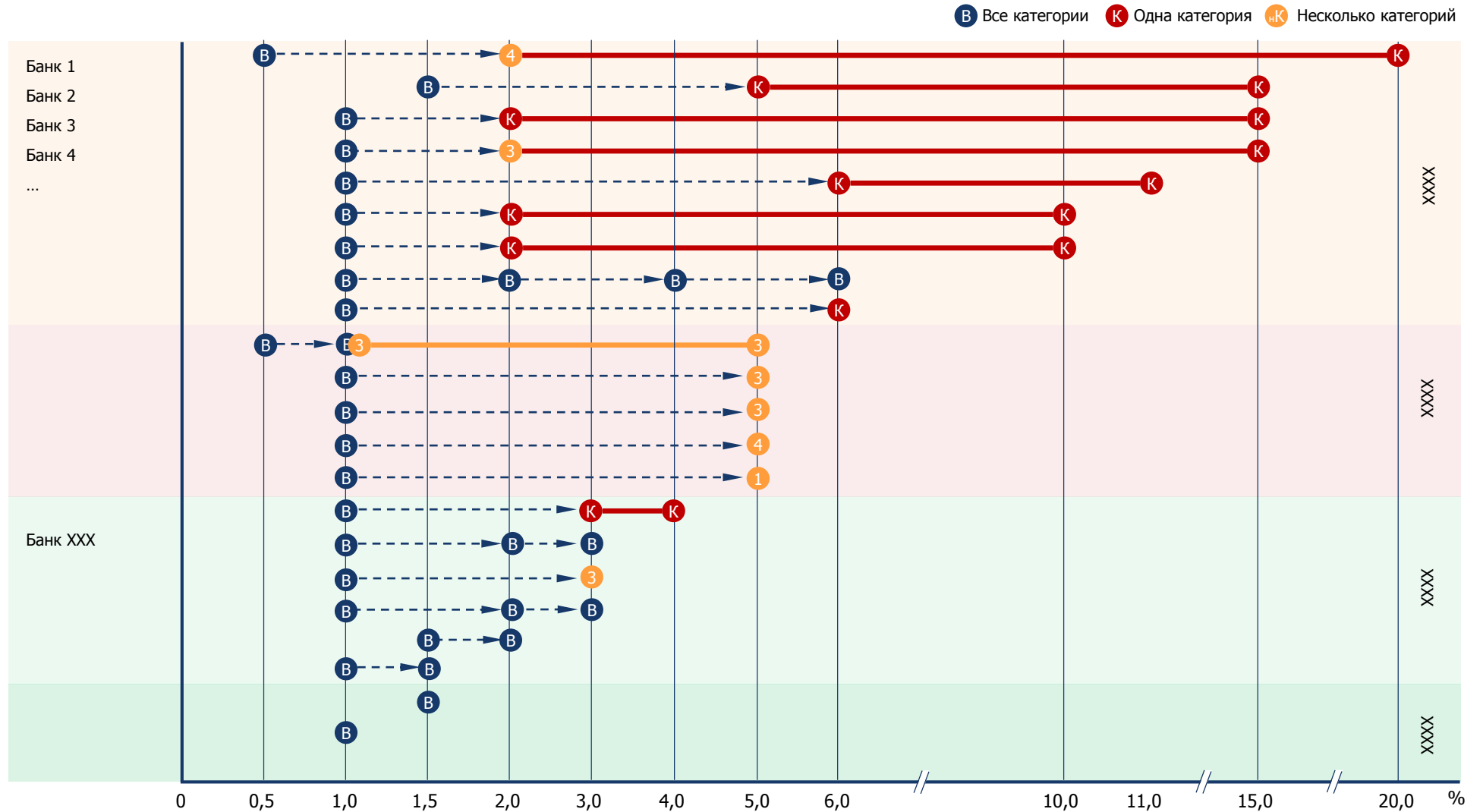
Источник: Frank RG, 2021 г.

## Группы механик reward-программ по флагманским кредитным картам

● В Все категории   
 ● К Одна категория   
 ● К Несколько категорий

#	Схема начисления вознаграждения	Банки	Описание
1		XXXX	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul>
2		XXXX	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul>
3		XXXX	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul>
4		XXXX	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul>

# Механики и уровень начисления в reward-программах по флагманским картам



## Исследуемые reward-программы банков

Банк	Cashback	Бонусный cashback	Универсальная бонусная	Целевая бонусная (retail)	Целевая бонусная (travel)	Целевая бонусная (прочие)	Гибридная	Сбережения	Заемщик
XXXXX	●	—	—	—	●●●●●	—	—		
XXXXX	●	—	—	✓✓✓✓✓	✓✓	✓✓✓	●		
XXXXX	—	●●●●●	—	●●	●●●	●	—		
XXXXX	●●●●●●●	—	—	—	—	—	—		
XXXXX	●●●	—	—	—	—	—	—		
XXXXX	●	●	—	—	●	—	—		
XXXXX	—	●	—	—	●	—	—		
XXXXX	●●	✓	—	—	●	✓	●		
XXXXX	—	✓✓	✓	●	✓	—	●●	✓	✓
XXXXX	●✓	—	—	—	●✓	●●	●		
XXXXX	●●●	—	—	—	—	—	—		
XXXXX	●	●●●●●●	—	—	●●	—	—		
XXXXX	●●●	●●	—	●●	—	—	—		
XXXXX	●●	—	—	—	—	—	—		
XXXXX	—	●●	—	—	—	●	—		✓
XXXXX	●●	—	—	●	—	●	—		
XXXXX	●●●●●✓	—	—	—	—	—	●	✓	
XXXXX	●	●	—	—	●●	●●	—		
XXXXX	—	●●	—	—	—	—	—	●	

Источник: Frank RG, 2021 г.



● существующие программы

● новые программы

✓✓ опции гибридных программ



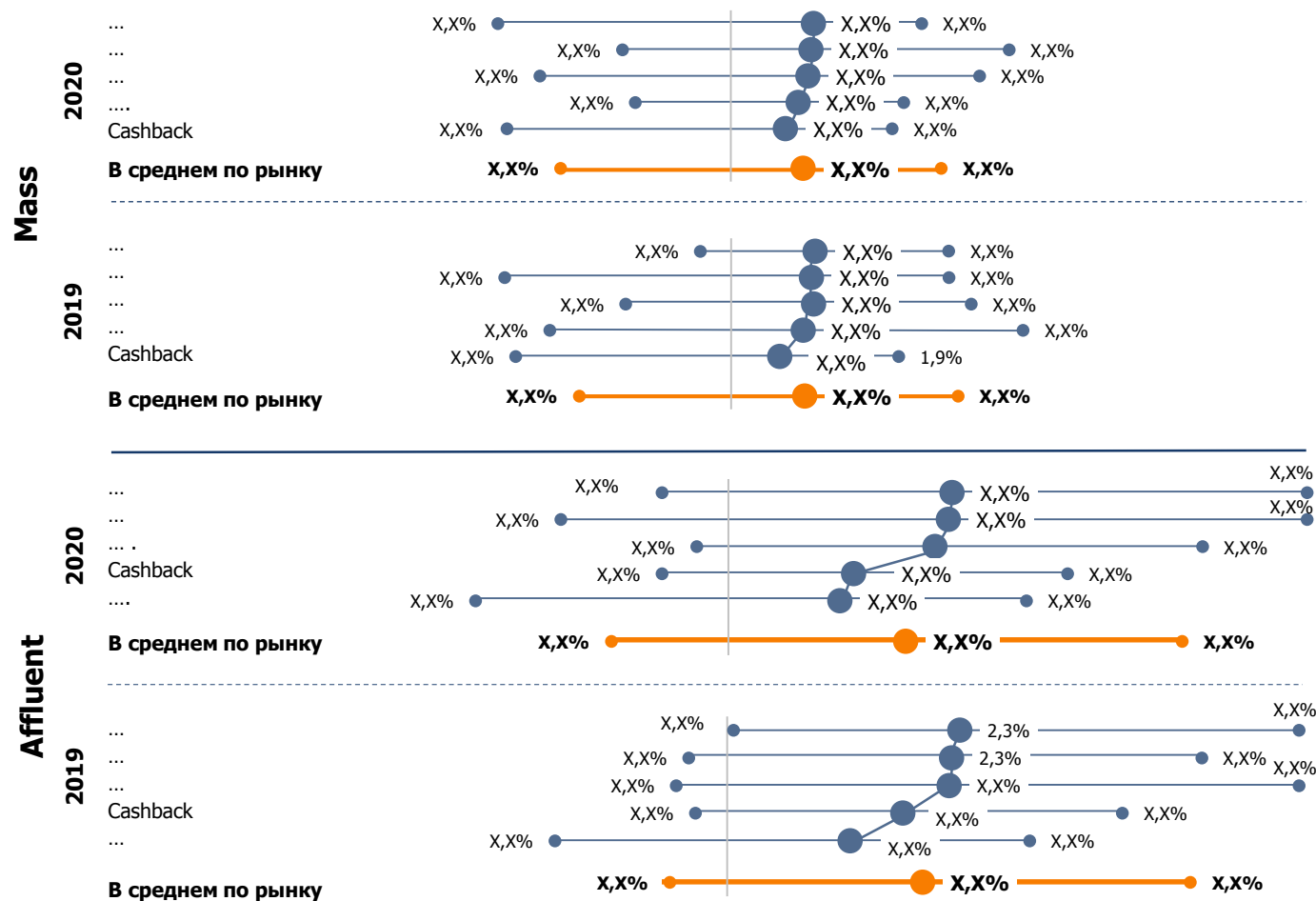
## Закрытые и открытые программы

Банк	 Закрывшиеся программы	 Новые программы
XXXXX	XXXXX	
XXXXX	XXXXX	
XXXXX		XXXXX
XXXXX	XXXXX	
XXXXX	XXXXX	
XXXXX		XXXXX
XXXXX	XXXXX	XXXXX
XXXXX	XXXXX	XXXXX
XXXXX		

## Выгода ... в премиальных картах и ... в массовых

Выгода

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



### Сегмент Mass

- В 2020 г. средняя выгода карт массового сегмента ...
- Выгода ... массового сегмента – среднее значение ...
- ... средних значений выгоды, наиболее выгодны ... программы, .... программы.

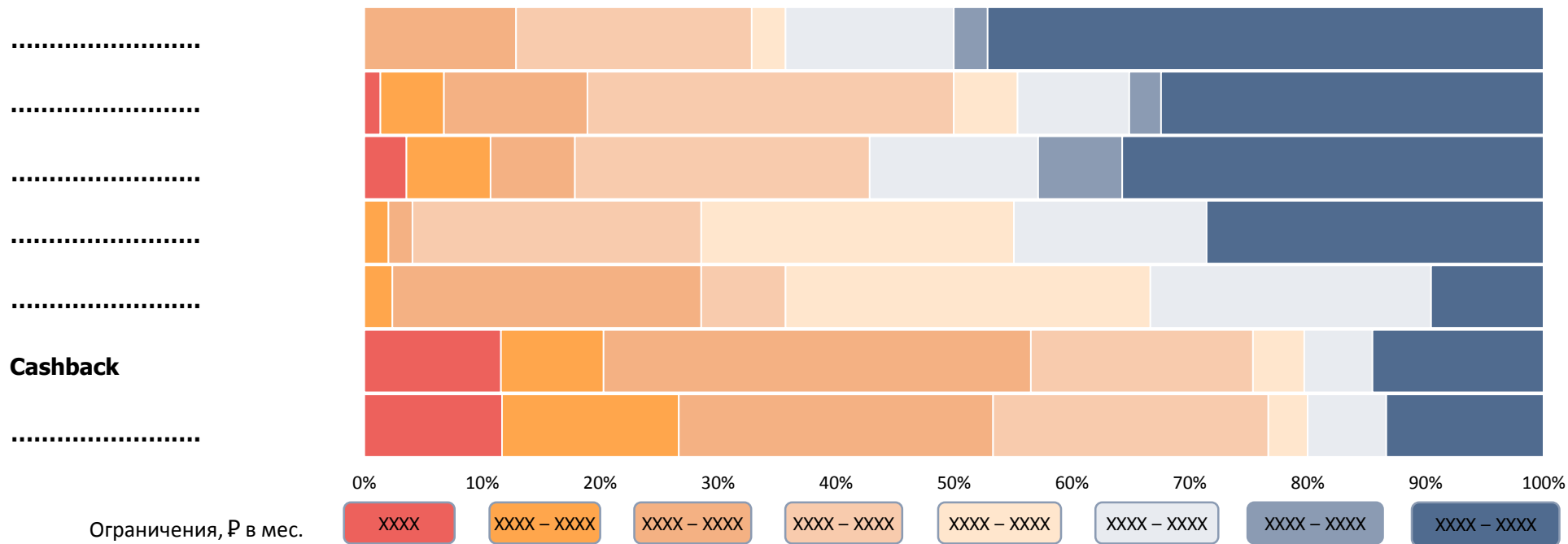
### Сегмент Affluent

- Средняя выгода в сегменте Affluent ... на X,X% и составила X,X%.
- ... программы ... выгодными с точки зрения ... доходности для Affluent сегмента – до X,X% ...
- Разрыв ... для данного сегмента – ... программ составляет X,X п.п.

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

Ограничения выгоды

Распределение ... программ по размеру ограничения ... (cap rate) в ... сегменте, % от общего количества программ



### Ключевые изменения

- ... доли программ .....
- Самые частые ограничения .....- от XXXX до XXXXX, в .... программах – XXXX – XXXX.
- Максимальный размер .....по ... типам программ ..... не превышает .....

# Трансформация партнерств

- XXXXX

## Динамика партнерских программ вознаграждений по банковским картам

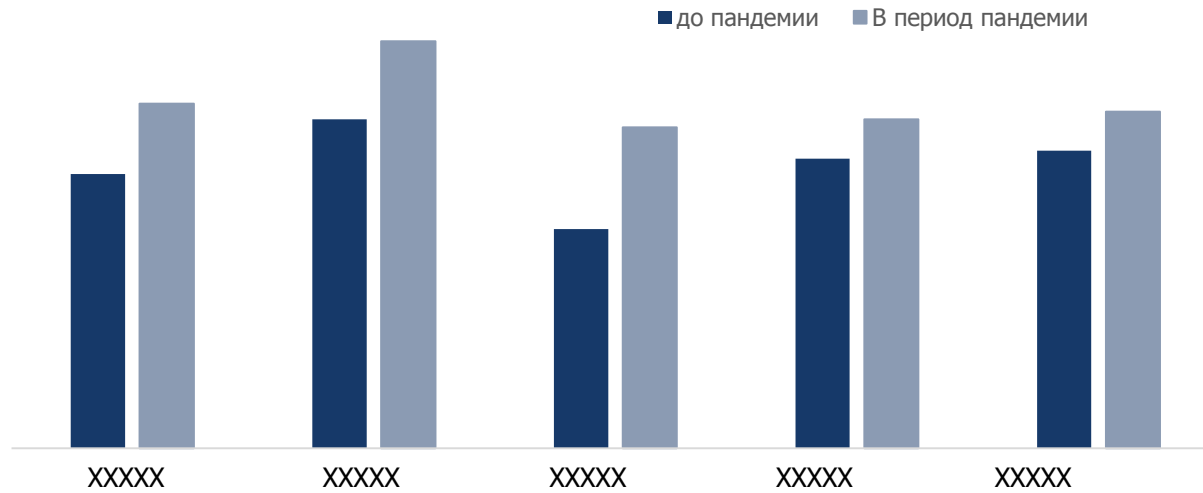
Количество партнерских программ	Изменение к XXXX	Изменение к XXXX	Опции в XXXX	XXXXX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX
XXXXX	XX	XX	XX	XX

Источник: Frank RG, 2021

## **4.2 Международный опыт развития банковских reward-программ в 2020 г.**

## Кредитные карты в США ...

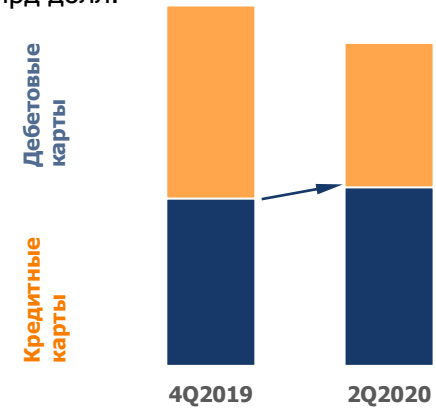
Доля оплаты покупок в магазинах США дебетовыми картами, %



Источник: PaymentsSource, Future of Money Survey, 2020

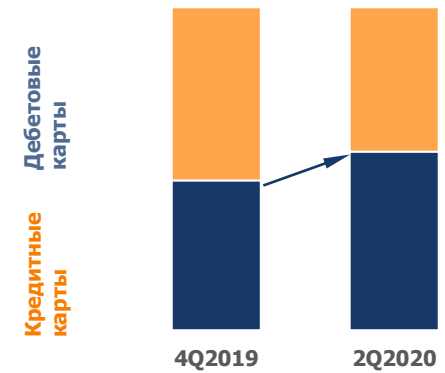
- XXXX
- XXXX
- XXXX

Безналичный оборот по картам в США, млрд долл.



Источник: Mercator Group research, 2020

Доля в объеме безналичных операций, %



Источник: PaymentsSource, Future of Money Survey, 2020

## COVID-19 ... бесконтактную оплату

XXXXX

XXXXX.

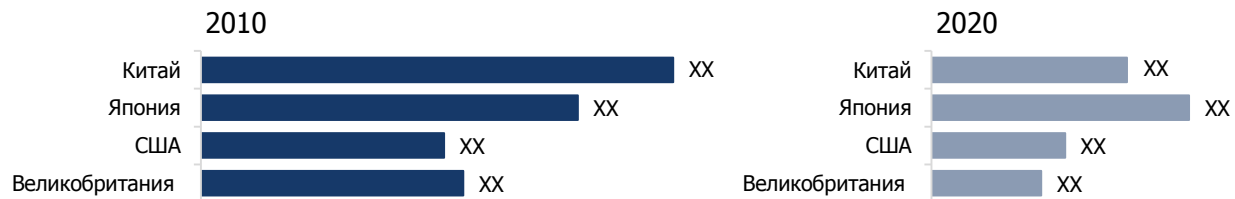
### Рост бесконтактной платежной индустрии доминирует

XXXX

XXXXX.

### Использование наличных в расчетах

Доля в общем объеме операций, %



XX%

XXXXXXXXXXXXXXXXXX



XX%

XXXXXXXXXXXXXX

XX%

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

XX%

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

# На пандемию банки отреагировали снижением ...

XXXX

## Case Study: XXXXX

XXXXX

XXXXX

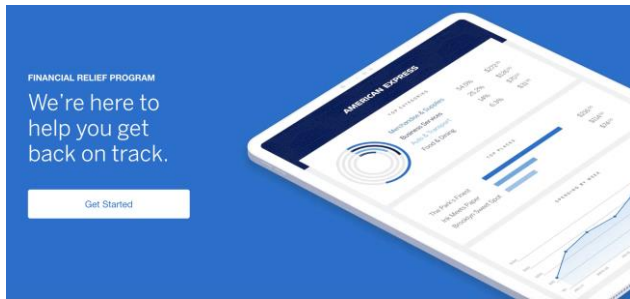
XXXXX

## Case Study: XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX



### Make It Easier to Pay

We may be able to help you by temporarily lowering monthly payments and interest rates.\*



### Use Your Card

Depending on your account status, our short-term plan may offer you the ability to make purchases within a reduced limit while you also make payments. Unlock this once you bring your balance below that limit.\*



### Statement Credit

Reduce your Citi card balance. Redeem points for a statement credit that will be applied to your account, in amounts up to \$250.

[GET DETAILS](#)

### Payment Towards Mortgage

You can use points to pay toward your mortgage. Get a check made out to your financial lending institution up to \$1,000. To redeem, call the ThankYou Service Center.

[GET DETAILS](#)

### Payment Towards Student Loan

Use points to help pay back your student loan with a check made out to the lender up to \$1,000. To redeem, call the ThankYou Service Center.

[GET DETAILS](#)



## Ландшафт лояльности меняется под влиянием пандемии

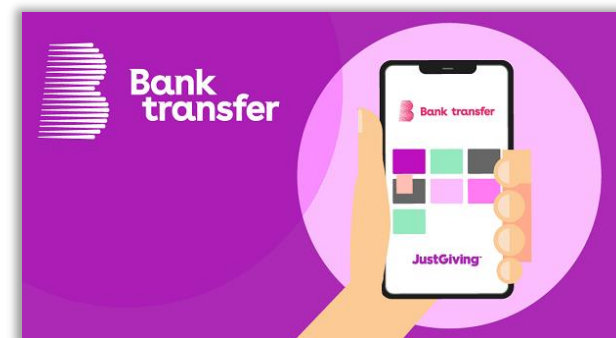
<b>XXXX</b>	<b>XXXXX</b>	<b>XXXX</b>
XXXXX	XXXXX	XXXXX
XXXXX	XXXXX	XXXXX
XXXXX	XXXXX	
XXXXX		XXXXX
XXXXX		XXXXX
XXXXX		.
XXXXX		
XXXXX		
XXXXX		



**Earn 6% Cash Back on Select U.S. Streaming Subscriptions**

Get rewarded for watching your favorite shows.†

<b>20% off</b> Zoom annual subscription	<b>25% off</b> 12 months eligible Slack paid plans
<b>50% off</b> Dropbox annual subscription	<b>3 months</b> of discounts on DoorDash
<b>\$100K</b> AWS credit	<b>25% off</b> Monday.com annual subscription



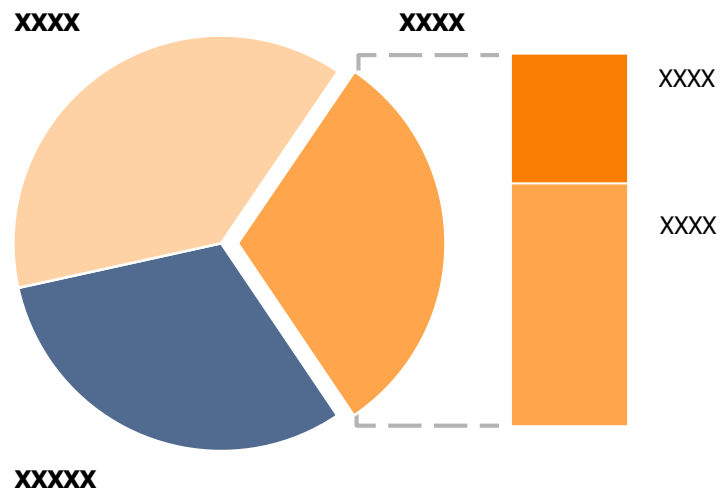
## Вознаграждения по программам лояльности....

XXXX

XXXXX

XXXXX

Полученные в 2020 г. вознаграждения держателями карт с reward-программами в XXX



Источник: Bankrate.com, онлайн-опрос 2000+ держателей кредитных карт, январь 2021  
<https://www.bankrate.com/finance/credit-cards/preferred-payments-survey/>

## **4.3 Актуальные вопросы развития банковских reward-программ в кредитных картах в 2020-2021 гг. (по итогам экспертных интервью)**

## XXXXX – основной тренд рынка кредитных карт

XXXXXX

---

- ...

- ....

X/XX

XXXXXX

---

XXXXXX

---

- ...
- ...
- ...

