

**FRANK** RG

# Рейтинг сервисов подписок в России 2022

---

Январь 2022

# **1 Цели и методика исследования**

## Цели исследования



Определить тенденции и текущее состояние рынка подписок



Выделить механизмы развития сервисов и конкуренции между ними



Определить лидеров рынка по выгоде для клиента и в рамках интегрального рейтинга



Выявить предпочтения и опыт клиентов



Оценить объем рынка и доли основных провайдеров

## Основные этапы

Кабинетное исследование

Изучение открытых источников и отчетов крупнейших аналитических и консалтинговых компаний

Анализ тарифов

Анализ тарифов банков и компаний на предоставление подписок, дополнительных и альтернативных опций

Экспертные интервью

Проведение интервью с руководителями направлений в банках и компаниях, предоставляющих сервисы подписок

Онлайн опрос клиентов

Онлайн-опрос респондентов, которые являются активными пользователями сервисов подписок

UI/UX-исследование

Исследование цифровых каналов взаимодействия пользователей с сервисами

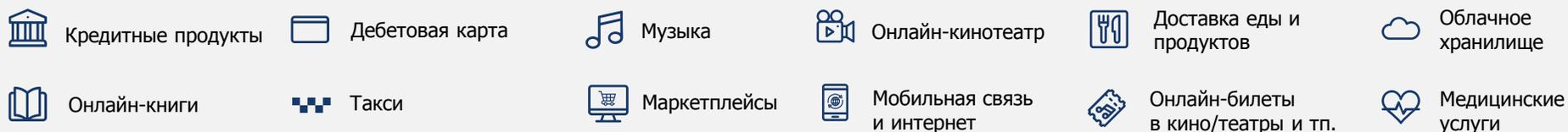
Отчет и рейтинг

Обзор основных итогов и публикация рейтинга в СМИ

## Методология исследования

- Для целей данного исследования под подпиской понимается продукт, объединяющий несколько сервисов в пакетное предложение или улучшающий условия текущего обслуживания по одному или нескольким сервисам и подразумевающий регулярную абонентскую плату.
- Подписки получили распространение в рамках развивающихся экосистем банков, IT, ритейлеров и телеком-операторов (финтехов). Экосистема – совокупность сервисов, характеризующихся мультиотраслевой деятельностью, связанных между собой и имеющих общую систему лояльности, и зачастую использующих сетевые принципы экономической модели.
- Подписки могут быть моносервисными и мультисервисными, объединяющими финансовые, контентные, e-com и прочие сервисы.
- Фокусом данного исследования является развитие мультисервисных подписок в банках и небанковских участниках рынка в рамках развивающихся экосистем. Список участников исследования формировался исходя из представленных на рынке подписок, объединяющих в себе финансовые и lifestyle сервисы и условия.
- Кроме того, в исследовании представлены два моносервисных предложения: OZON Premium и подписка Халва.Десятка от Совкомбанка. OZON имеет планы по расширению собственной экосистемы и потенциал включения в подписку финансовых сервисов от развиваемого им банка. Халва.Десятка была включена в исследование в качестве моносервисной финансовой подписки по причине предпочтений клиентов, которые, по результатам опроса, выше всего оценивают важность наличия финансовых сервисов.
- Не включены в исследование моносервисные контентные подписки, предоставляющие доступ к одному сервису за абонентскую плату.

## Анализируемые сервисы в рамках подписок:



- В перечень анализируемых сервисов включены монетизируемые сервисы, входящие в подписки, позволяющие клиентам потреблять товары и услуги, контент, пакеты данных, а также способствующие этому потреблению финансовые сервисы (банковские продукты).
- В исследовании не учтены одноразовые скидки на сервисы, краткосрочные ограниченные предложения, скидки на онлайн образование, а также побочные сервисы, эффект от потребления которых для клиента невозможно оценить в денежном выражении (наборы стикеров, открыток, бонусы и привилегии в компьютерных и мобильных играх).

## Список анализируемых компаний и их подписки

### Список участников

Логотип	Провайдер	Подписка
 МЕГАФОН	Мегафон	Мегафон Плюс
 МТС	МТС	МТС Premium
 СБЕР	Сбербанк	СберПрайм, СберПрайм+
СЕТЬ ПАРТНЕРСТВ	Сеть Партнёров	Огонь
 СОВКОМБАНК	Совкомбанк	Халва.Десятка
 ТИНЬКОФФ	Тинькофф	Tinkoff Pro
 Яндекс	Яндекс	Яндекс Плюс, Плюс с more.tv, Плюс с Амедиатекой
 ВКОНТАКТЕ	VK	VK Combo
 OZON	OZON	OZON Premium
 X5 Group	X5 Retail Group	Полный Пакет, Пакет с Пятерочкой, Пакет с Перекрестком

## **2      Рейтинг сервисов подписок**

## **2.1 Рейтинг выгоды сервисов подписок**

## Рейтинг выгоды сервисов подписок

Рейтинг выгоды составлен на основе тарифных условий сервисов подписок, включает их продуктовое наполнение, годовую стоимость. Использование включенного наполнения для расчета рейтинга оценивается на основе профилей трат клиентов, составленных по результатам клиентского опроса.

### Ограничения:

- Клиент рационален, не привязан к конкретным сервисам. При возможности он выбирает аналогичный сервис с самой низкой ценой на рынке. Профили трат клиентов сегмента mass, разделены на две категории:
  - Mass клиенты, которые используют lifestyle-сервисы, по возможности пользуются всеми удобствами онлайн-магазинов и сервисов доставки. Доля трат по карте составляет 50% от дохода.
  - Digital mass клиенты, которые совершают больше трат по карте (65% от дохода), активно используют онлайн-сервисы и подписки.
- Расчёт выгоды производится за 1 год использования подписки без учета бесплатных периодов, но с учетом скидки за активацию подписки на год.

### Формула расчета абсолютной ежемесячной выгоды подписки:

$$\left( \begin{array}{l} \text{Сумма стоимостей аналогичных сервисов,} \\ \text{которые заменяет подписка, за 1 год*} \\ \\ \text{+} \\ \\ \text{Сумма всех дополнительно начисленных бонусов} \\ \text{и кешбэков в рублевом эквиваленте за 1 год} \end{array} \right) - \text{Стоимость подписки за 1 год} / 12 \text{ месяцев}$$