X/XX



XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX

Эксперты банков-участников исследования

## Разработка программ лояльности: подходы банков

XXXXXX

### Разработка программ лояльности по кредитным картам



XXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

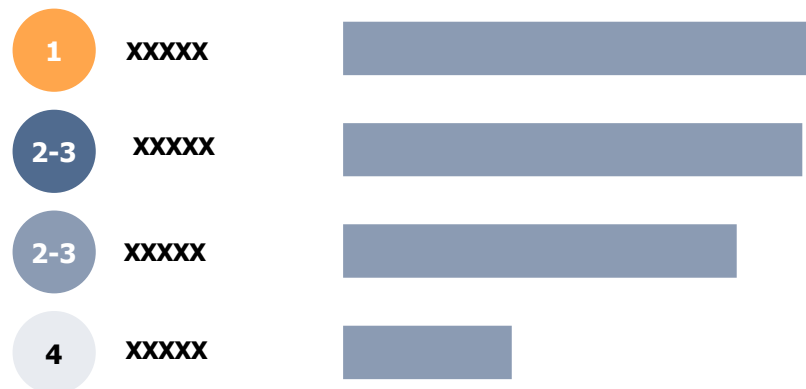
Эксперты банков-участников исследования

## XXXX становится ключевой задачей reward-программ наряду с XXXXXXXX

- XXXXX
- XXXXXXXX

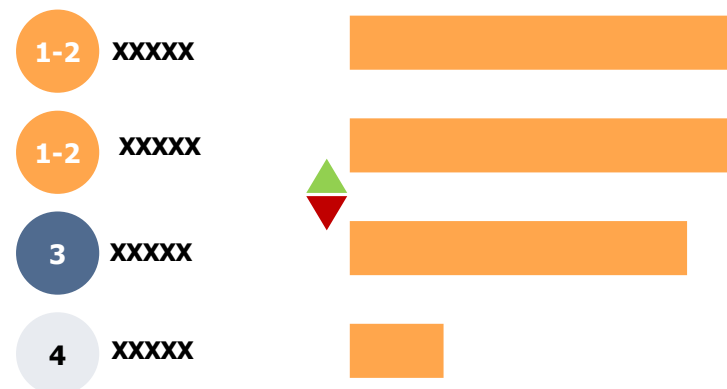
### Основные задачи для банка при управлении reward-программой по уровню важности, кол-во ответов 2019 vs. 2021

#### 2019



Источник: Frank RG, экспертные интервью, 2019 г.

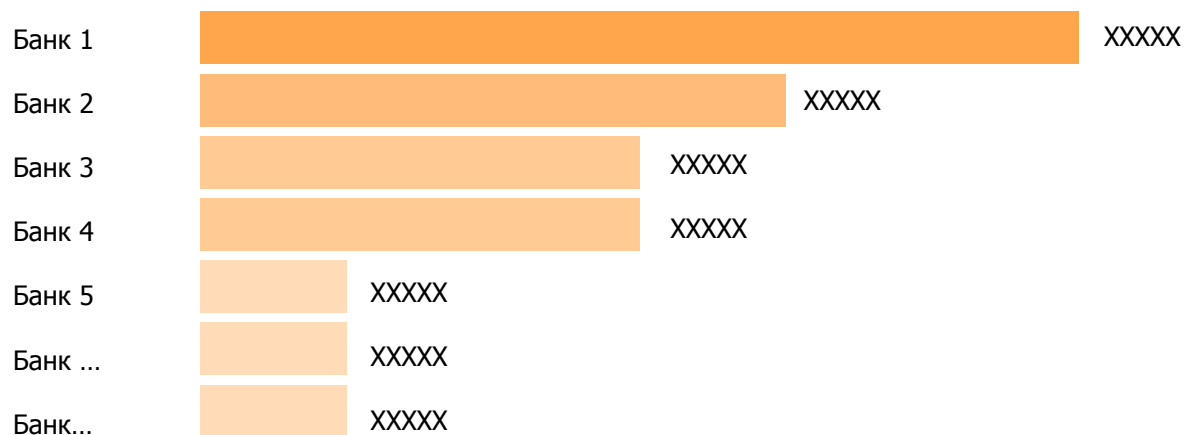
#### 2021



Источник: Frank RG, экспертные интервью, 2021 г.

## Лучшие практики рынка кредитных карт: банки и инициативы

Удачные решения конкурентов, процент упоминаний и основные выделяемые преимущества



XXXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXX

Эксперты банков-участников исследования

## **4.4 Общие выводы о состоянии рынка reward-программ**



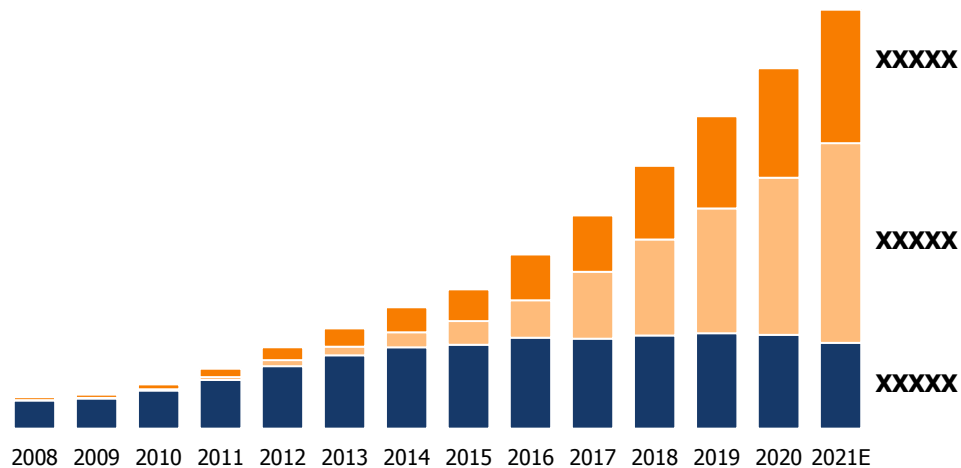
## Reward-программы – XXXX

### Сравнительные показатели банковских карт, XXXX

Показатели	Все карты	Карты с reward-программой
Соотношение POS/CASH транзакций, %	XX%	XX%
Средний чек, руб.	XXXX	XXXX
Среднемесячная частота операций безналичной оплаты товаров и услуг	XXXX	XXXX
Среднемесячный POS-оборот по карте, руб.	XXXX	XXXX
Динамика POS-оборота по карте за год, %	XX%	XX%

- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

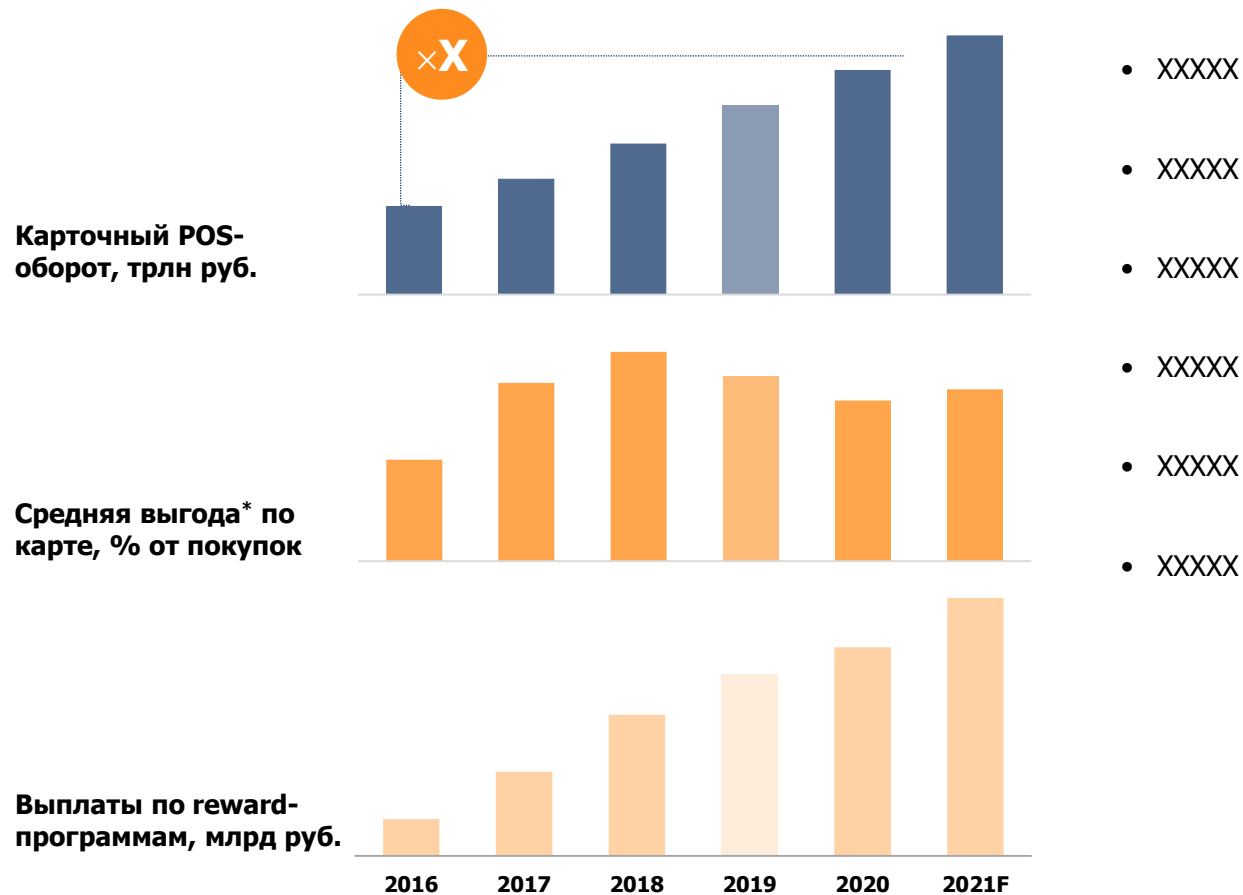
### Структура оборота по банковским картам в РФ, 2010-2020, %



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

## Выплаты по программам вознаграждений ..., ... выгода ...

### Характеристики рынка карт с reward-программами



• XXXXX

• XXXXX

• XXXXX

• XXXXX

• XXXXX

• XXXXX

• XXXXX

\* Выгода – полученное клиентом вознаграждение за вычетом расходов на выпуск и обслуживание карты, в % от трат.

Источник: ЦБ РФ, оценка Frank RG

## Выводы и тренды

### Предпосылки

- XXXX
- XXXX
- XXXXX

### Проблемы

- XXXX
- XXXX
- XXXXX

### Решения

- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX



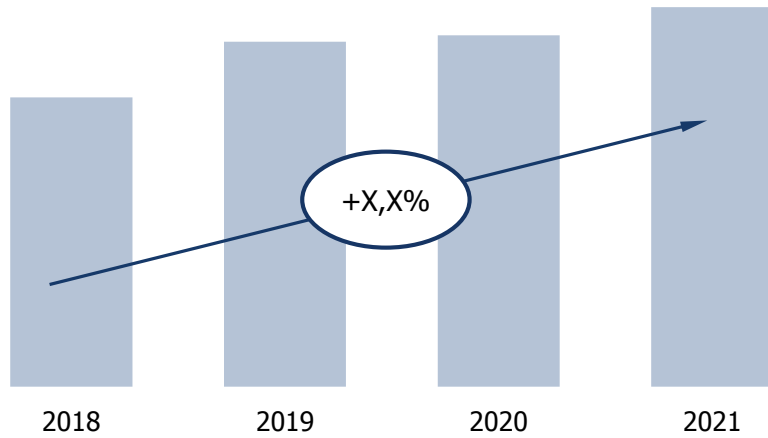
XXXXXX

# **5**      **Оценка рынка кредитных карт**

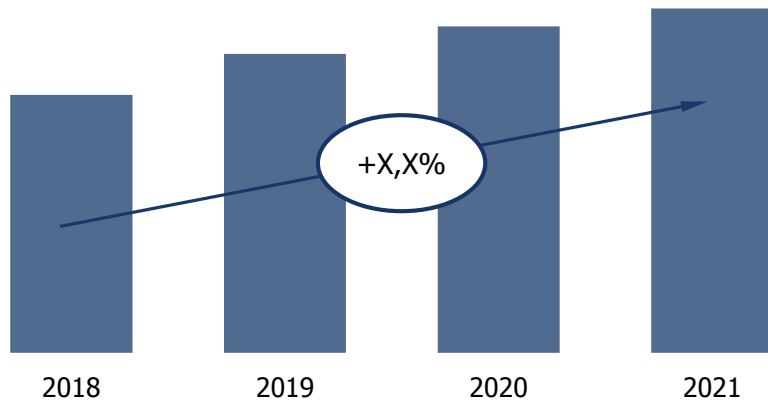
## Средний чек XXXX ....

XXXXX ....

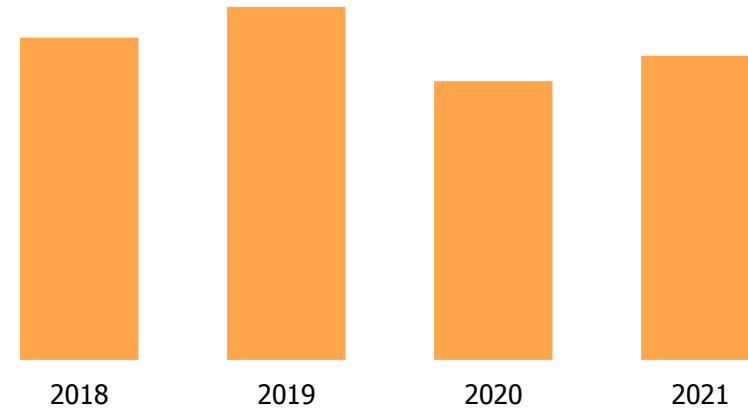
Портфель кредитных карт, млрд руб.



Средний чек задолженности по кредитным картам, руб.



Активные кредитные карты, тыс. шт.



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

## Структура рынка и доли участников

XXXXX

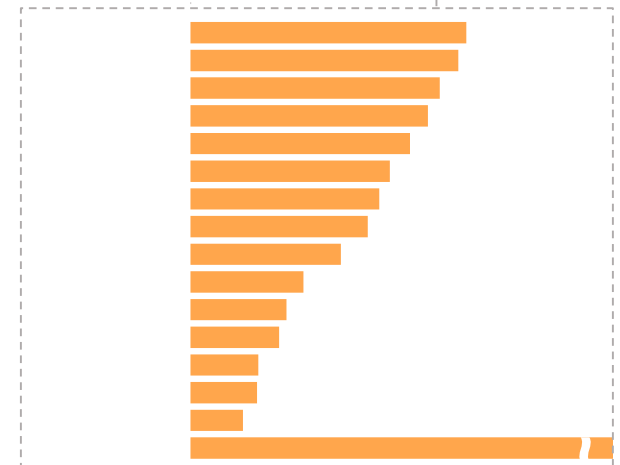
Структура рынка и доли участников по количеству активных кредитных карт, 2021, %



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX



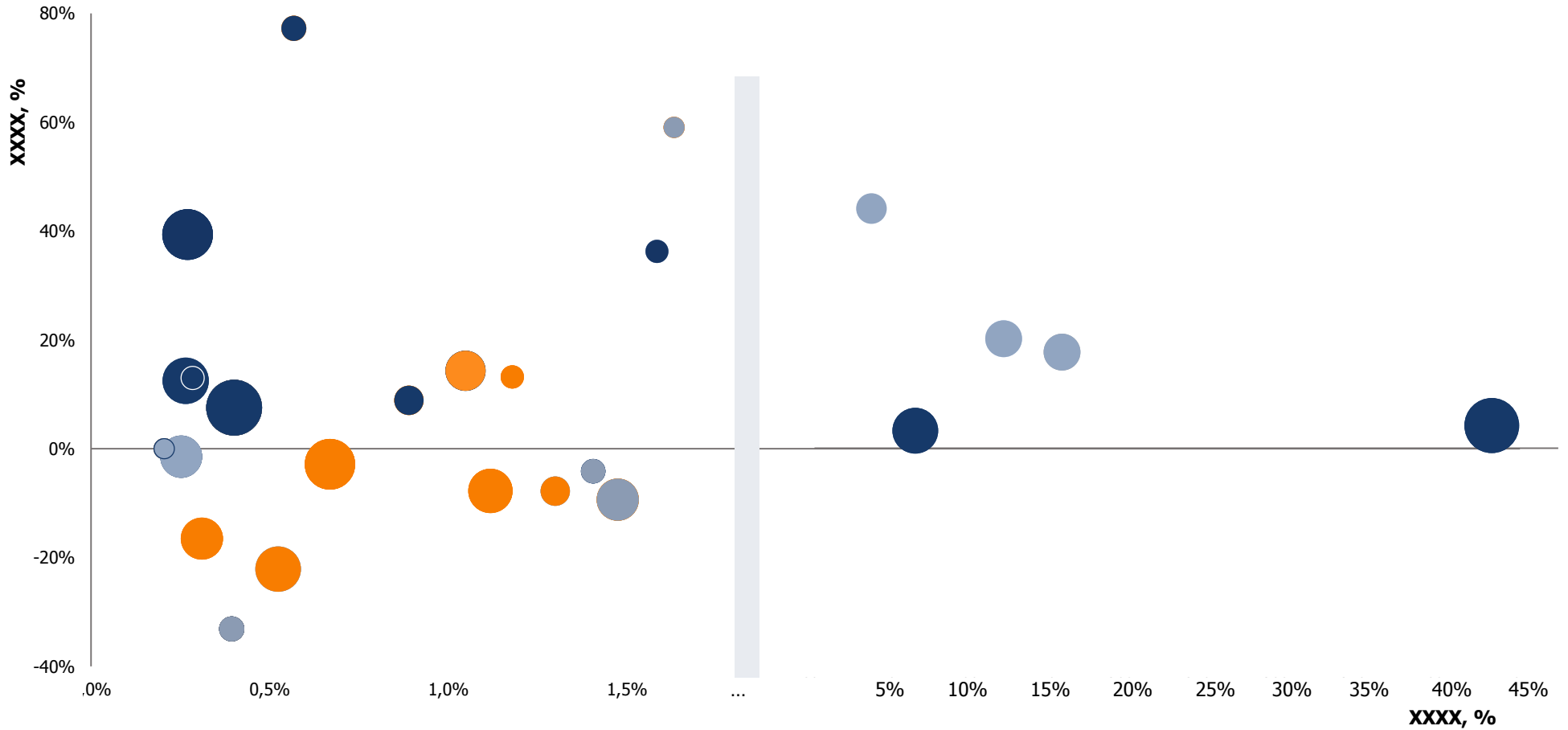
Структура рынка и доли участников по объему портфеля кредитных карт, 2021, %



## Доля XXXX банков составляет XX% рынка

- XXXXX
- XXXXXX

Доля рынка, динамика портфеля у-о-у и минимальная ставка, % XXXX по XXXX банкам

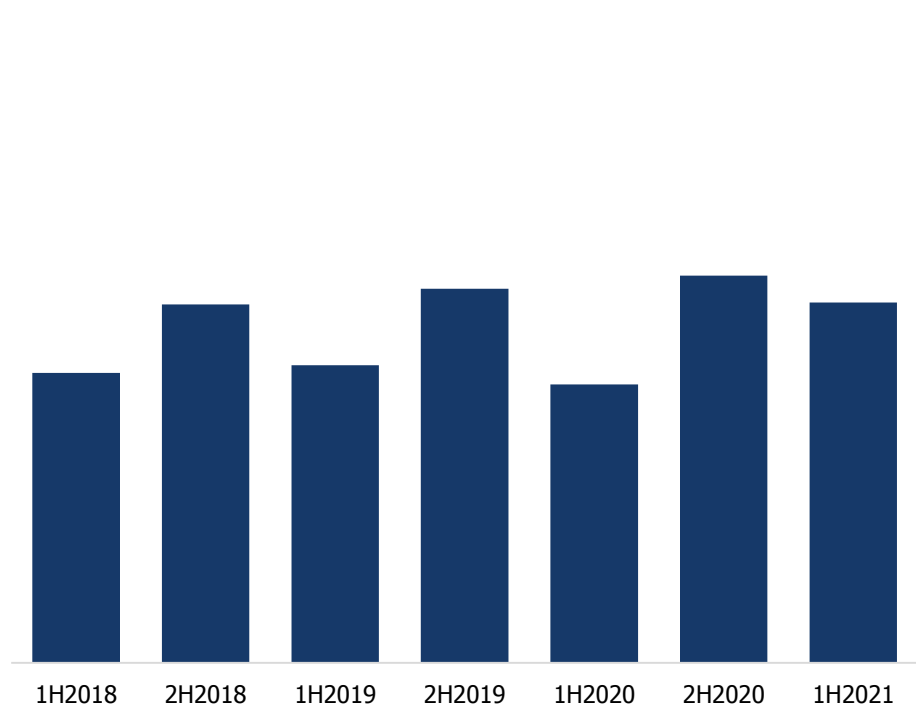


Источник: Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских услуг, 01.07.2021

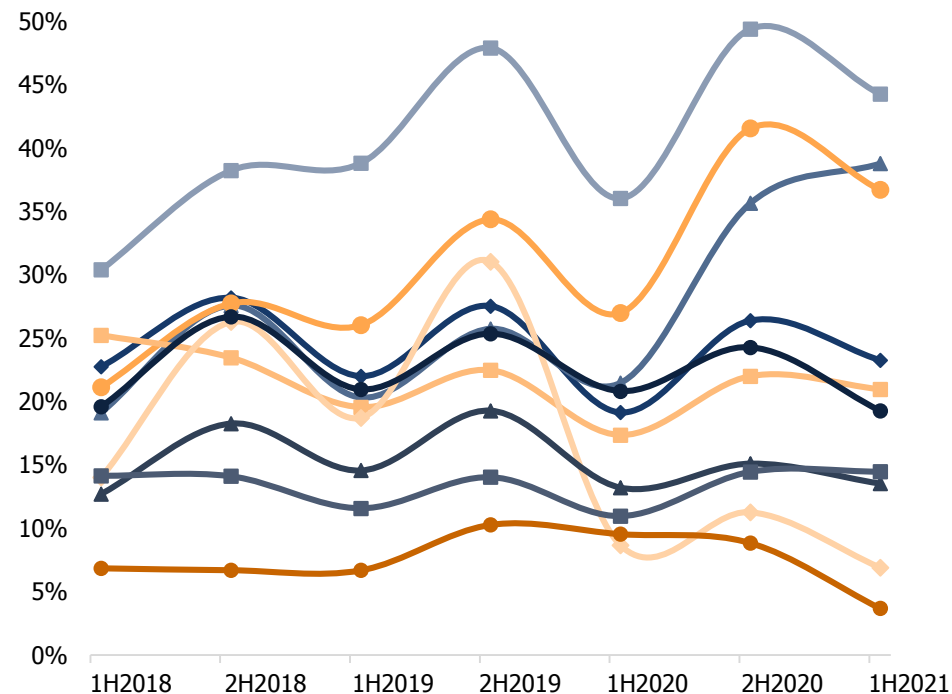
\* Размер точки по каждому игроку зависит от размера его процентной ставки

## Оборачиваемость портфелей кредитных карт ...

Амортизация совокупного портфеля кредитных карт, %



Динамика амортизации портфеля XXXX банков, %



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

Источник: Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских услуг, 01.07.2021

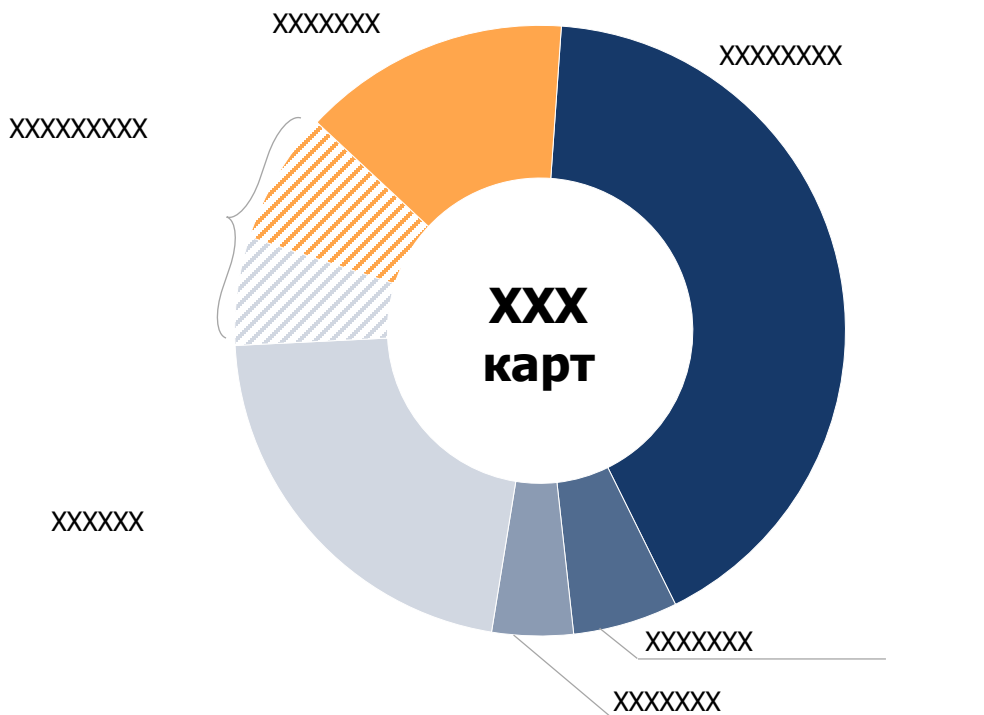


# **6 Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки кредитных карт**

## XXXX карты составляют XX% линейки кредитных карт

Структура линейки дебетовых карт, количество карт, 2020\*

- XXXXXXXX
- XXXXXXXX
- XXXXXXXX
- XXXXXXXX
- XXXXXXXX

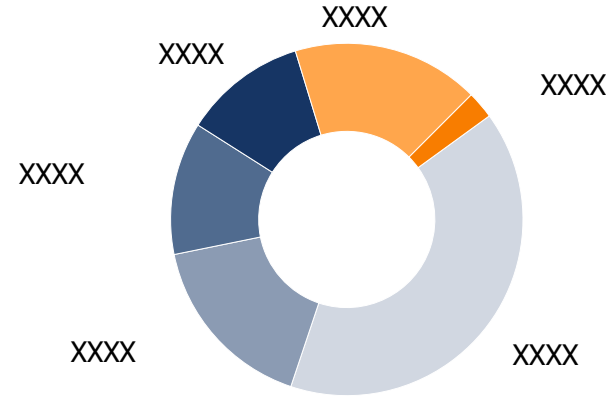


Источник: Frank RG, 2021 г.  
\* - на 01.01.2021

## Структура линейки кредитных карт: категории карт

- XXXXXX

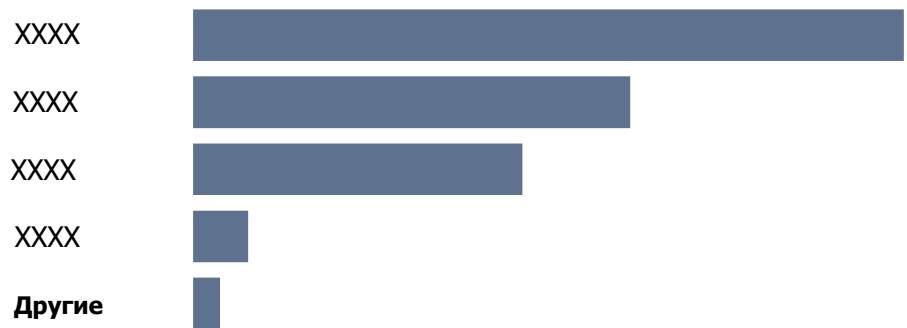
**Структура продуктового предложения кредитных карт по категориям карт, количество карт, 2020**



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXXXX

**Распределение продуктового предложения кредитных карт по платежным системам, количество карт, 2020**



Источник: Frank RG, 2021 г.

## Visa, MasterCard и МИР: конкуренция и эксклюзивность предложения карт

### Распределение карт между платежными системами Visa, MasterCard и МИР

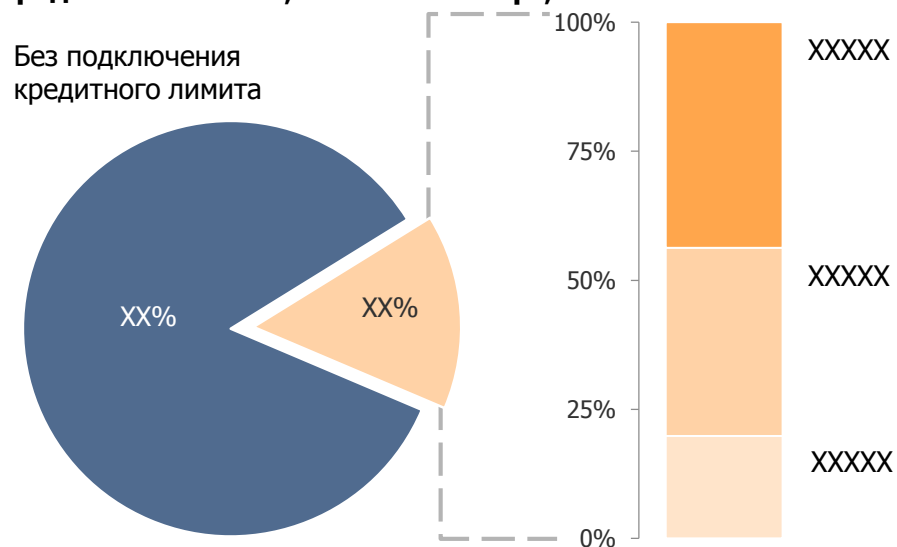
Банк*	MasterCard	Visa	МИР	Флагманский продукт
Сбербанк	XX	XX	XX	XX
ВТБ	XX	XX	XX	XX
ФК Открытие	XX	XX	XX	XX
Россельхозбанк	XX	XX	XX	XX
Росбанк	XX	XX	XX	XX
МКБ	XX	XX	XX	XX
Альфа-Банк	XX	XX	XX	XX
Почта Банк	XX	XX	XX	XX
ЮниКредит Банк	XX	XX	XX	XX
Промсвязьбанк	XX	XX	XX	XX
Банк Санкт-Петербург	XX	XX	XX	XX
Газпромбанк	XX	XX	XX	XX
Уралсиб	XX	XX	XX	XX
КБ Восточный	XX	XX	XX	XX
Хоум Кредит	XX	XX	XX	XX
УБРиР	XX	XX	XX	XX
Райффайзенбанк	XX	XX	XX	XX
Тинькофф Банк	XX	XX	XX	XX
Ситибанк	XX	XX	XX	XX
Совкомбанк	XX	XX	XX	XX
Ак Барс	XX	XX	XX	XX
Прочие участники исследования	XX	XX	XX	XX
<b>ИТОГО</b>	XX	XX	XX	XX

Источник: Frank RG, 2021 г.

\* - банки, входящие в топ-20 по объему портфеля на 01.01.2021

## Подключение кредитного лимита/овердрафта к дебетовым картам

Структура линейки дебетовых карт по возможности подключения кредитного лимита, количество карт, 2020

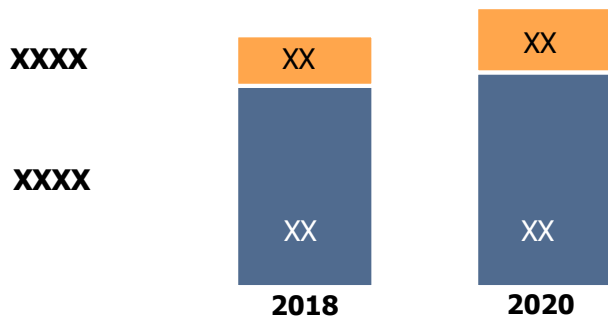


XXXXXX


## XXXX банков скорректировали линейки кредитных карт ...

Количество карт в продуктовых линейках банков

- XXXX
- XXXXX



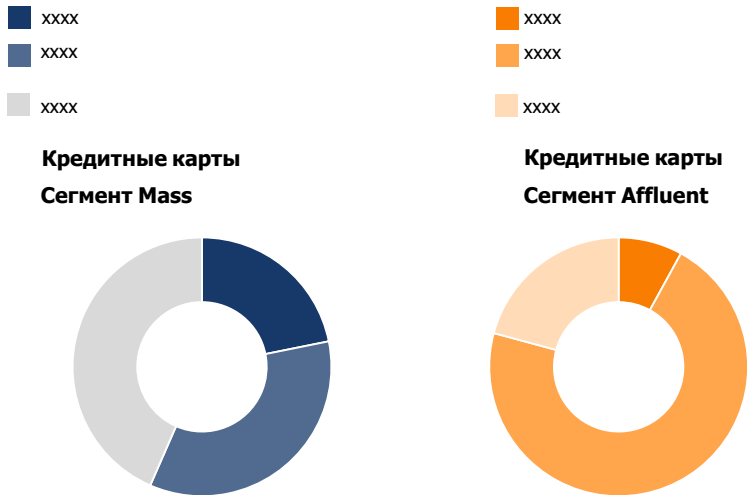
Источник: Frank RG, 2021

 Расширение линейки	 Сокращение/ унификация линейки	 Значительное обновление линейки	 Отсутствие значительных изменений	 Новые партнерские предложения	 Новое карточное предложение

Источник: Frank RG, 2021

## Стоимость обслуживания кредитных карт

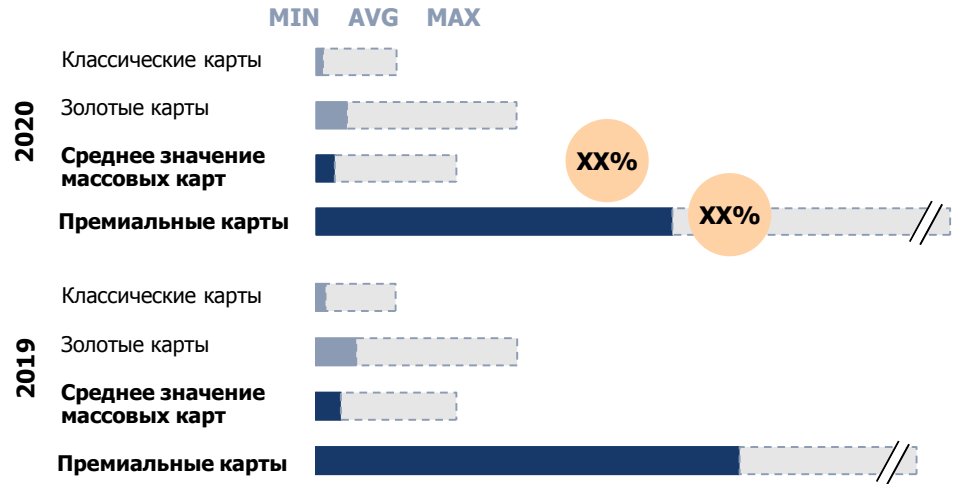
Распределение кредитных карт по условиям платности обслуживания, количество карт, 2020



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXXX.

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

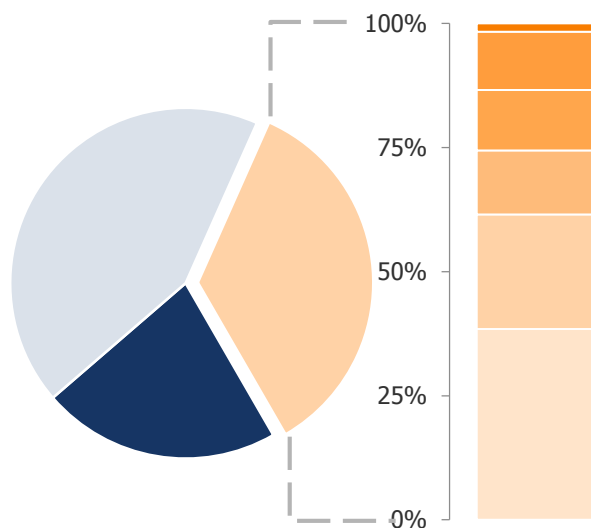


Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXX

## Траты по карте ...

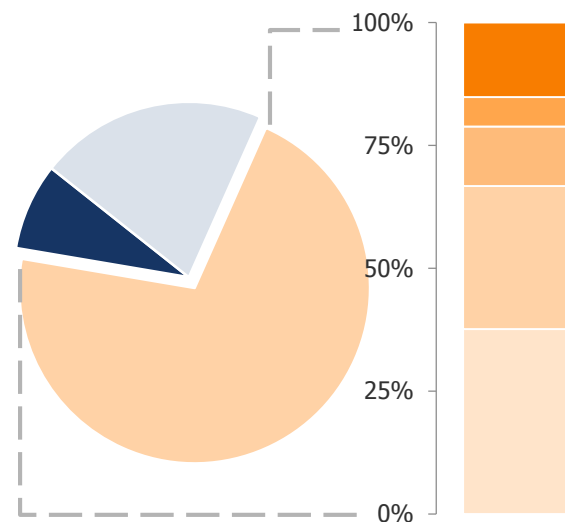
Критерии бесплатности обслуживания по кредитным картам, количество карт (Сегмент Mass)



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXX

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



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXX



## Привлечение клиентов в дистанционные каналы

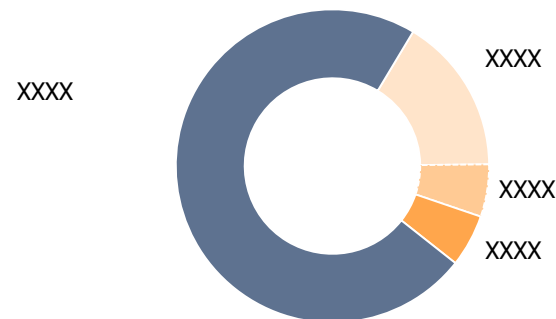
XXXX

XXXX

XXXX

XXXX

Поощрение клиентов за активность в онлайн-каналах обслуживания, количество банков



Источник: Frank RG, 2021 г.

Банк	Поощрение активности клиентов в онлайн-банке
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	XXXX
Банк XXXX	
Банк XXXX	

## Лимиты снятия наличных: разница сегментов

### Максимальные лимиты в месяц, количество карт (Сегмент Mass)



- XXXX
- XXXX
- XXXX

### Максимальные лимиты в месяц, количество карт (Сегмент Affluent)



- XXXXX
- XXXXX
- XXXX




## Самая большая партнерская сеть банкоматов – у XXX, XXXX и XXXX


Банк	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
XXXX		✓						✓							✓					
XXXX					✓	✓		✓	✓		✓	✓			✓					
XXXX							✓													
XXXX			✓			✓														
XXXX					✓								✓						✓	✓
XXXX		✓	✓	✓		✓	✓	✓					✓			✓		✓		
XXXX		✓	✓	✓						✓										
XXXX	✓	✓																		
XXXX		✓																		
XXXX			✓						✓											
XXXX		✓			✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓							
XXXX		✓	✓	✓	✓	✓			✓			✓	✓	✓				✓		
XXXX		✓	✓	✓		✓		✓			✓									
XXXX		✓	✓	✓		✓		✓												
XXXX																				
XXXX			✓															✓		
XXXX		✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓		✓	✓				✓		
XXXX				✓		✓						✓	✓							
XXXX																				

Источник: Frank RG, 2021 г.

✓ обоюдное партнерство    ✓ одностороннее партнерство

## Грейс-период неодинаков для разных типов транзакций по кредитным картам

Банк	Флагманское предложение	Грейс-период для покупок	Кол-во дней	Грейс-период для снятия наличных	Кол-во дней	Грейс-период для переводов	Кол-во дней	Минимальный платеж
XXXX	XXXX		XX		XXX		XX	-
XXXX	XXXX		XXX		XX		-	XX%
XXXX	XXXX		XXX		-		XX	XX руб.
XXXX	XXXX		-		XX		-	XX руб.
XXXX	XXXX		XX		XXX		-	
XXXX	XXXX		XXX		XX		-	-
XXXX	XXXX		XXX		-		-	XX%
XXXX	XXXX		XXX		XX		XX	XX руб.
XXXX	XXXX		XX		XX		XX	XX%

 Длинный (больше 3 мес.)

 Стандартный (<2 мес.)

 Нет

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

—	Рыночные стандарты	+
<p>XXXXXX Банк XXXX</p> <p>XXXXXX Банк XXXX</p>	<p><b>XXXXX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	<p>XXXXXX Банк XXXX</p>
<p>XXXXXX Банк XXXX</p>	<p><b>XXXXX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	<p>XXXXXX Банк XXXX</p>
	<p><b>XXXXX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	<p>XXXXXX Банк XXXX</p>
<p>XXXXXX Банк XXXX</p>	<p><b>XXXXX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	
	<p><b>XXXXX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	<p>XXXXXX Банк XXXX</p>
<p>XXXXXX Банк XXXX</p>	<p><b>XXXXX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXX</li> </ul>	

# **7 Анализ эффективности управления портфелями кредитных карт на основе benchmark**

## Показатели, раскрываемые в бенчмарк-исследовании

### Собираемые показатели

1. Количество клиентов с действующими кредитными картами
2. Количество клиентов с подключенным онлайн-банком
3. Количество входов в онлайн-банк
4. Количество действующих карт
5. Количество активных карт
6. Одобренный кредитный лимит по действующим картам
7. Одобренный кредитный лимит по активным картам
8. Ссудная задолженность по активным картам
9. Просроченная задолженность по всем кредитным картам
10. Количество карт с просроченной задолженностью
11. Количество новых выданных карт
12. Количество новых активных карт
13. Одобренный кредитный лимит по новым картам
14. POS-транзакции (объем, кол-во операций)
15. Снятие наличных (объем, кол-во операций)
16. Внешние переводы (объем, кол-во операций)
17. Внесение наличных (объем, кол-во операций)
18. Сумма начисленных вознаграждений по reward-программам
19. Расходы по программам лояльности
20. Использование кредитного лимита
21. Среднее количество банковских продуктов на 1 держателя кредитной карты
22. Среднее количество кредитных продуктов на 1 держателя кредитной карты

### Детализация показателей по картам:

- по подключению к reward-программам
- по токенизации
- по программам рефинансирования

### Детализация данных

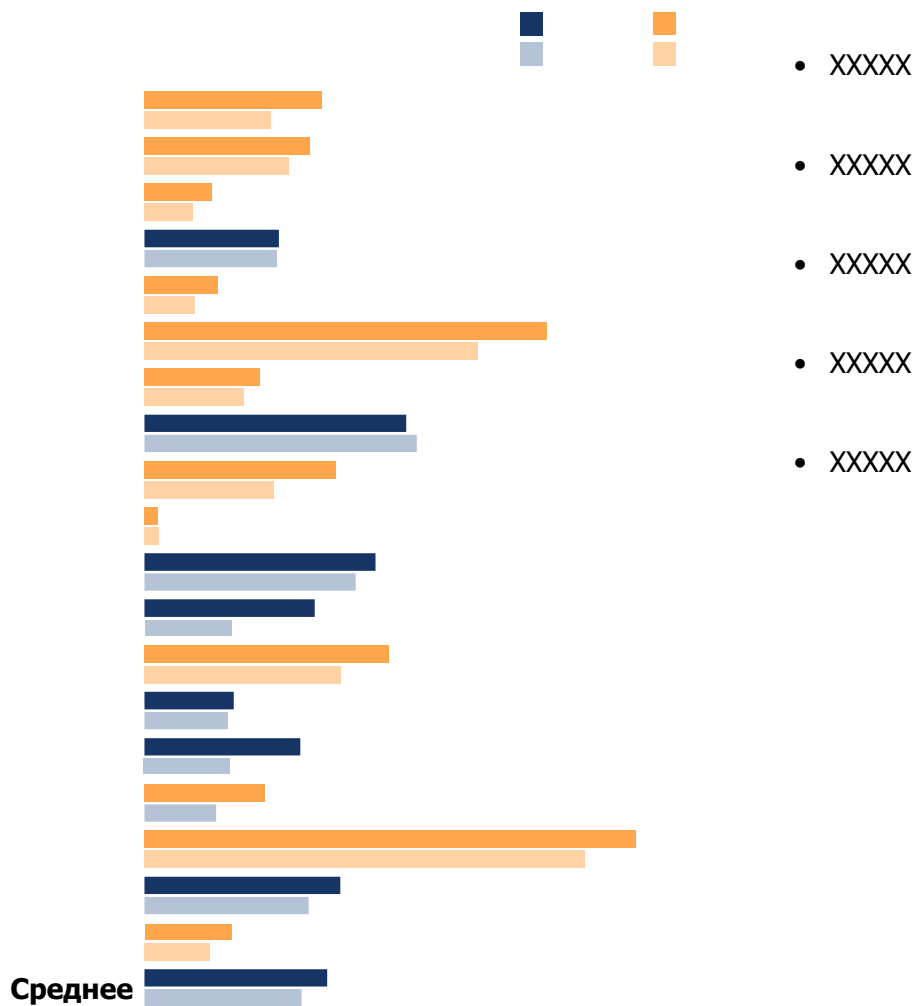
- В разрезе банков (для участников обмена данными)
- В среднем по рынку (для прочих получателей отчета)

### + расчетные аналитические показатели

1. Проникновение в онлайн-банк, %
2. MAU/DAU
3. Количество действующих карт на 1 клиента
4. Количество активных карт на 1 клиента
5. Доля активных карт
6. Подключение действующих карт к reward-программам
7. Токенизация действующих карт
8. Доля активных карт с reward-программами
9. Доля активных токенизированных карт
10. Динамика количества клиентов q-o-q, y-o-y
11. Динамика количества активных карт q-o-q, y-o-y
12. Средний одобренный лимит на 1 действующую карту
13. Средний одобренный лимит на 1 активную карту
14. Средний одобренный лимит на 1 новую активную карту
15. Средний объем ссудной задолженности на 1 активную карту
16. Доля просроченной задолженности в кредитном портфеле, %
17. Динамика просроченной задолженности q-o-q, y-o-y
18. Доля активных карт в динамике
19. Динамика продаж q-o-q, y-o-y
20. Коэфф-т оттока активных карт за период q-o-q, y-o-y
21. Коэфф-т оттока действующих карт за период q-o-q, y-o-y
22. Структура операций по картам (Cash/POS/Transfers out)
23. Среднемесячный оборот по карте, руб. в динамике
24. Средние чеки покупок, снятия наличных, внешних переводов
25. Частота покупок, снятия наличных, внешних переводов в мес.
26. Доля кредитных средств в обороте по карте
27. Расходы на программы лояльности, % от POS-оборота в динамике
28. Утилизация бонусов в динамике
29. Динамика кросс-продаж банковских продуктов держателям кредитных карт
30. Динамика кросс-продаж кредитных продуктов держателям кредитных карт

## Просроченная задолженность по кредитным картам достигла XX%

Доля просроченной задолженности в портфеле (NPL 90+), %

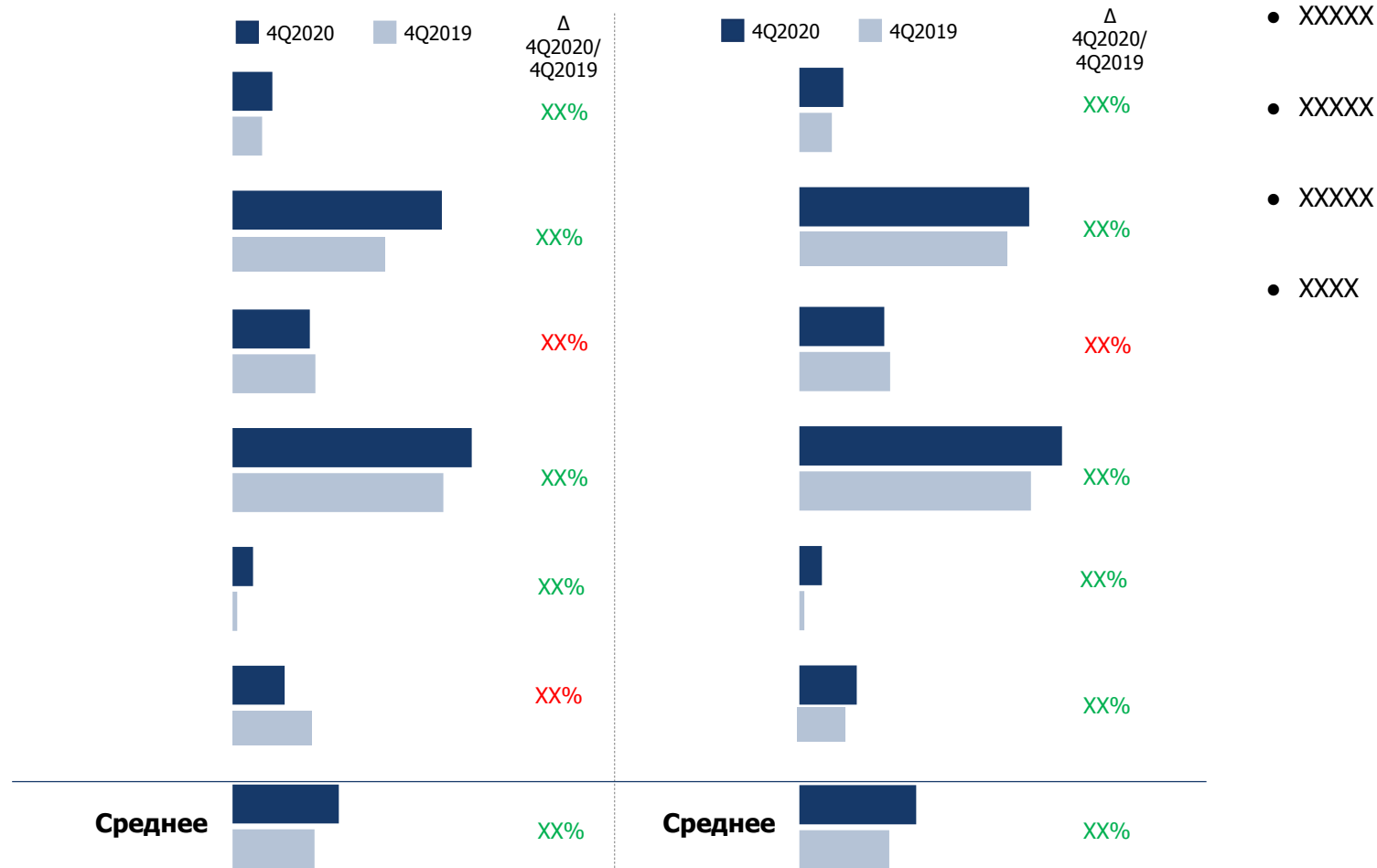




## Частота пользования онлайн-банком активными клиентами

**Ежедневная частота пользования онлайн-банком, кол-во раз в день на 1 активного клиента**

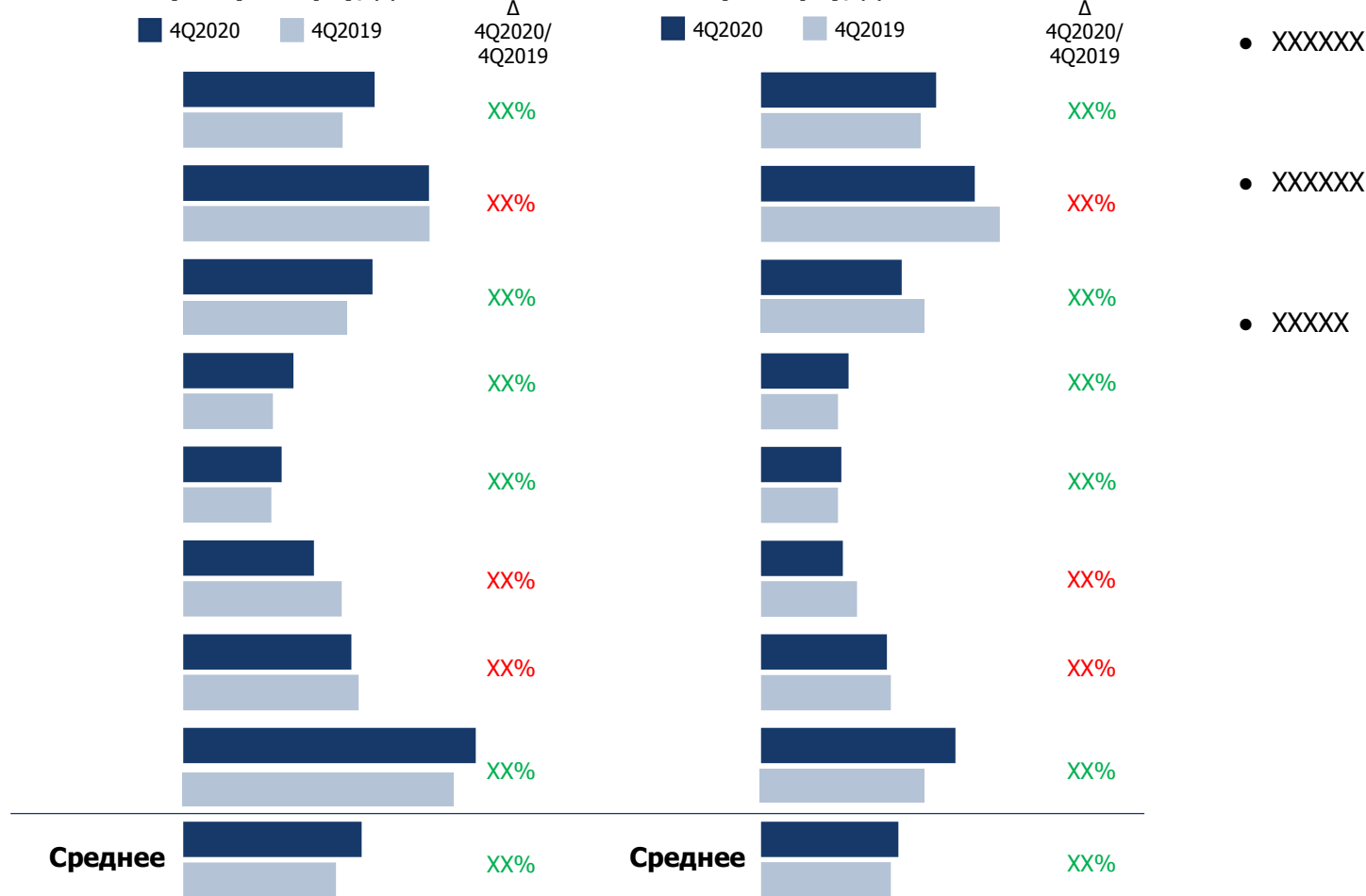
**Ежемесячная частота пользования онлайн-банком, кол-во раз в месяц на 1 активного клиента**



## Динамика среднего одобренного кредитного лимита

Средний одобренный лимит на 1 действующую карту, руб.

Средний одобренный лимит на 1 активную карту, руб.



# Структура транзакций по картам

Структура оборотов по одной карте, %

■ Cash out 
 ■ POS 
 ■ Переводы 
 ■ POS (интернет-эквайринг) 
 ■ Cash in

Объем, руб.

XXXXXX

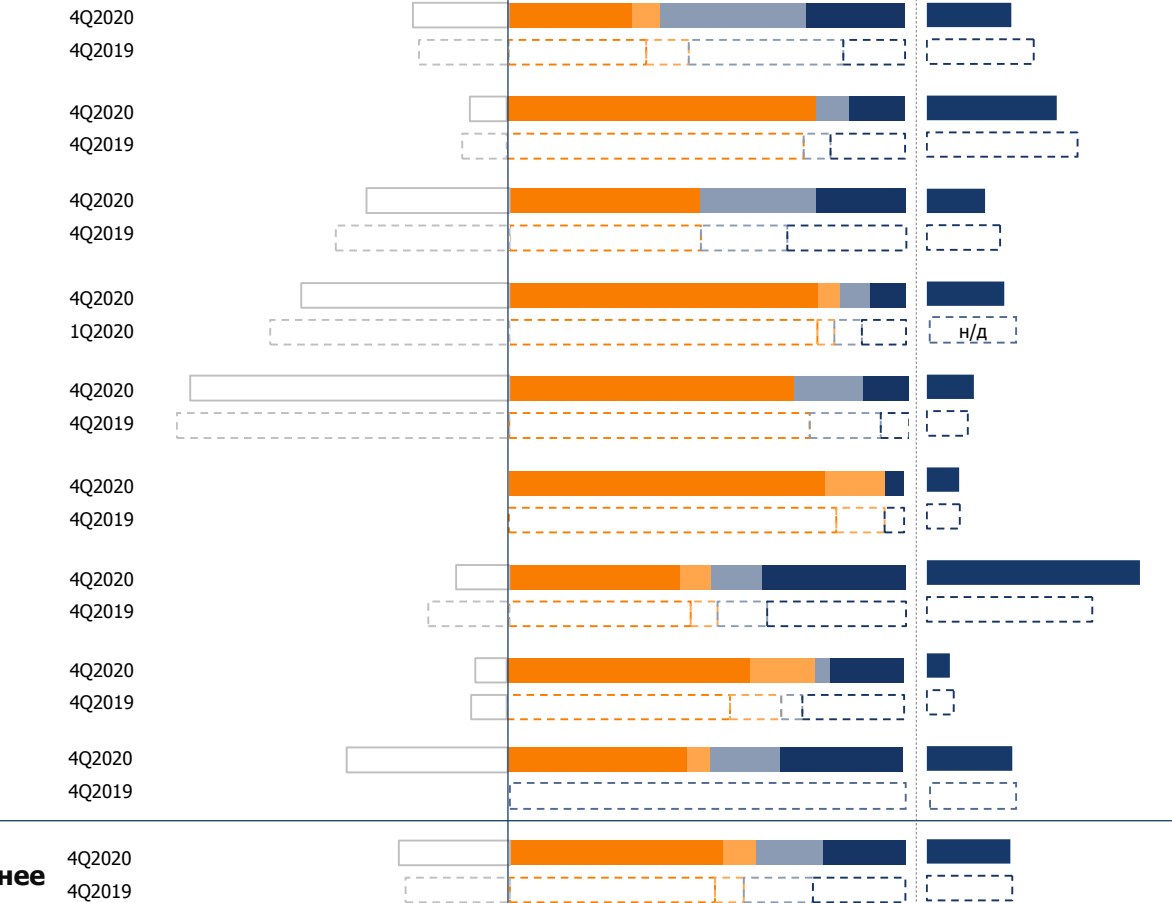
XXXXXX

XXXX

XXXXX

XXXXX

Среднее

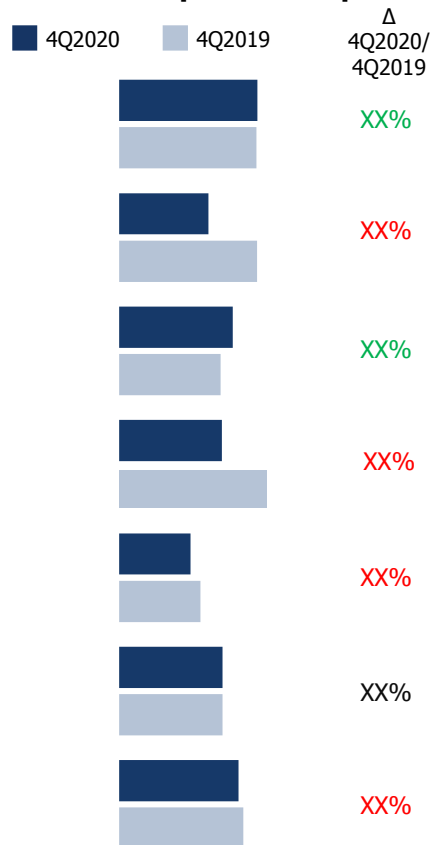


\*Отношение объема видов транзакций к общему объему расходных операций

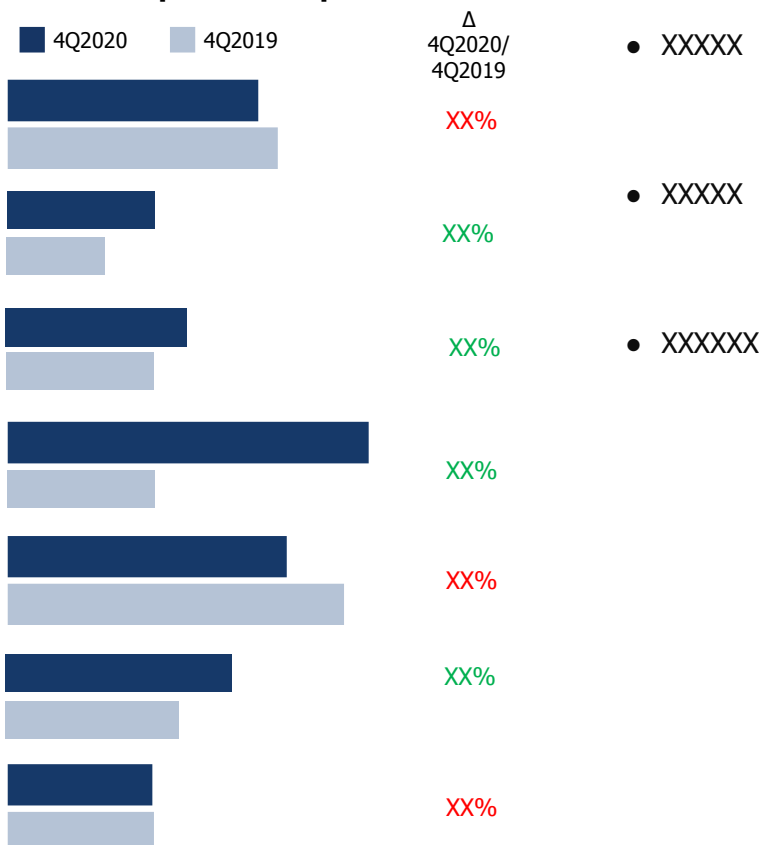
Источник: Frank RG

## Влияние reward-программ и токенизации на POS-оборот по карте

Мультипликатор влияния reward-программ на POS-оборот по 1 карте



Мультипликатор влияния токенизации на POS-оборот по 1 карте



Среднее\*



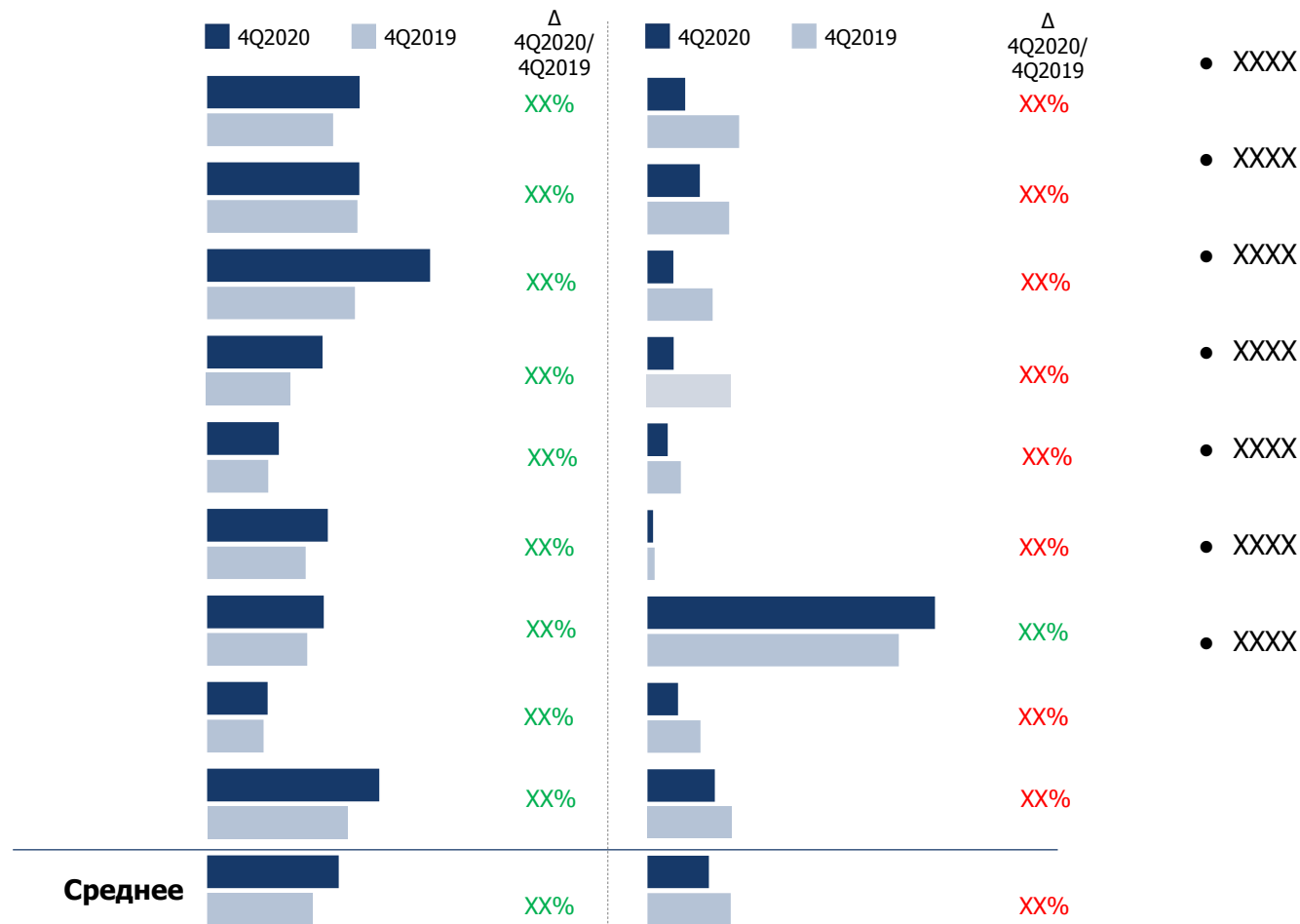
Статистика по активным дебетовым картам.  
Источник: Frank RG

## Средний чек и частота снятия наличных

Средний чек снятия наличных, руб.

Частота снятия наличных, в месяц

● XXXX



## Расходы на программу лояльности

Расходы на программу лояльности к POS-обороту, %

Утилизация бонусов, %

● XXXX



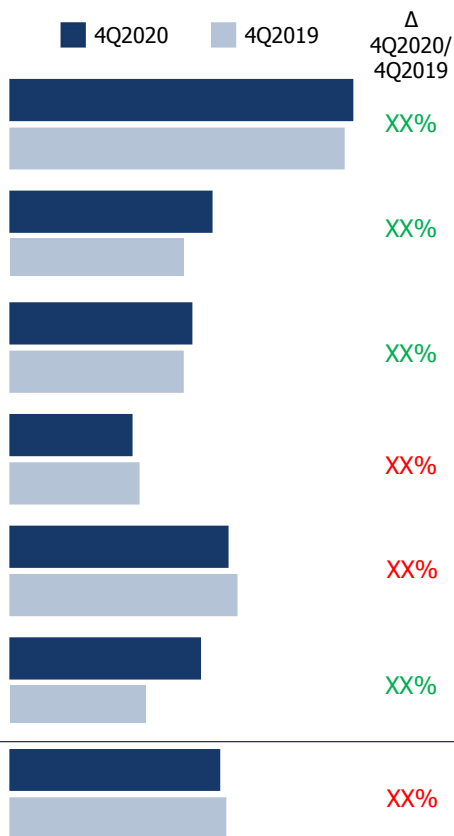
● XXXX

● XXXX

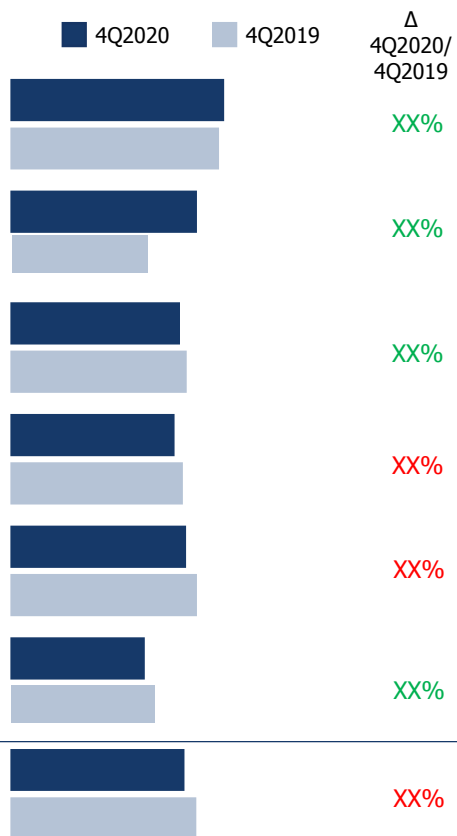
● XXXX

## Эффективность кросс-продаж через кредитные карты XXXX

Кол-во банковских продуктов на 1 клиента, ед.



Кол-во кредитных продуктов на 1 клиента, ед.



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXXX
- XXXXXX
- XXXXX

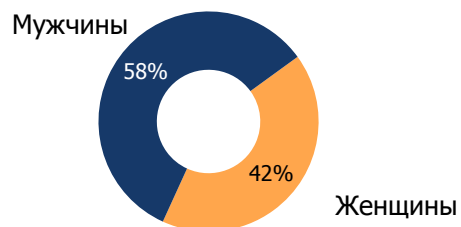
# **8 Анализ предпочтений активных клиентов – держателей кредитных карт (Voice of the Customer)**



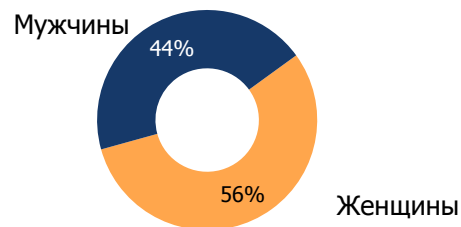
## Социально-демографические характеристики выборки (1/2)

### Распределение по полу

#### Участники опроса

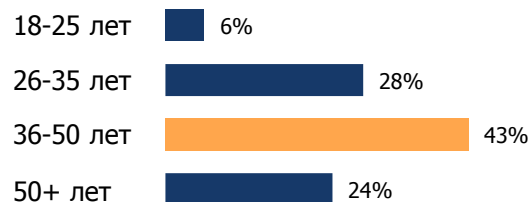


#### Генеральная выборка (Росстат)

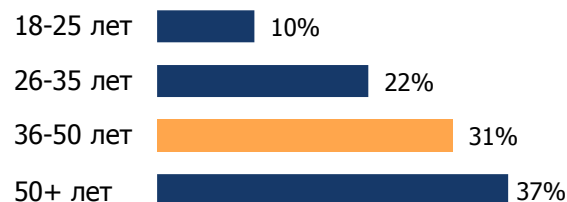


### Распределение по возрасту

#### Участники опроса

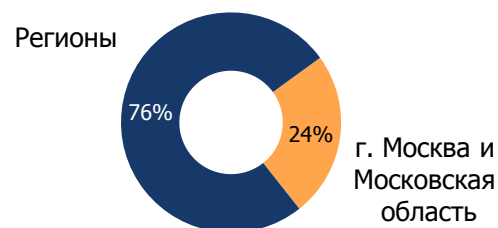


#### Генеральная выборка (Росстат)

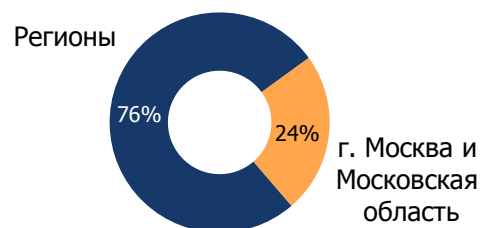


### Географическое распределение

#### Участники опроса



#### Генеральная выборка (ЦБ РФ)

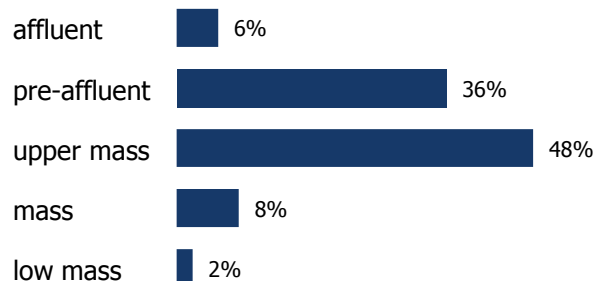


- В структуре клиентов карт с reward-программами преобладают мужчины. Однако смещение выборки не слишком значительно - доля мужчин по опросу составляет 58% против 44% по данным Росстата. Это связано со смещением выборки по возрастному распределению (из самой возрастной группы 50+, где преобладает женское население, в группу 36-50)
- По возрастному распределению выборка активных пользователей карт с reward-программами также отличается от генеральной выборки жителей России. Значительное смещение наблюдается в сегментах 36-50 лет и свыше 50 лет за счет перераспределения долей в пользу более молодого и наиболее активного с точки зрения потребления банковских услуг сегмента. По мнению Frank RG, это не уменьшает представительности полученных данных, так как население в возрасте свыше 50 лет (особенно старше) в меньшей степени является потребителем финансовых услуг.
- Значительно отличается от генеральной выборки жителей РФ региональное распределение активных держателей карт с reward-программами. Так, в среднем доля пользователей «столичных» регионов (Москва, Моск. область) составляет 24%, что значительно больше доли этих регионов в населении РФ (13%). Однако в общем количестве операций с картами резидентов (по данным ЦБ РФ), доля столичных регионов совпадает с данными выборки. Таким образом, в этом разрезе данные исследования адекватно отражают распределение населения.

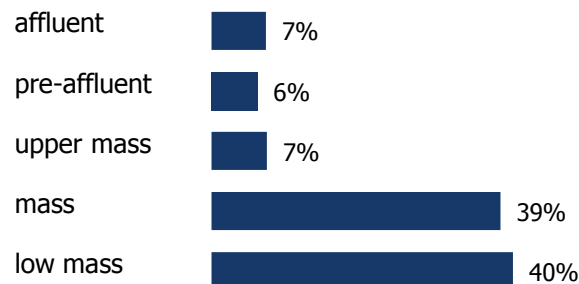
## Социально-демографические характеристики выборки (2/2)

### Распределение по уровню дохода

#### Участники опроса



#### Генеральная выборка (Росстат)



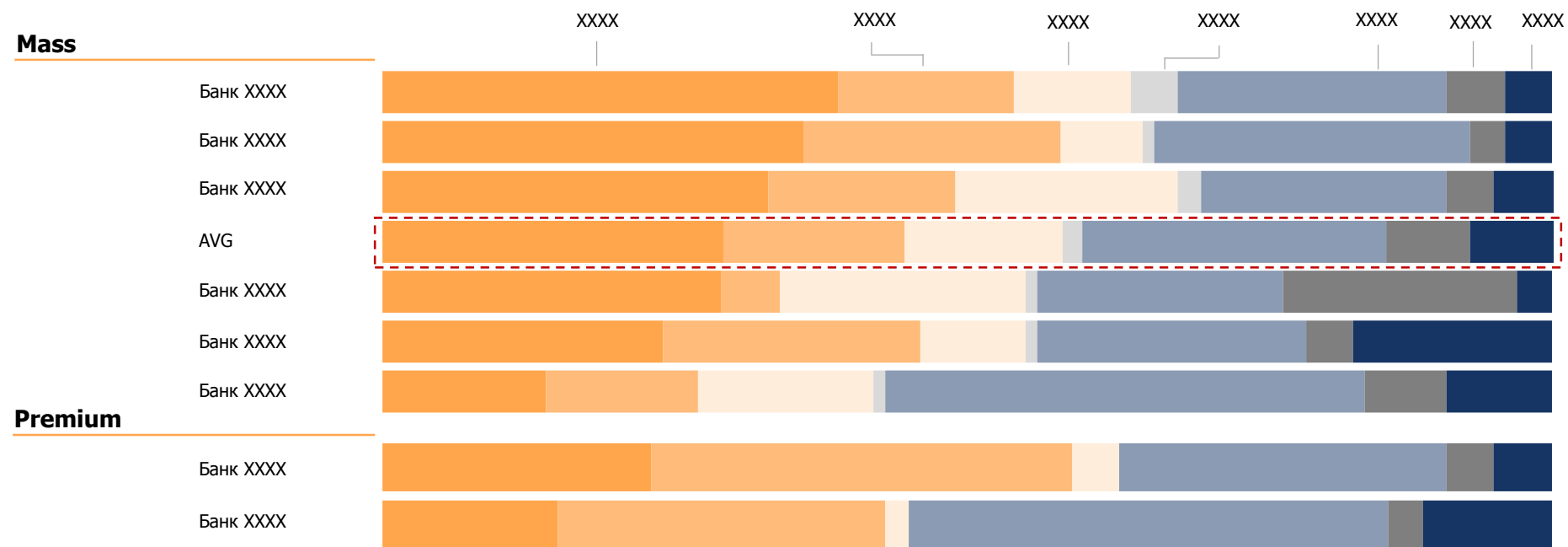
### Род занятий участников опроса



- В распределении клиентов по доходным стратам выборка исследования имеет значимые отклонения в сторону слабой представленности массовых и особенно массовых низкодоходных клиентов. С другой стороны, именно более высокодоходные клиенты составляют основу клиентской базы банков, формируя основной источник баланса и доходных статей.
- Аналогичные отклонения наблюдаются в структуре типа занятости клиента: почти половина держателей карт являются офисными работниками, в то время как пенсионеров всего 10,7%, а производственных работников 18%. Вместе с тем, представленность всех типов занятости достаточна, чтобы выяснить основные параметры, ставшие целью исследования.
- Фактически, данное исследование представляет текущий срез клиентской базы российских банков, чем срез всего населения в целом.
- В любом случае, при формировании выводов относительно будущих действий на рынке необходимо понимать ограничения исследования и действовать осмотрительно.

## Как у вас появилась кредитная карта?

Структура ответов держателей кредитной карты банка, %



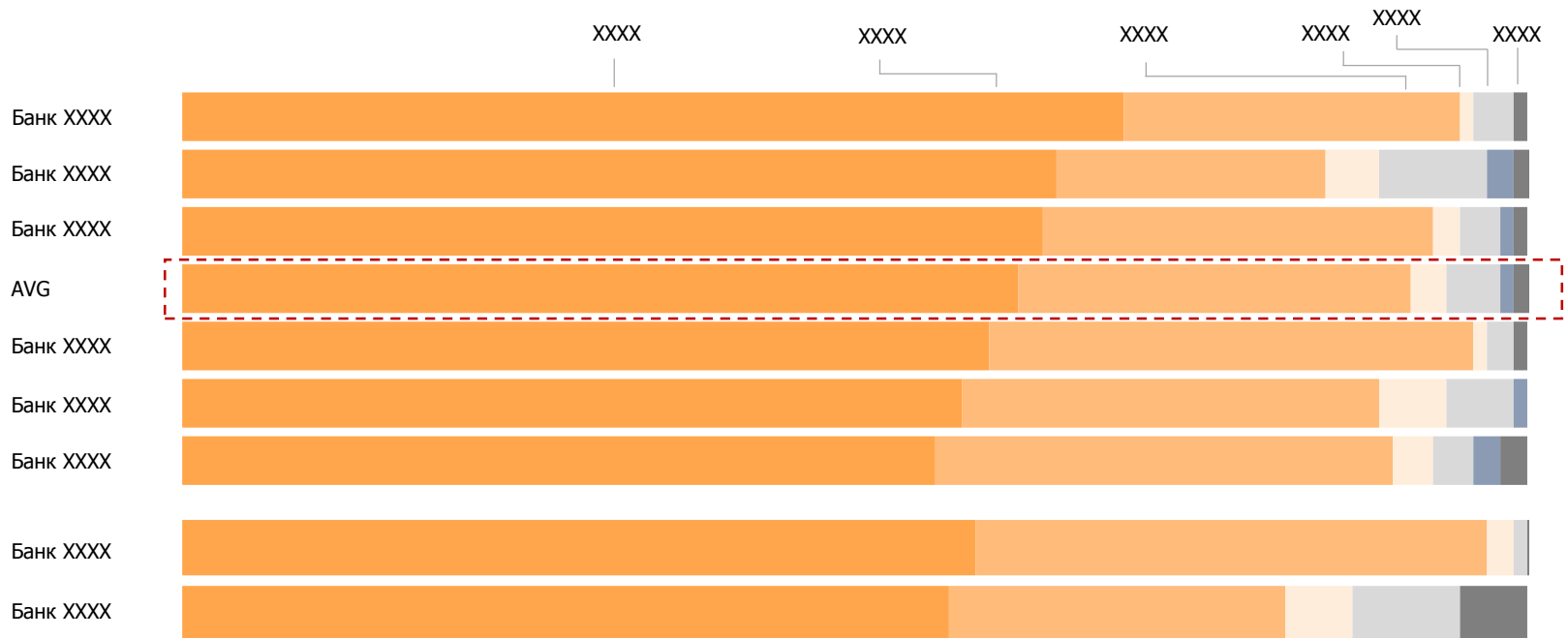
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021 г.

- ...

# Как вы используете кредитную карту?

## Структура ответов держателей кредитной карты банка, %

- Пользуюсь только кредитным лимитом/рассрочкой
- Пользуюсь как дебетовой картой
- Не пользуюсь картой и не собираюсь
- Не пользуюсь картой, держу «на всякий случай»
- Пользуюсь кредитным лимитом и собственными деньгами



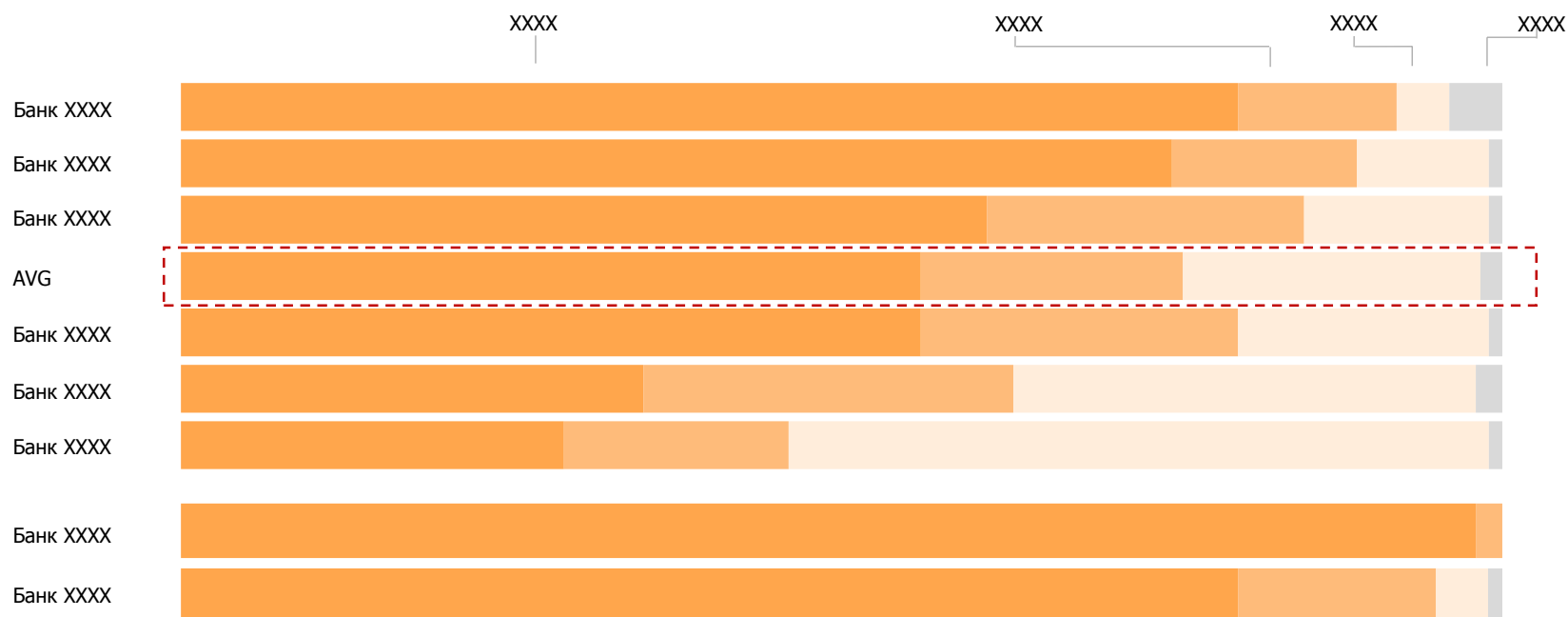
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021 г.

• ....

## Как вы погашаете кредит по своей кредитной картой?

### Структура ответов держателей кредитной карты банка, %

- В льготный/грейс/беспроцентный период
- Минимальными платежами с начислением % на кредит
- Иногда не умечаюсь в льготный грейс и мне приходится платить %
- Затрудняюсь ответить



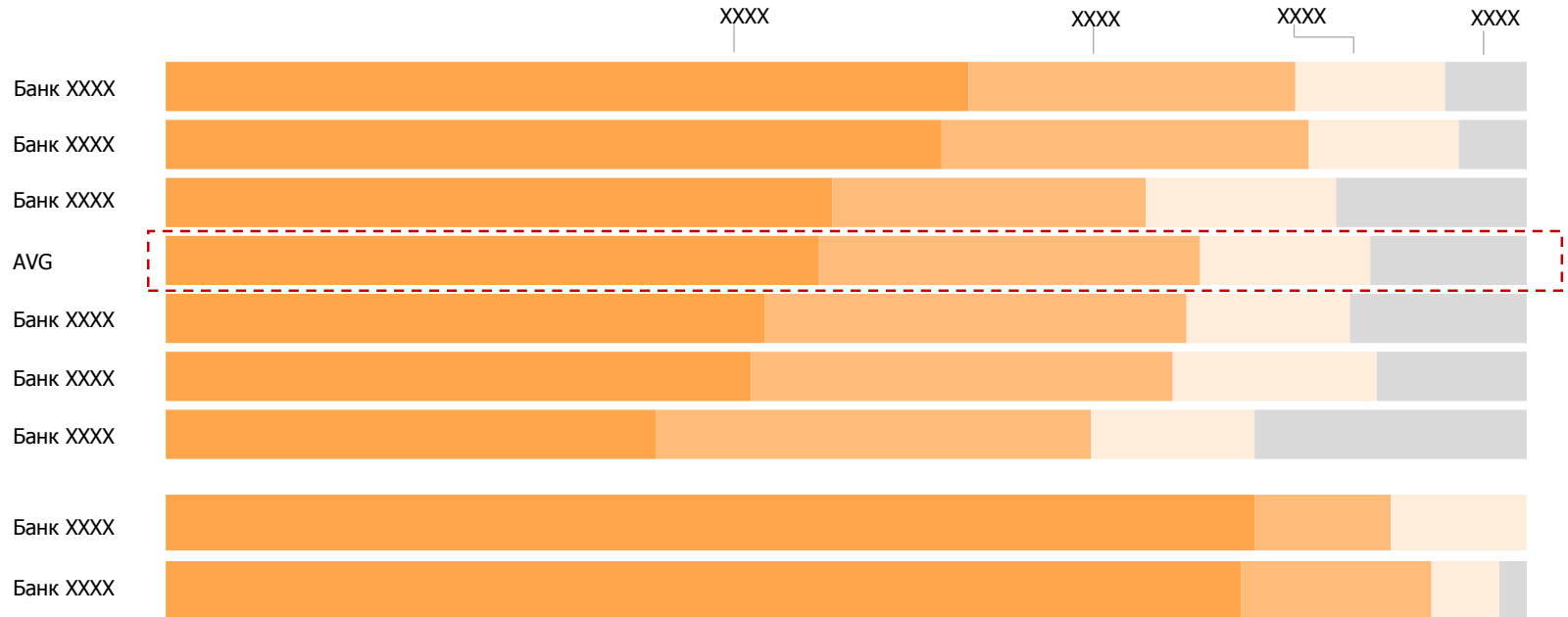
• ...

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021 г.

## Как часто вы делаете покупки (за счет кредитного лимита) по кредитной карте?

Структура ответов держателей кредитной карты банка, %

- Каждый день
- 1-2 раза в неделю
- 1-2 раза в месяц
- Затрудняюсь ответить

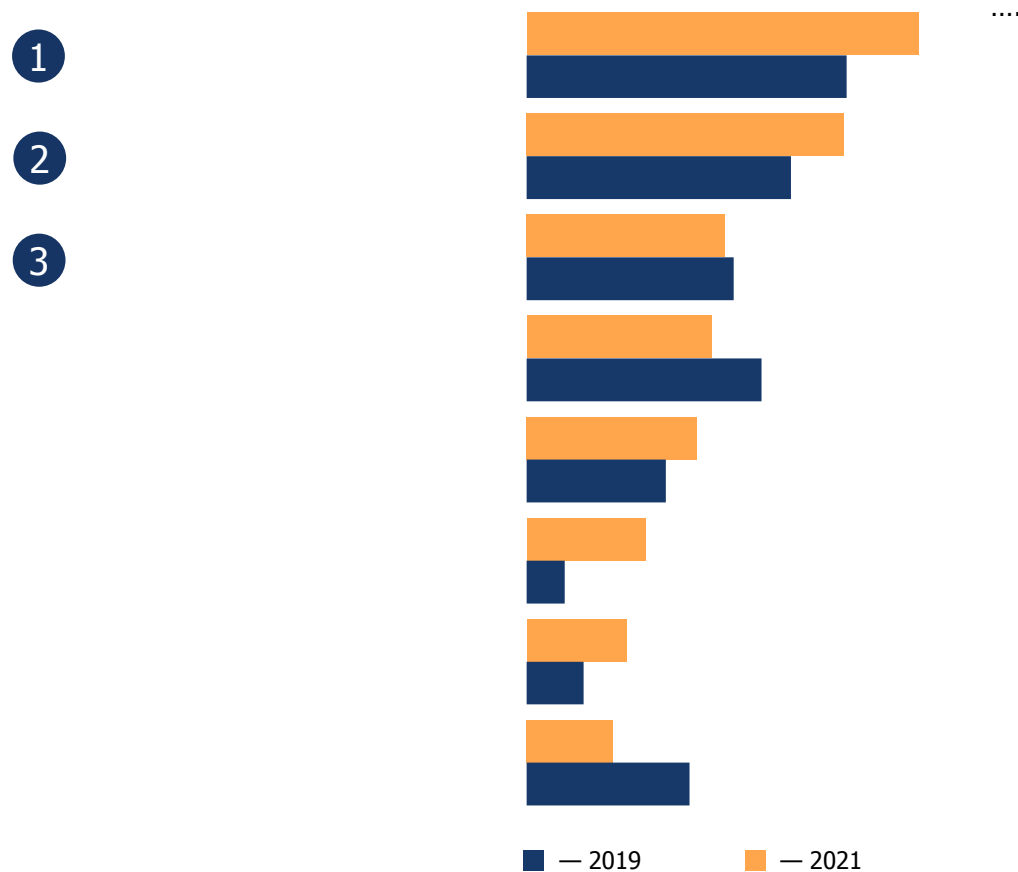


• ...

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021 г.

## Факторы выбора кредитной карты. Mass сегмент

### Приоритетность критериев выбора кредитной карты



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт с reward-программами, 2021

## Факторы выбора кредитной карты. Mass сегмент: критерии важности в разрезе банков (1/2)

Критерии важности при выборе кредитной карты

Банк	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
XXXX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
XXXX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
XXXX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
XXXX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
XXXX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
XXXX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Среднее значение	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Ранг важности критериев выбора (по убыванию средней оценки)

1

2

3

4

5

6

7

8

Рейтинг важности



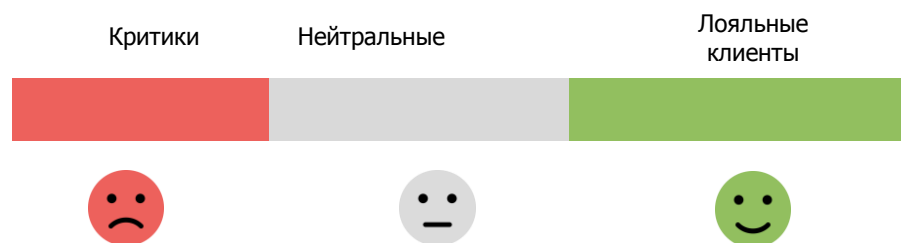
• ....



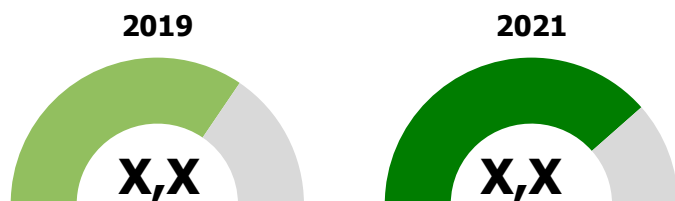
## Процент рекомендаций и уровень удовлетворённости картой держателями кредитных карт (1/2)

% Рекомендующих карту

• ...



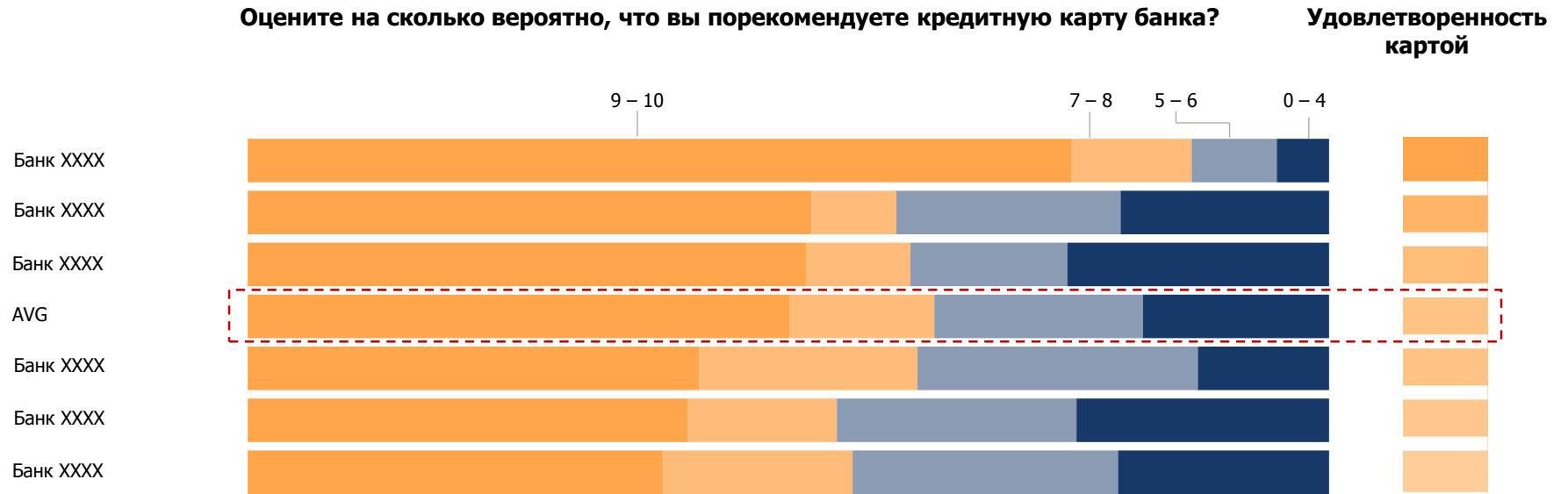
Средний показатель удовлетворенности картой (CSI карты)



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021 г.

## Процент рекомендаций карты vs уровень удовлетворённости в разрезе банков (2/2)

Структура ответов держателей кредитной карты банка, %

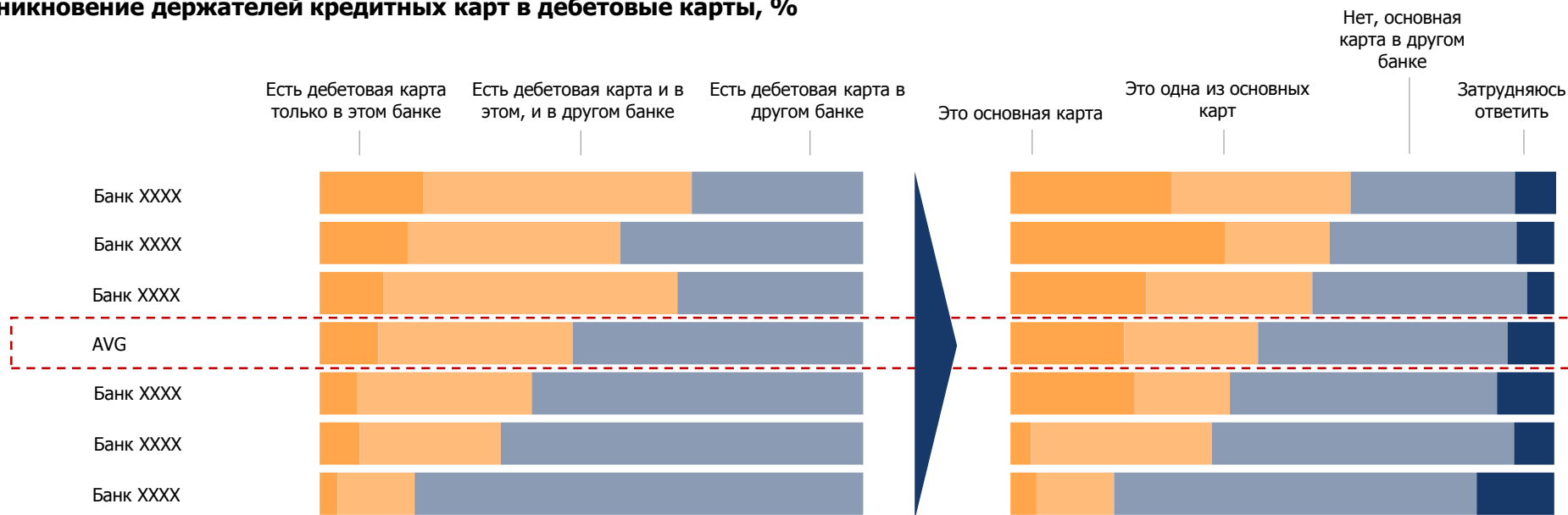


Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021 г.

- ...

# Кросс-селл: XX% держателей кредитных карт имеют дебетовые карты в том же банке

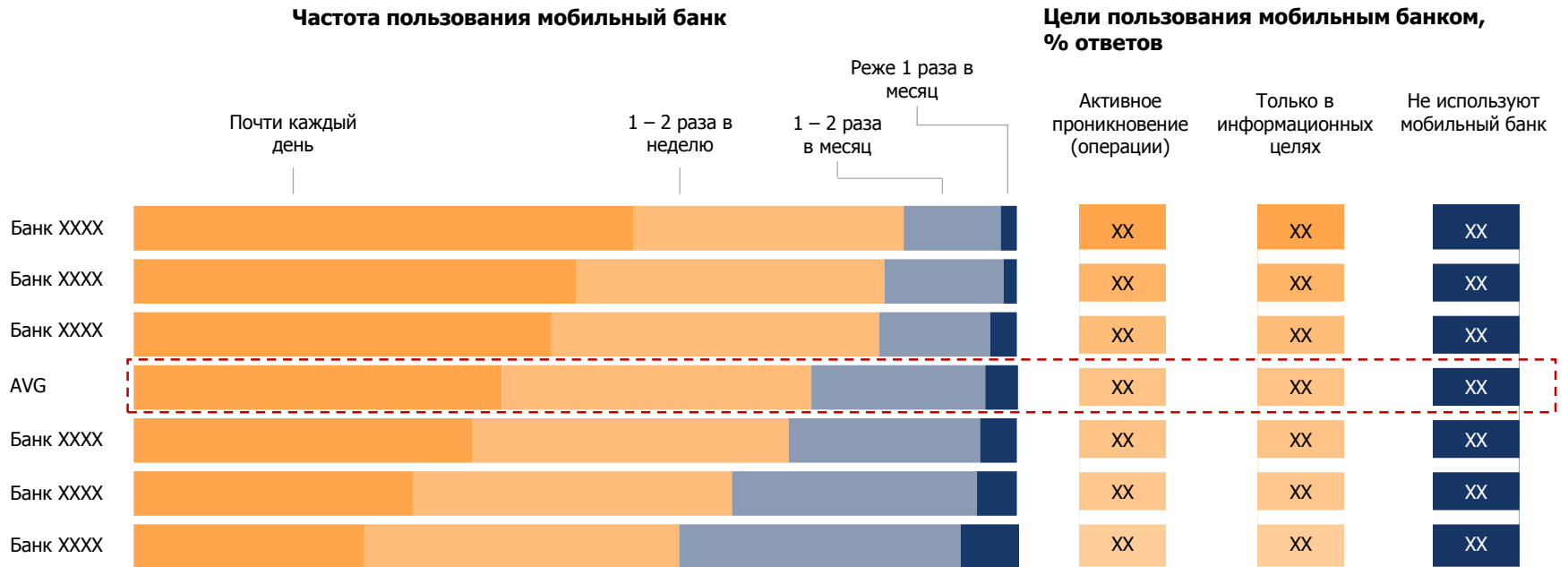
Проникновение держателей кредитных карт в дебетовые карты, %



• ...

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3000+ держателей банковских карт, 2021 г.

## Проникновение в мобильный банк: частота и характер операций



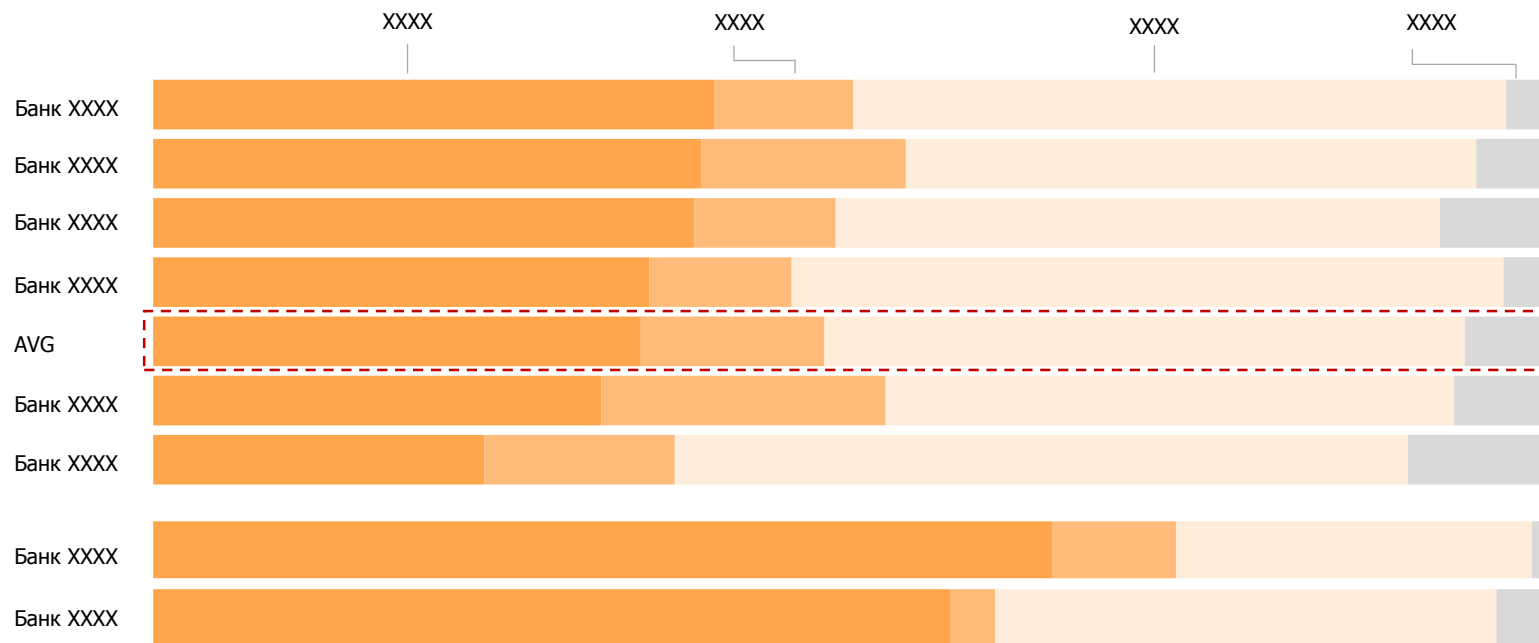
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021 г.

...

## Проникновение сервисов бесконтактной оплаты

«Пользуетесь ли вы сервисом бесконтактной оплаты с телефона (напр., Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay) в банке [XXX]?»

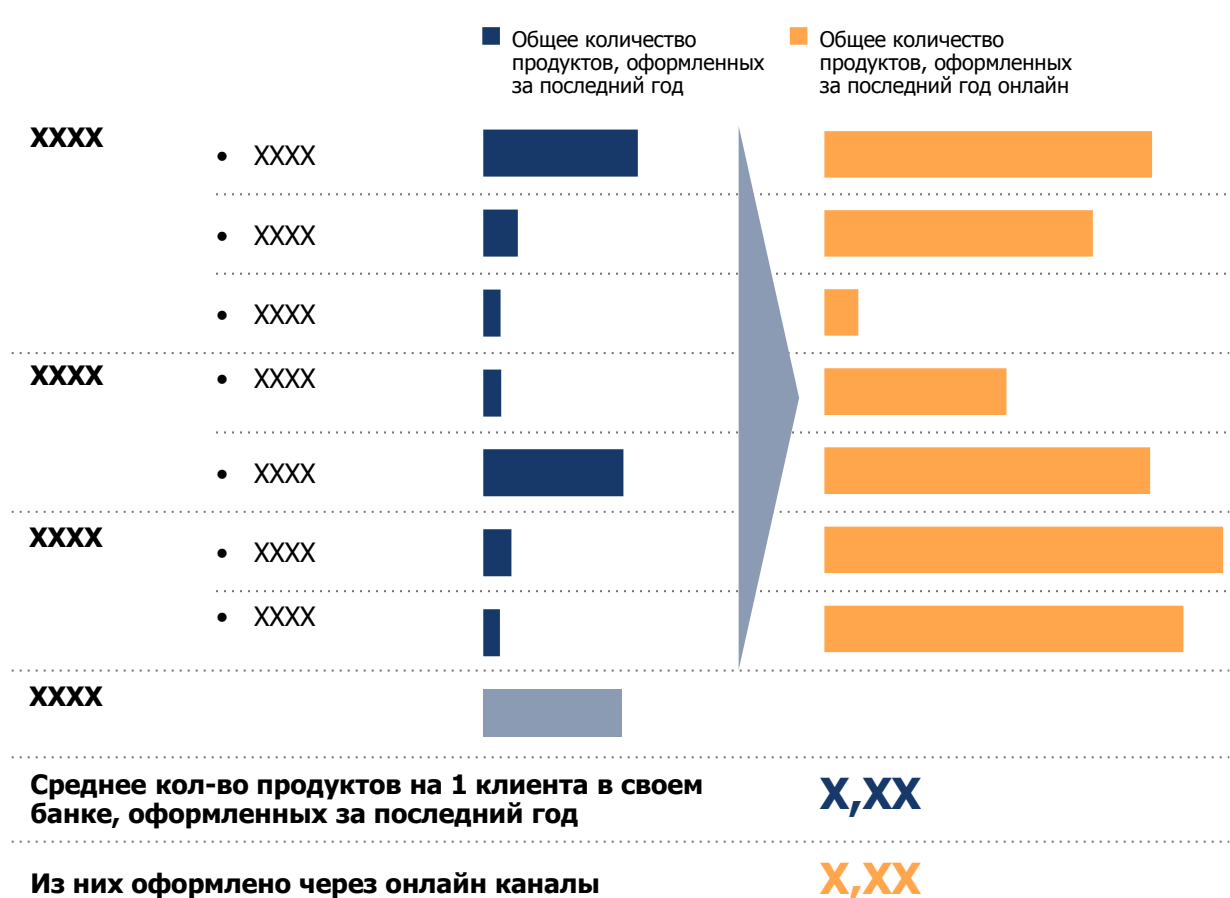
Структура ответов держателей кредитной карты банка, %



• ...

## Кросс-селл: оформление других продуктов держателями кредитных карт (1/2)

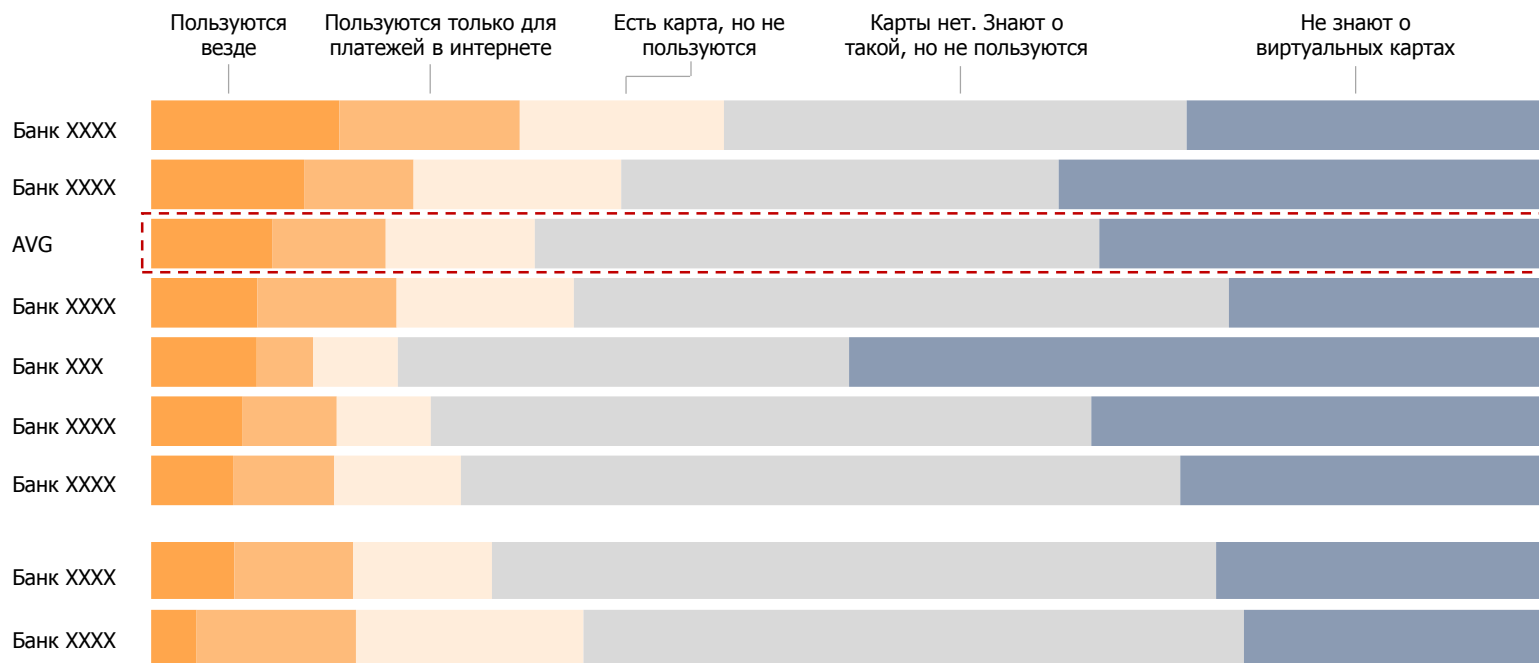
Продукты банка, оформляемые держателями кредитных карт с reward-программами за последние 2 года, % от общего количества ответов



• ...

## Виртуальная карта есть у XX% держателей кредитных карт

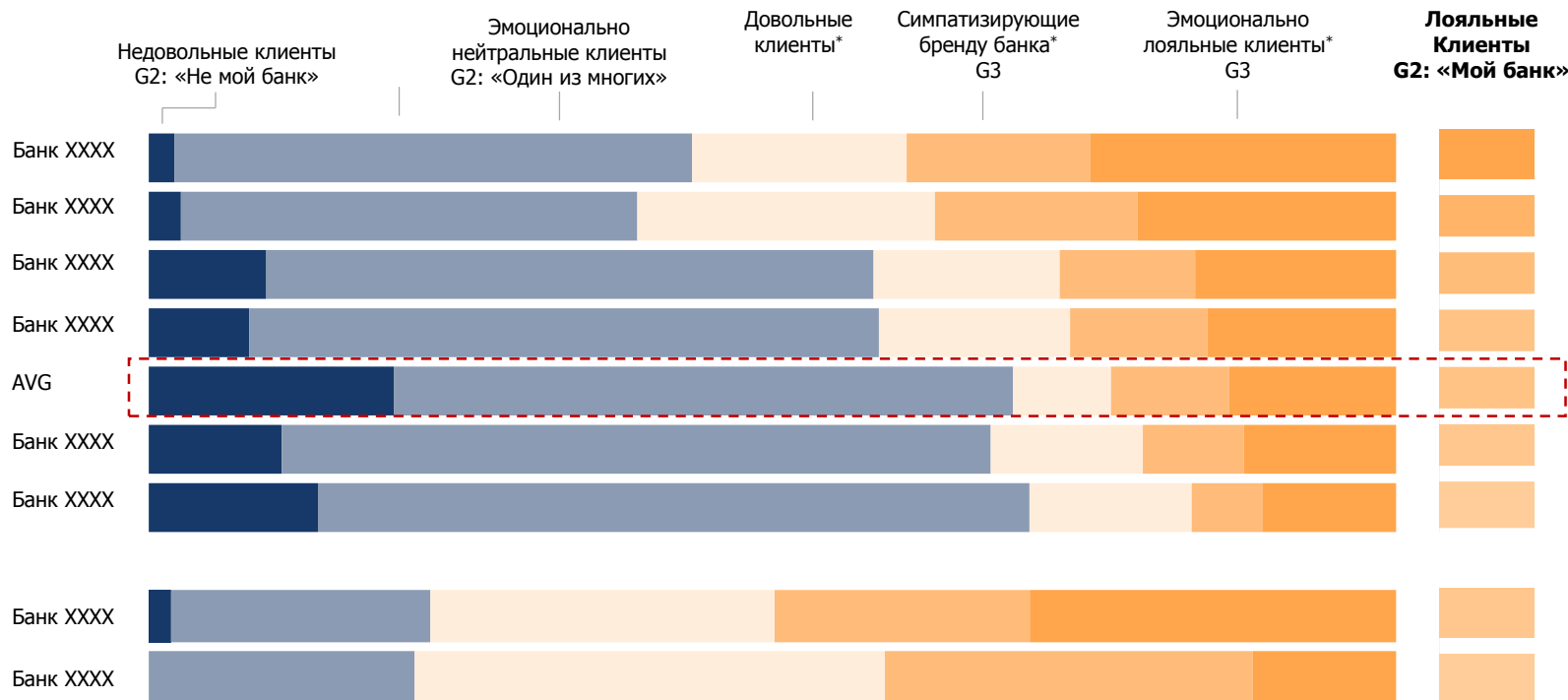
### Структура ответов держателей кредитной карты банка, %



• ...

## Оценка клиентской лояльности: анализ в разрезе карт (3/3)

Структура ответов держателей кредитных карт с reward-программами в разрезе программ, %



• ...



## Оценка уровня удовлетворенности сотрудничеством с банком (CSI банка): анализ в разрезе банков (2/2)

Оценка по шкале от 1 до 10

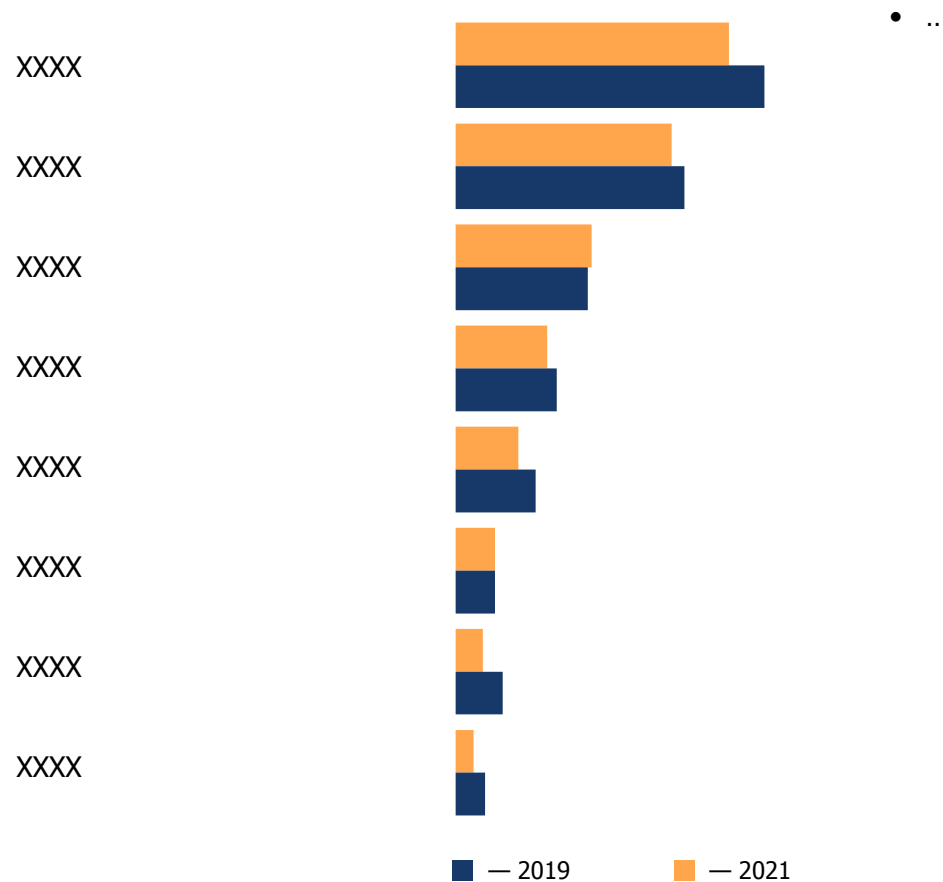


• ...

## Что могло бы привести к отказу от пользования картой ... банка? (1/2)

Респондентам был предложен выбор из формализованного списка «стандартных» причин, разработанных в сотрудничестве с банками-участниками исследования, а также возможность ответа в свободном формате.

### Причины отказа от пользования кредитной картой банка, в %



## Что могло бы привести к отказу от пользования картой ... банка? Анализ в разрезе карт (2/2)

Структура ответов держателей кредитной карты банка, %

Банк	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
<b>Среднее значение</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>	<b>XX%</b>

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 3 000+ держателей банковских карт, 2021

- ...

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

## XXXX – главный тренд рынка кредитных карт

### XXXXX

- XXXXX



XXXXXX

- XXXXX

XXXXXX

### XXXXX

- XXXXX

XXXXXX

- XXXXX

- XXXXX

XXXXXX

### Фокус XXXXX

- XXXXX

XXXXXX

- XXXXX

- XXXXX

XXXXXX

### Поиск XXX ценностей XXXXX

- XXXXXX

- XXXXXX

### XXXXXXX

Эксперты банков-участников исследования

## XXX и портфеля – главные приоритеты банков в области кредитных карт

XXXX

XXXX.

### Цели подразделения кредитных карт в банках по числу упоминаний

*Пересчитано в баллы в зависимости от названного экспертом приоритета*



«  
XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

Эксперты банков-участников исследования

## XXX – основной подход к формированию продуктового предложения ....

- XXXXXX
- XXXXXX
- XXXXXX



XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXXX

XXXXXX

### Подход к формированию продуктового предложения



Эксперты банков-участников исследования

## XXXX – перспективное направление для привлечения клиентов

Есть ли в банке XXXXX?



XXXXXXX

XXXXXXX



XXXXXXX

XXXXXXX

XXXXXXX

XXXXXXX

Эксперты банков-участников исследования

Контроль за XXXXXXXX



XXXXXX

XXXXXX



XXXXXXX

XXXXXXX

XXXXXXX

Эксперты банков-участников исследования



# **10    Рейтинг кредитных карт**

## Структура рейтинга кредитных карт Frank Cards & Reward Award 2021

Параметры	Номинация
<b>Главные номинации (интегральный рейтинг)</b>	
1 Кредитные карты с длительным льготным периодом (массовый сегмент)	Лучшая кредитная карта с длительным льготным периодом
2 Кредитные карты с reward-программами (массовый сегмент)	Лучшая кредитная карта с reward-программой
3 Кредитные карты с reward-программами (affluent сегмент)	Лучшая кредитная карта для состоятельных клиентов
<b>Номинации по выгоде</b>	
4 Карты с кешбэк (массовый сегменте)	Самая выгодная кредитная карта с кешбэк
5 Карты с кешбэк (affluent сегмент)	Самая выгодная кредитная карта с кешбэк для состоятельных клиентов
6 Карты для путешественников (affluent сегмент)	Самая выгодная кредитная карта для путешественников
<b>Специальные номинации</b>	
7 Инновации на рынке кредитных карт	Лучшая инновация на рынке кредитных карт
8 Клиентский опыт	Высокая лояльность клиентов
9 Удобство ДБО	Лучший мобильный банк для daily banking

- На рынке кредитных карт сложилось предложение двух совершенно противоположных типов продуктов, ориентированных на разные сегменты клиентской базы по доходам, и кардинально отличающихся по условиям. В связи с этим, составление единого интегрального рейтинга кредитных карт не будет справедливо учитывать все особенности продуктового предложения. В связи с этим, Frank RG использует следующие подходы к рейтингованию кредитных карт:
  - Кредитные карты с длительным льготным периодом (свыше 90 дней), ориентированные на массовый сегмент, анализируются и сравниваются в рамках интегрального рейтинга кредитных карт с длительным льготным периодом. В эту же категорию попадают карты рассрочки.
  - Кредитные карты со стандартным льготным периодом (до 90 дней) и reward-программами, ориентированные на активных массовых транзакторов и высокодоходных клиентов, анализируются и сравниваются в рамках интегрального рейтинга кредитных карт с reward-программами.
  - В рамках рейтинга кредитных карт с reward-программами отдельно рейтингуются массовые и премиальные карты.
- В дополнительных номинациях сравнивалась чистая выгода клиента от владения кредитной картой с reward-программой (без учета расходов на обслуживание кредита) за 2 года по наиболее популярным / перспективным направлениям развития рынка кредитных карт с reward-программами: карты с кешбэк, карты для путешественников.
- Специальные номинации отмечали успехи банков в отдельных компонентах исследования (клиентский опыт, инновации, уникальные фишки и т.п.)
- Также в качестве дополнительной номинации сравнивался функционал мобильных приложений банков.
- Методология рейтинга на следующих страницах настоящего раздела.

## Рейтинг кредитных карт с reward-программами в массовом сегменте

№	Банк	Название карты	Доходность (25%)	Условия программы (25%)	ДБО (25%)	Клиентский опыт (25%)	Рейтинг (100%)
1	XXXX	XXXX	A	A	B	B	X,X%
2	XXXX	XXXX	B	A	B	B	X,X%
3	XXXX	XXXX	C	B	B	A	X,X%
4	XXXX	XXXX	B	B	C	B	X,X%
5	XXXX	XXXX	B	B	C	B	X,X%
6	XXXX	XXXX	C	C	B	B	X,X%
7	XXXX	XXXX	B	D	B	B	X,X%
8	XXXX	XXXX	A	A	C	-	X,X%
9	XXXX	XXXX	B	B	B	-	X,X%
10	XXXX	XXXX	B	B	A	-	X,X%
11	XXXX	XXXX	B	B	A	-	X,X%
12	XXXX	XXXX	B	B	B	-	X,X%
13	XXXX	XXXX	A	C	C	-	X,X%
14	XXXX	XXXX	B	B	B	-	X,X%
15	XXXX	XXXX	B	B	B	-	X,X%

## Рейтинг кредитных карт с reward-программами в премиальном сегменте

№	Банк	Название карты	Доходность (25%)	Условия программы (25%)	ДБО (25%)	Клиентский опыт (25%)	Рейтинг (100%)
1	XXXX	XXXX	A	A	B	B	X,X%
2	XXXX	XXXX	D	B	B	A	X,X%
3	XXXX	XXXX	B	B	A	-	X,X%
4	XXXX	XXXX	A	C	C	-	X,X%
5	XXXX	XXXX	B	B	B	-	X,X%
6	XXXX	XXXX	B	B	C	-	X,X%
7	XXXX	XXXX	D	B	B	-	X,X%
8	XXXX	XXXX	A	B	-	-	X,X%
9	XXXX	XXXX	A	A	-	-	X,X%
10	XXXX	XXXX	D	B	B	-	X,X%
11	XXXX	XXXX	C	C	C	-	X,X%
12	XXXX	XXXX	C	C	C	-	X,X%
13	XXXX	XXXX	C	D	B	-	X,X%
14	XXXX	XXXX	D	C	C	-	X,X%
15	XXXX	XXXX	E	D	B	-	X,X%

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Интегральный рейтинг кредитных карт с длительным льготным периодом

№	Карта		Льготный период	Стоимость карты	Ставки %	ДБО	Кредитный лимит	Снятие наличных	График платежей	Дебетовая сторона	Аквизиция клиента	Фишки карты	Итоговый рейтинг
	Банк	Вес в итоговом рейтинге											
1	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
2	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
3	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
4	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
5	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
6	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
7	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
8	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
9	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
10	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
11	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
12	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
13	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
14	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
15	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
16	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
17	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
18	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
19	XXXX	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%

# **Методология расчета рейтинга кредитных карт**

# Рейтинг кредитных карт с reward-программами

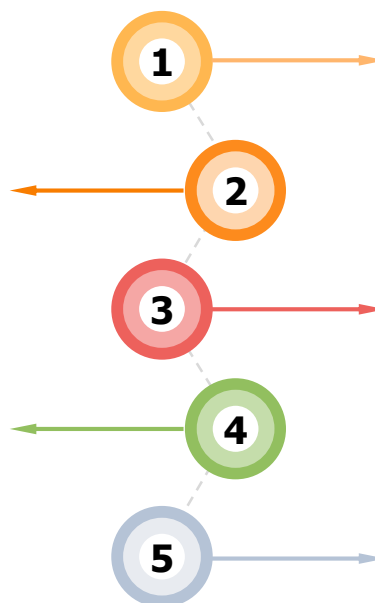
## Интегральный рейтинг

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 2 500 полностью заполненных анкет.



На основе опыта предыдущих исследований Frank RG, а также проведенных экспертных интервью с руководителями подразделений, отвечающих за управление портфелями дебетовых карт в банках-участниках исследования, были определены основные параметры оценки кредитных карт.

Проведено тестирование интерфейса и функционала банковских приложений (UX/UI).

Банки-участники проанализированы по 4 основным группам:

- Чистая выгода для клиента;
- Условия reward-программ;
- Клиентский опыт (VOC);
- Оценка ДБО.

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

## Рейтинг кредитных карт с reward-программами: основные параметры рейтинга

### Параметры интегрального рейтинга



#### VOC

- CSI (Customer Satisfaction Index – средняя по выборке оценка удовлетворенности банком), в % отклонения от средней.

#### УСЛОВИЯ ПРОГРАММЫ

- Удобство программы по накоплению и использованию полученного вознаграждения;
- Наличие условий, мотивирующих клиента к транзакционной активности и использованию других банковских услуг и продуктов.

#### ЧИСТАЯ ВЫГОДА

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

#### ОЦЕНКА ДБО

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



## Рейтинг кредитных карт с reward-программами: расчет интегрального рейтинга (1/4)

### VOC

Показатели клиентского опыта (VOC) формируют 25% интегрального рейтинга.

Для целей расчета итогового рейтинга в качестве показателя клиентского используется индекс удовлетворенности клиента банком CSI (Customer Satisfaction Index) в % от средней по выборке оценки удовлетворенности банками.

Для расчета Индекса удовлетворенности банком использовались данные клиентского онлайн-опроса, проведенного среди активных держателей дебетовых карт участвующих в исследовании банков.

### ДБО

Оценка каналов ДБО составляет 25% интегрального рейтинга.

Для оценки каналов ДБО производилось тестирование функционала онлайн-банков (мобильного приложения и веб версии интернет-банка) крупнейших банков – участников исследования.

Основными показателями, используемыми в расчетах, являются:

- Удобство онлайн-банков для совершения ежедневных операций daily-banking (наличие функций перевода, платежей, управления продуктами, скорость доступа к функциям);
- Доступ к информации о тарифах, продуктах банка и прочим необходимым данным и скорость доступа к ним;
- Наличие функционала для обеспечения безопасности мобильного и интернет-банка;
- Наличие функций управления программой лояльности, бесшовного перехода в приложения с бонусной программой, возможности отслеживать начисления бонусов/ кешбэка.

Оценки по критериям суммировались и были приведены в 100-балльную шкалу, выведенной от максимально возможной суммы баллов.

Методология сравнения и полный рейтинг мобильных приложений приведены в разделе 3. Digital Banking настоящего отчета.

## Рейтинг кредитных карт с reward-программами: расчет интегрального рейтинга (2/4)

### Чистая выгода

Показатель чистой выгоды имеет вес 25% в итоговом интегральном рейтинге кредитных карт с reward-программами.

Показатель чистой выгоды рассчитывается в относительном виде, как % от трат клиента. Для расчета интегрального рейтинга используется значение чистой выгоды, рассчитанное по базовому клиентскому профилю в массовом (#1) и премиальном (#41) сегментах. Методология расчета чистой выгоды приведена в Приложении II к настоящему отчету. Профили клиентских трат приведены в Приложении III к настоящему отчету.

Для целей сравнения показатель чистой выгоды оценивается по отклонению от максимального значения по всем включенным в оценку программам, в %.

### Условия программ

Вес данного показателя составляет 25% в итоговом рейтинге кредитных карт с reward-программами.

Учитывает дополнительные условия reward-программ, не имеющие материальной оценки, но оказывающие существенное влияние на восприятие клиентом выгоды и полезности программы:

- Сроки использования / «несгорания» бонусов;
- Универсальность опций начисления и использования бонусов;

Параметры заранее оценены в баллах и рассчитываются с помощью чеклиста в соответствии с признаками программы (список параметров прилагается на следующих страницах).

Дополнительными баллами оцениваются условия программ, стимулирующие транзакционную активность клиента, долгосрочное сотрудничество с банком и кросс-селл:

- Обусловленность опций бесплатного обслуживания и/или дополнительного бонусирования наличием у клиента других банковских продуктов;
- Возможность использования бонусов для оплаты финансовых услуг банка (комиссий, снижения % ставок по кредиту и т.п.);
- Прогрессивные ставки начисления и использования вознаграждения в зависимости от оборотов по карте / срока жизни с банком.

Для целей расчета интегрального рейтинга используется относительный показатель отклонения (в %) балльной оценки каждой программы от максимально возможного количества баллов для данного типа программ.

## Рейтинг кредитных карт с reward-программами: оценка условий программы (3/4)

### Условия программы

Группа параметров	Параметры	Описание	Вес (в баллах)
Округление бонусов	Да	Преимуществом является отсутствие округления бонусов в меньшую сторону (например, округление суммы бонусируемых трат до сотен рублей в меньшую сторону)	-0,5
	Нет		0,5
Срок сгорания бонусов	6 месяцев	Преимуществом является как можно более долгий срок действия бонусов, быстрое «сгорание» выгоды является недостатком для клиента	-1
	1 год		0
	2 года и выше		1
Ограничения чистоты и «выдаивания» программы	Ограничение доли трат (от общего объема покупок) в повышенных категориях	Преимуществом является ограничение доли трат в повышенных категориях, размера одной покупки и траты в одном ТСП	1
	Ограничение размера одной покупки		0,5
	Ограничение количества или суммы операций в одном ТСП		0,5
	Ограничения общей суммы начисляемых бонусов: <ul style="list-style-type: none"> <li>Единая для всех</li> <li>Многоуровневая – в зависимости от объема трат / пакета</li> </ul>	Преимуществом является ограничение общей суммы начисляемых бонусов в зависимости от объема трат	-0,5
Стимулирование POS-оборотов по карте	Прогрессивная шкала начисления вознаграждения от трат	Преимуществом является возможность получать повышенные вознаграждения при больших тратах	1
	Минимальный порог трат для начисления	Преимуществом является получение бонусов при минимальных тратах	1
Стимулирование долгосрочного сотрудничества	Прогрессивный курс обмена бонусов на рубли/вознаграждения	Преимуществом является возможность получать повышенные вознаграждения при большем накоплении бонусов	1
	Регрессивный кэшбэк		-0,5

## Рейтинг кредитных карт с reward-программами: оценка условий программы (4/4)

### Условия программы

Группа параметров	Параметры	Описание	Вес (в баллах)
Стимулирование кросс-селл	Условие бесплатности обслуживания при поддержании остатков, наличии других продуктов банка	Преимуществом является возможность для клиента получить бесплатное обслуживание в случае поддержания определенного уровня остатков, наличия других продуктов банка	1
Возможности использования бонусов	Суммарно:	Преимуществом является возможность обмена бонусов на деньги	2
	• На деньги		
	• На компенсацию любых покупок	Преимуществом является возможность компенсировать баллами стоимость любой покупки	1
	• На сертификаты партнеров	Преимуществом является возможность обмена бонусов на сертификаты партнеров банка	0,5
	• На товары на витрине	Преимуществом является возможность обмена бонусов на товары в витрине на сайте банка	0,5
	• На компенсацию определенных трат – в мобильном банке или на кассе в магазине	Преимуществом является возможность использовать бонусы на компенсацию определенных трат	0,5
	• На оплату комиссий и других продуктов банка	Преимуществом является возможность использовать накопленные бонусы для оплаты/компенсации финансовых платежей	1
Охват категорий начислений	Суммарно:	Преимуществом является наличие начислений на все категории трат	0,5
	• Начисления на все покупки		
	• Выбор категорий из широкого перечня	Преимуществом является наличие выбора категорий трат из широкого перечня для начисления вознаграждения	0,25
	• Выбор категорий рандомизирован с опциональностью	Преимуществом является наличие выбора категорий трат из рандомизированного перечня	0,25
	• Выбор лучших категорий автоматически	Преимуществом выступает автоматический выбор категории наибольших трат с начислением выгоды по ним	0,5

## Рейтинг кредитных карт с длительным льготным периодом. Методология

- В основе рейтинга кредитных карт с длительным льготным периодом лежит сравнение тарифных условий карт, анализ функционала мобильных приложений, сервисов оформления и доставки, а также уникальных для рынка функций 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. Основным принципом начисления баллов при оценке тарифов выступает сбалансированность условий продукта с точки зрения выгоды и удобства для клиента, его мотивации к увеличению активности, а также доходов и рисков банка. Перечень показателей, а также правила присвоения баллов приведены ниже.
- 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 рейтинге. Сумма процентов успешности по всем разделам, взвешенная по доле раздела в рейтинге, представляет собой интегральный рейтинг карты (в %).
- Весы разделов рейтинга ранжировались на основе экспертной оценки и приоритетности данного критерия при выборе кредитной карты держателями кредитных карт, определенной в ходе проведенного Frank RG онлайн-опроса свыше 2500 активных держателей кредитных карт банков.

### Компоненты рейтинга

#	Раздел рейтинга (по убыванию важности)	Вес раздела в рейтинге	Оценка критерия важности клиентами
1	Льготный период	16%	
2	Стоимость карты	14%	
3	Процентная ставка	12%	
4	Мобильное приложение	11% - экспертная оценка	- н/д
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
		<b>100%</b>	

## Рейтинг кредитных карт с длительным льготным периодом. Показатели сравнения, максимальные баллы и критерии оценивания (1/3)

№	Раздел рейтинга	Показатель	Максимальное кол-во баллов	Описание методологии сравнения
1	Получение карты	Возможность подать заявку на карту на сайте / в приложении	1	Наличие = 1 балл
		Доставка карты	2	2 - доставка в любые локации, 1 - доставка в ограниченный список городов, 0 - доставка в отделения
<b>ИТОГО по разделу</b>			<b>3</b>	
2	Стоимость карты	1. Стоимость выпуска карты	2	2 балла = бесплатно, плата выше среднего уровня по выборке = 0 баллов, 1 балл = плата ниже среднего уровня по выборке
		2. Стоимость обслуживания карты	3	Бесплатность зависит от оборотов = 3 балла, полностью бесплатно = 2 балла, 1 балл = стоимость в диапазоне от 0 до средней стоимости по выборке, 0 баллов = стоимость выше среднего уровня по выборке
		3. Стоимость СМС-информирования	3	Бесплатность зависит от оборотов = 3 балла, полностью бесплатно = 2 балла, 1 балл = стоимость в диапазоне от 0 до средней стоимости по выборке, 0 баллов = стоимость выше среднего уровня по выборке
		4. Возможность бесплатного смс-информирования (при выполнении условий)	1	Наличие = 1 балл
		5. Наличие бесплатной альтернативы смс-информированию (push-уведомления)	1	Наличие = 1 балл
		6. Наличие условий бесплатности обслуживания карты (доступных для всех клиентов)	1	Наличие = 1 балл
		7. Опциональность условий обслуживания карты по подписке	1	Наличие = 1 балл
<b>ИТОГО по разделу</b>			<b>10</b>	<b>= [1] + [2] + [3] + [5] + [7]</b>
3	Льготный период	Минимальный эффективный срок льготного периода	2	2 - максимум по выборке, 1 - равно или выше среднерыночного значения (20 дней), 0 - ниже среднерыночного значения (20 дней)
		Максимальный срок льготного периода	2	2 - максимум по выборке, 1 - равно или выше среднерыночного значения (90 дней), 0 - ниже среднерыночного значения (90 дней)
		Условия подключения льготного периода	1	1 - бесплатно, 0 - платно
		Широта применения льготного периода на покупки	1	1 - во всех ТСП, 0 - только у партнеров
		Распространение льготного периода на снятие наличных	1	Наличие = 1 балл
		Распространение льготного периода на переводы	1	Наличие = 1 балл
		Распространение льготного периода на рефинансирование	1	Наличие = 1 балл
		Возобновление льготного периода	2	2 - после каждой покупки, 1 - ежемесячно, 0 - после формирования полной суммы задолженности и погашения в платежный период
Опциональность условий льготного периода (совмещение льготного периода и опции рассрочки на кредитной карте)			1	Наличие = 1 балл
<b>ИТОГО по разделу</b>			<b>12</b>	

## Рейтинг кредитных карт с длительным льготным периодом. Показатели сравнения, максимальные баллы и критерии оценивания (2/3)

№=	Раздел рейтинга	Показатель	Максимальное кол-во баллов	Описание методологии сравнения
4	<b>ДБО (мобильное приложение)</b>	Рейтинг банковских мобильных приложений	100	До 100 баллов
<b>ИТОГО по разделу</b>			<b>100</b>	
5	<b>Процентная ставка</b>	Минимальная процентная ставка безналичных операций	2	2 - минимум, 1 - среднее, 0 - максимум (диапазоны отклонения в % от среднего значения по выборке)
		Максимальная процентная ставка безналичных операций	2	2 - минимум по выборке, 1 - среднее, 0 - максимум (диапазоны отклонения в % от среднего значения по выборке)
		Комиссия за нарушение сроков льготного периода	1	1 – отсутствует, 0 - наличие
		Широта применения минимальной % ставки	2	2 - на всех клиентов, 1 - для нишевых клиентов (зарплатные, пенсионные и т.п.), 0,5 - для узких категорий (на отдельные покупки)
<b>ИТОГО по разделу</b>			<b>7</b>	
6	<b>Кредитный лимит</b>	Минимальный кредитный лимит	2	2 - максимум по выборке, 1 - равно или выше среднерыночного значения (10 000 р.), 0 - ниже среднерыночного значения
		Максимальный кредитный лимит	2	2 - максимум по выборке, 1 - равно или выше среднерыночного значения (600 000 р.), 0 - ниже среднерыночного значения
<b>ИТОГО по разделу</b>			<b>4</b>	
7	<b>Снятие наличных</b>	Минимальная комиссия за снятие наличных в собственных банкоматах	2	2 - минимум по выборке, 1 - среднее, 0 - максимум (диапазоны отклонения в % от среднего значения по выборке)
		Минимальная комиссия за снятие наличных в банкоматах других банков	1	1 - не отличается от снятия в собственных банкоматах, 0 - отличается
		Лимит бесплатного снятия наличных, рублей (собственные банкоматы)	2	2 - минимум по выборке, 1 - среднее, 0 - максимум (диапазоны отклонения в % от среднего значения по выборке)
		Лимит бесплатного снятия наличных, рублей (банкоматы других банков)	1	1 - не отличается от снятия в собственных банкоматах, 0 - отличается
<b>ИТОГО по разделу</b>			<b>6</b>	
8	<b>График платежей</b>	1. Ежемесячный минимальный платеж	2	2 - максимум, 1 - среднее, 0 - минимум (диапазоны отклонения в % от среднего значения по выборке)
		2. Равномерное распределение долга на весь срок	2	Наличие = 2 балла
		3. Единовременное погашение всей суммы задолженности	0	Наличие = 0 баллов
		4. Привязка платежного периода к календарному месяцу (расчет задолженности на 1 число месяца)	1	Наличие = 1 балл
		<b>ИТОГО по разделу</b>	<b>3</b>	<b>= [1] / [2] + [4]</b>

## Рейтинг кредитных карт с длительным льготным периодом. Показатели сравнения, максимальные баллы и критерии оценивания (3/3)

№	Раздел рейтинга	Показатель	Максимальное кол-во баллов	Описание методологии сравнения
9	Использование собственных средств по карте	Использование собственных средств по карте без комиссии (снятие наличных, переводы)	1	Наличие = 1 балла
	<b>ИТОГО по разделу</b>		<b>1</b>	
10	Уникальные «фишки» карты	Уникальные характеристики карты, инновационные решения	2	По 1 баллу за каждую «фишку»
	<b>ИТОГО по разделу</b>		<b>2</b>	



## Рейтинг кредитных карт с длительным льготным периодом. Расчет рейтинговых баллов по карте.

Рейтинг рассчитывается по каждой карте, участвующей в сравнении.

№	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						52%

## Рейтинг кредитных карт. Дополнительные номинации

### Номинации по выгоде

В дополнительных номинациях сравнивалась чистая выгода клиента от владения кредитной картой (без учета расходов на обслуживание кредита) за 2 года по наиболее популярным / перспективным направлениям развития рынка кредитных карт с reward-программами: карты с кешбэк, карты для путешественников.

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

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

### Специальные номинации

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

В 2021 г. в качестве специальных номинаций отмечены:

- Инновации на рынке кредитных карт – новые уникальные продуктовые «фишки» карт в сочетании с позитивной динамикой продукта;
- Клиентский опыт – самые высокие оценки удовлетворенности банком и продуктом, самая высокая доля рекомендателей (NPS), выявленные в ходе клиентского опроса;
- Удобство ДБО – самый высокий рейтинг удобства приложения банков с точки зрения операций daily banking, рассчитанный по итогам исследования функционала мобильных приложений банков.

**Номинации и победители  
Frank Cards & Reward  
Award 2021**

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по интегральному рейтингу (1/3)

### Лучшая кредитная карта с длительным льготным периодом




1.  **МТС БАНК**

**MTS CASHBACK**

Рейтинг:  
59,1%



### ТОП-5 кредитных карт с длительным льготным периодом

№	Банк	Название карты	Рейтинг
1	 <b>МТС БАНК</b>	MTS CASHBACK	59,1%
2	 <b>СОВКОМБАНК</b>	Халва	57,4%
3	 <b>БАНК САНКТ-ПЕТЕРБУРГ</b>	100 дней	55,9%
4	 <b>ПОЧТА БАНК</b>	Вездеход	49,9%
5	 <b>ОТПБАНК</b>	120 дней без процентов	49,4%

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по интегральному рейтингу (2/3)

### Лучшая кредитная карта с программой лояльности в массовом сегменте





#### 1. HOME CREDIT BANK

Кредитная Польза

Рейтинг:  
80,7%



#### ТОП-5 кредитных карт в массовом сегменте

№	Банк	Название карты	Рейтинг
1	<b>HOME CREDIT BANK</b>	Кредитная Польза	80,7%
2	 <b>открытие</b> Банк	OpenCard	78,8%
3	 <b>ВТБ</b>	Карта возможностей	76,1%
4	 <b>ГАЗПРОМБАНК</b>	Умная карта	73,6%
5	 <b>АТБ</b>	Универсальная карта	70,7%

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по интегральному рейтингу (3/3)

### Лучшая кредитная карта для состоятельных клиентов

# 1. открытие






Банк

**Opencard**

**Рейтинг:  
85,4%**



### ТОП-5 кредитных карт в премиальном сегменте

№	Банк	Название карты	Рейтинг
1	 открытие Банк	Opencard. Статус «Плюс»	85,4%
2	 ВТБ	Карта возможностей Привилегия	73,1%
3	 СБЕР БАНК	Кредитная карта с большими бонусами	54,2%
4	 РОСБАНК	#МожноВСЁ - Premium	50,0%
5	 РУССКИЙ СТАНДАРТ БАНК	Black	48,6%

Источник: Frank RG, 2021 г.

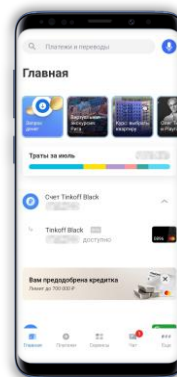
## Frank Cards & Rewards Award 2021. Специальные номинации (1/3)

### Лучший мобильный банк для daily banking

#### 1. Тинькофф

**Тинькофф  
мобильный  
банк**

**Рейтинг:  
82,7%**



#### ТОП-5 банковских мобильных приложений

№	Банк	Название приложения	Рейтинг
1	 Тинькофф	Тинькофф Мобильный банк	82,7%
2	 СБЕР БАНК	СберБанк Онлайн	80,7%
3	 Альфа Банк	Альфа-Банк	78,7%
4	 ВТБ	ВТБ Онлайн	73,0%
5	 Raiffeisen BANK	Райффайзен-Онлайн	70,6%

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Специальные номинации (2/3)

### Лучшая инновация в кредитных картах

#### 1. **ГАЗПРОМБАНК**

**Кредитная  
«Удобная карта»**



Номинация, основанная на экспертной оценке аналитиками Frank RG условий продукта (уникальный на рынке плавающий льготный период, мотивирующий клиентов к увеличению транзакционной активности), а также бизнес-показателей (высокие темпы роста портфеля кредитных карт в 1 квартале 2021 г.)



## Frank Cards & Rewards Award 2021. Специальные номинации (3/3)

### Высокая лояльность клиентов

# 1. Альфа Банк

100 дней без %



Номинация, основанная на оценке аналитиками Frank RG уровня клиентской лояльности – самая высокая доля пользователей, готовых рекомендовать продукт другим, относительно «критиков» и «нейтральных» по данным онлайн-опроса 2500+ активных держателей кредитных карт.

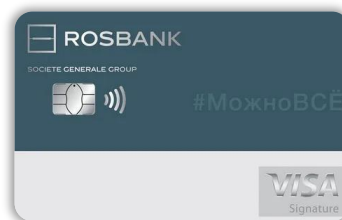
## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (1/3)

### Самая выгодная кредитная карта для путешествий






# 1. РОСБАНК

**Visa Signature**  
**#МожноВСЁ**

**Выгода:**  
**3,84%**



#### ТОП-5 кредитных карт для путешествий по выгоде\*

№	Банк	Название карты	Выгода
1	 РОСБАНК	Visa Signature #МожноВСЁ - Premium (Travel)	3,84%
2	 ЮниКредит Банк	Кредитная карта AIR MasterCard	3,76%
3	 РУССКИЙ СТАНДАРТ БАНК	RSB Travel Black	3,67%
4	 БАНК САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	Travel Premium	3,58%
5	 Тинькофф	All Airlines	3,52%

\* Сумма выгоды, получаемая клиентом за два года пользования картой, включая % на остатки по текущим и накопительным счетам и вознаграждение по reward-программам, с учетом расходов на обслуживание карты (стоимость выпуска, комиссии за обслуживание карты и смс-информирование). Для целей сравнения рассчитывается в % от трат клиента. Расчет производился при ежемесячных тратах от 150 тыс. руб. на профиле клиентских трат #44 «Путешественник Affluent Moscow».

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (2/3)

### Самая выгодная карта с кешбэк в массовом сегменте






**1.**  **БАНК  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

**Visa Cash Back**

**Выгода:  
2,13%**



#### ТОП-5 массовых дебетовых карт с кешбэком по выгоде\*

№	Банк	Название карты	Выгода
1	 <b>БАНК САНКТ-ПЕТЕРБУРГ</b>	Кредитная карта Visa Cash Back	2,13%
2	 <b>АТБ</b>	Универсальная карта	1,81%
3	 <b>ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ</b>	MC World «Каникулы»	1,58%
4	 <b>МТС БАНК</b>	Кредитная карта МТС Деньги Weekend	1,46%
5	 <b>ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ</b>	115 дней без процентов	1,23%

\* Сумма выгоды, получаемая клиентом за два года пользования картой, включая % на остатки по текущим и накопительным счетам и вознаграждение по reward-программам, с учетом расходов на обслуживание карты (стоимость выпуска, комиссии за обслуживание карты и смс-информирование). Для целей сравнения рассчитывается в % от трат клиента. Расчет производился при ежемесячных тратах от 50 тыс. руб. на профиле клиентских трат #1 «Базовый Mass Moscow».

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (3/3)

### Самая выгодная карта с кешбэк для состоятельных клиентов






#### 1. ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

**MC World BE**  
**«Каникулы»**

**Выгода:**  
**3,46%**



#### ТОП-5 премиальных дебетовых карт с кешбэк по выгоде\*























№	Банк	Название карты	Выгода
1	 ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ	Mastercard World Black Edition «Каникулы»	3,46%
2	 АТБ	Статус	2,88%
3	 МТС БАНК	Кредитная карта МТС Деньги Weekend	1,89%
4	 отпбанк	120 дней без процентов Премиум	1,63%
5	 ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ	115 дней без процентов	1,58%

\* Сумма выгоды, получаемая клиентом за два года пользования картой, включая % на остатки по текущим и накопительным счетам и вознаграждение по reward-программам, с учетом расходов на обслуживание карты (стоимость выпуска, комиссии за обслуживание карты и смс-информирование). Для целей сравнения рассчитывается в % от трат клиента. Расчет производился при ежемесячных тратах от 150 тыс. руб. на профиле клиентских трат #41 «Базовый Affluent Moscow».

**Приложение I.  
Сравнительная выгода по  
дебетовым картам с  
reward-программами**

## Выгода. Кредитные карты. Cashback. Сегмент Affluent Moscow

Таблица. Выгода по кредитным картам с cashback в сегменте Affluent Moscow, % от трат\*

№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X% 	12.	XXXX	XXXX	X,X% 
2.	XXXX	XXXX	X,X% 	13.	XXXX	XXXX	X,X% 
3.	XXXX	XXXX	X,X% 	14.	XXXX	XXXX	X,X% 
4.	XXXX	XXXX	X,X% 	15.	XXXX	XXXX	X,X% 
5.	XXXX	XXXX	X,X% 	16.	XXXX	XXXX	X,X% 
6.	XXXX	XXXX	X,X% 	17.	XXXX	XXXX	X,X% 
7.	XXXX	XXXX	X,X% 	18.	XXXX	XXXX	X,X% 
8.	XXXX	XXXX	X,X% 	19.	XXXX	XXXX	X,X% 
9.	XXXX	XXXX	X,X% 	20.	XXXX	XXXX	X,X% 
10.	XXXX	XXXX	X,X% 	21.	XXXX	XXXX	X,X% 
11.	XXXX	XXXX	X,X% 	22.	XXXX	XXXX	X,X% 

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «41-Affluent Moscow».

\*\*Выпуск карты прекращен

## Выгода. Кредитные карты. Бонусный Cashback. Сегмент Mass Moscow (1/2)

Таблица. Выгода по кредитным картам с бонусным cashback в сегменте Mass Moscow, % от трат\*

№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	17.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
2.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	18.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
3.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	19.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
4.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	20.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
5.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	21.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
6.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	22.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
7.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	23.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
8.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	24.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
9.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	25.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
10.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	26.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
11.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	27.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
12.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	28.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
13.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	29.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
14.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	30.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
15.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	31.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
16.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	32.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████





























Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «1-Mass Moscow».

\*\*Карты с универсальной бонусной программой рассматриваются совместно бонусным кешбэком в связи со схожей механикой использования бонусов.

## Выгода. Кредитные карты. Универсальные карты «Travel». Сегмент Affluent Regions

Таблица. Выгода по кредитным картам для путешественников в сегменте Affluent Regions, % от трат\*

№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X% 	18.	XXXX	XXXX	X,X% 
2.	XXXX	XXXX	X,X% 	19.	XXXX	XXXX	X,X% 
3.	XXXX	XXXX	X,X% 	20.	XXXX	XXXX	X,X% 
4.	XXXX	XXXX	X,X% 	18.	XXXX	XXXX	X,X% 
5.	XXXX	XXXX	X,X% 	19.	XXXX	XXXX	X,X% 
6.	XXXX	XXXX	X,X% 	20.	XXXX	XXXX	X,X% 
7.	XXXX	XXXX	X,X% 	21.	XXXX	XXXX	X,X% 
8.	XXXX	XXXX	X,X% 	22.	XXXX	XXXX	X,X% 
9.	XXXX	XXXX	X,X% 	23.	XXXX	XXXX	X,X% 
10.	XXXX	XXXX	X,X% 	24.	XXXX	XXXX	X,X% 
11.	XXXX	XXXX	X,X% 	25.	XXXX	XXXX	X,X% 
12.	XXXX	XXXX	X,X% 	26.	XXXX	XXXX	X,X% 
13.	XXXX	XXXX	X,X% 	27.	XXXX	XXXX	X,X% 
14.	XXXX	XXXX	X,X% 	28.	XXXX	XXXX	X,X% 

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «35-Affluent Travel Regions».



## Выгода. Кредитные карты. Карты «Travel» (кобренды). Сегмент Affluent Moscow

Таблица. Выгода по кредитным картам для путешественников в сегменте Affluent Moscow, % от трат\*

№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X%	14.	XXXX	XXXX	X,X%
2.	XXXX	XXXX	X,X%	15.	XXXX	XXXX	X,X%
3.	XXXX	XXXX	X,X%	16.	XXXX	XXXX	X,X%
4.	XXXX	XXXX	X,X%	17.	XXXX	XXXX	X,X%
5.	XXXX	XXXX	X,X%	18.	XXXX	XXXX	X,X%
6.	XXXX	XXXX	X,X%	19.	XXXX	XXXX	X,X%
7.	XXXX	XXXX	X,X%	20.	XXXX	XXXX	X,X%
8.	XXXX	XXXX	X,X%	21.	XXXX	XXXX	X,X%
9.	XXXX	XXXX	X,X%	22.	XXXX	XXXX	X,X%
10.	XXXX	XXXX	X,X%	23.	XXXX	XXXX	X,X%
11.	XXXX	XXXX	X,X%	24.	XXXX	XXXX	X,X%
12.	XXXX	XXXX	X,X%	25.	XXXX	XXXX	X,X%
13.	XXXX	XXXX	X,X%	26.	XXXX	XXXX	X,X%

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «44-Affluent Travel Moscow».

## Выгода. Кредитные карты. Retail-программы (food). Сегмент Mass Regions

Таблица. Выгода по кредитным картам с партнерскими программами в сегменте Mass Regions, % от трат\*

№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	7.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
2.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	8.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
3.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	9.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
4.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	10.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
5.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████	11.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████
6.	XXXX	XXXX	X,X% ██████████				

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «5-Базовый Mass Regions».

## Выгода. Кредитные карты. Карты для автолюбителей. Сегмент Mass Regions

Таблица. Выгода по кредитным картам с партнерскими программами в сегменте Mass Regions, % от трат\*



















№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X% 	4.	XXXX	XXXX	X,X% 
2.	XXXX	XXXX	X,X% 	5.	XXXX	XXXX	X,X% 
3.	XXXX	XXXX	X,X% 	6.	XXXX	XXXX	X,X% 

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «5-Базовый Mass Regions».

## Выгода. Кредитные карты. Retail-программы (non-food). Сегмент Affluent Moscow

Таблица. Выгода по кредитным картам с партнерскими программами в сегменте Affluent Moscow, % от трат\*


№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X% 	10.	XXXX	XXXX	X,X% 
2.	XXXX	XXXX	X,X% 	11.	XXXX	XXXX	X,X% 
3.	XXXX	XXXX	X,X% 	12.	XXXX	XXXX	X,X% 
4.	XXXX	XXXX	X,X% 	13.	XXXX	XXXX	X,X% 
5.	XXXX	XXXX	X,X% 	14.	XXXX	XXXX	X,X% 
6.	XXXX	XXXX	X,X% 	15.	XXXX	XXXX	X,X% 
7.	XXXX	XXXX	X,X% 	16.	XXXX	XXXX	X,X% 
8.	XXXX	XXXX	X,X% 	17.	XXXX	XXXX	X,X% 
9.	XXXX	XXXX	X,X% 	18.	XXXX	XXXX	X,X% 

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «41-Affluent Moscow».

## Выгода. Кредитные карты. Кобренды с телекомами. Сегмент Mass Moscow

Таблица. Выгода по кредитным картам с партнерскими программами в сегменте Mass Moscow, % от трат\*

№	Банк	Название программы	Выгода	№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXX	XXXX	X,X% 	4.	XXXX	XXXX	X,X% 
2.	XXXX	XXXX	X,X% 	5.	XXXX	XXXX	X,X% 
3.	XXXX	XXXX	X,X% 	6.	XXXX	XXXX	X,X% 

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «1-Базовый Mass Moscow».

# **Приложение II. Методика расчета чистой выгоды по карте**

## Методика расчета чистой выгоды по карте

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

В связи с этим методика имеет следующие ограничения:

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

## Расчет чистой выгоды (1/4)

### Общие положения

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

Для целей расчета размер и структура доходов и трат клиента однородны в течение всего срока расчета и определяются профилем клиента. Для целей расчета специально разрабатываются несколько профилей клиентов в зависимости от уровня доходов и структуры трат. Подробное описание профилей – в Приложении 1 к настоящему отчету.

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

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

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

### Рациональное поведение

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

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

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



## Расчет чистой выгоды: специальные условия и стоимость (2/4)

### Начисление выгоды

При расчете выгоды учитываются все специальные условия и ограничения:

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

### Стоимость обслуживания

В стоимости обслуживания **учитываются**:



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

В стоимости обслуживания **не учитываются**:



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



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

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

## Расчет чистой выгоды: бонусные программы (3/4)

### Коэффициент конвертации

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

### Программы для путешественников

#### Авиамили:

- Для расчета использовалась средняя стоимость перелета туда-обратно по трём разным по длительности и целям авиамаршрутам;
- Маршруты для сегмента Affluent: короткий перелет (Москва – Париж), отдых (Москва – Дубай), длительный перелет (Москва – Майами);
- Маршруты для сегмента Mass и Upper Mass: короткий перелет внутри страны (Москва – Санкт-Петербург), курортный перелет (Москва – Сочи), длительный перелет, туристическая поездка (Москва – Барселона);
- В целях уменьшения влияния случайных факторов, расчеты для разных reward-программ выполнялись в одинаковых условиях: направление, время и дата полета, класс обслуживания и т.п.;
- Для целей сравнения все дополнительные таксы и сборы исключались из расчетов.

#### Ж/Д мили:

- Для расчета использовалась средняя стоимость проезда по трем направлениям (Москва – Санкт-Петербург, Москва – Казань, Москва – Сочи);
- Для целей сравнения все дополнительные таксы и сборы исключались из расчетов.

### Покупка товаров в каталоге

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

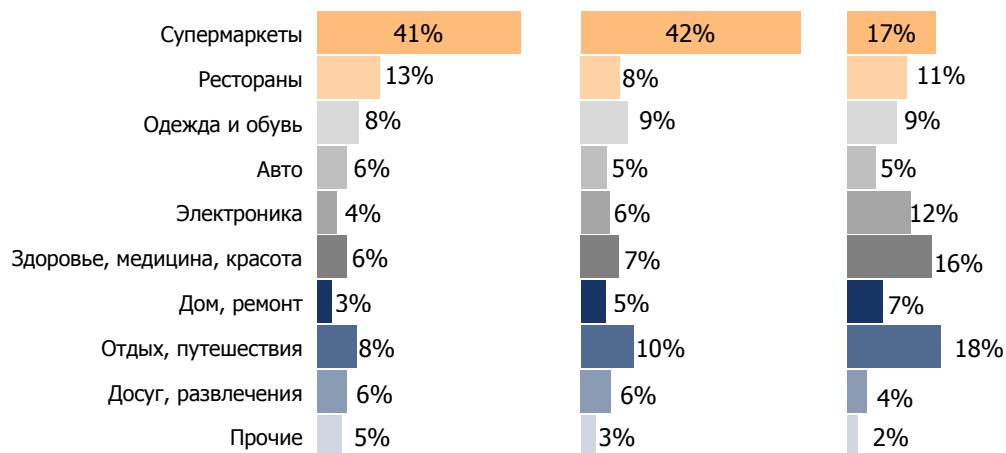
В целях уменьшения влияния случайных факторов, расчеты для разных reward-программ, по возможности, выполнялись для схожих позиций или категорий товаров.

## Расчет чистой выгоды: профили клиентов (4/4)

Основные параметры профилей клиентов, определенные Frank RG для целей исследования

Профиль Сегмент Регион	1. Базовый Mass Москва ...	5. Базовый Mass Регионы ...	45. Wellness Affluent Москва ...
Доход в мес., руб.	80 000	40 000	250 000
Доля безналичных операций, %	60%	50%	60%
Траты по карте, руб./мес.	48 000	20 000	150 000
Остатки на счетах, руб.	270 000	80 000	1 500 000
Средний чек, руб.	1 107	597	2 707
Баланс (мин. остаток по СКС)	36 500	12 800	112 500

Структура безналичных транзакций клиента базового профиля по сегментам Mass Москва, Mass Регионы, Affluent Москва, %\*



\* Профили затрат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2020 г.

Источник: Frank RG, 2021 г.

Для целей расчета чистой выгоды reward-программ выделяются 3 основных клиентских сегмента:

- Mass (Массовый);
- Upper Mass (верхний массовый);
- Affluent (высокодоходный);
- Каждый сегмент дополнительно подразделяется на столичный и региональный макрорегионы.

В рамках каждого сегмента выделяются профили по принципам универсальности или предпочтений трат.

**Базовый** – универсальный профиль, составленный на основе усредненных показателей потребительских трат.

Дополнительно к базовому профилю выделяются **специализированные** профили («Путешественник», «Автомобилист», «Гурман», «Миллениал» и пр.) со смещенной структурой потребления, фокусированные на повышенных тратах в определенных категориях. Доля таких трат увеличена в специальных профилях по сравнению со средними значениями и составляет от 15% в AFFLUENT сегменте до 30% в MASS сегменте, не выходя, однако за рамки обоснованных возможных трат в месяц в соответствии с располагаемым доходом (суммой трат по карте).

Всего 52 профилей клиентов, различающихся по

- Клиентскому сегменту;
- Уровню дохода;
- Уровню трат, сбережений и безналичных операций;
- Структуре затрат.



**FRANK RG**

---

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

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

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