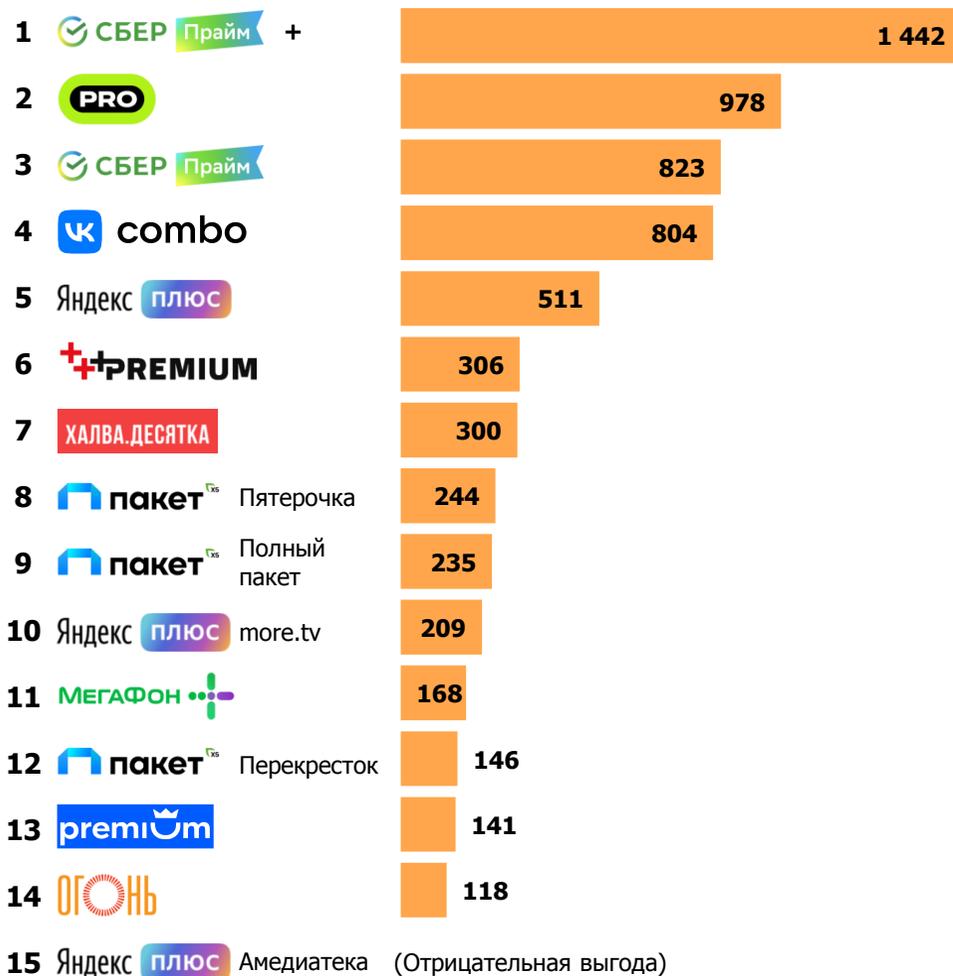
\*Подробная методика расчета рейтинга выгоды сервисов подписок приведена в Приложении I

## Расчет рейтинга выгоды. Профиль Mass Moscow

	Lifestyle-сервисы	Финансовые сервисы	Стоимость в год	Чистая выгода	Выгода в месяц	
 СберПрайм	11869	0	(1990)	9879	823	
	СберПрайм +	11944	9344	(3990)	17298	1442
 Яндекс Плюс	Плюс	7642	878	(2388)	6132	511
	Плюс с more.tv	6581	716	(4788)	2509	209
	Плюс Мульти с Амедиатекой	6581	716	(8388)	-1092	-91
 Т-ПРЕМИУМ	4334	1731	(2388)	3677	306	
 VK combo	11673	0	(2028)	9645	804	
 PRO	1539	12588	(2388)	11739	978	
 МЕГАФОН	6808	0	(4788)	2020	168	
 пакет GS	Полный пакет x5	4088	1718	(2988)	2818	235
	Пакет с Пятерочкой	4088	1227	(2388)	2927	244
	Пакет с Перекрестком	4088	2454	(4788)	1754	146
 ОГОНЬ	360	4045	(2988)	1417	118	
 premium	3975	103	(2388)	1690	141	
 ХАЛВА.ДЕСЯТКА	0	7188	(3588)	3600	300	

## Рейтинг выгоды. Профиль Mass Moscow

Чистая выгода от использования подписки в месяц, руб.



Источник: Frank.RG, 2021.

\*Результаты онлайн-опроса 840 активных пользователей сервисов подписок, 2021,

\*\*Данные Росстат о среднемесячной заработной плате, октябрь 2021.

### Профиль Mass Moscow

45%\* всех товаров покупает онлайн.  
25%\* продуктов и еды из ресторанов заказывает в сервисах доставки.

**Годовой доход:** 1 200 000 руб.\*\*

**Сумма остатков на счетах:** 270 000 руб.

**Доля трат по карте:** 50%



#### Предпочтения:



Электронные книги  
(ограниченный каталог)



Такси класса эконом  
и комфорт



Фильмы и ТВ



Музыкальные  
стриминговые сервисы



Облачное хранилище  
100 ГБ

#### Траты в месяц, руб.



6 250



20 450



1 800



1 833



1 250

#### Траты в год, руб.



15 000



22 200



4 200

#### Онлайн-покупки в год, руб.



22 680



3 240



10 800



8 100



5 400



5 400



5 400



9 450



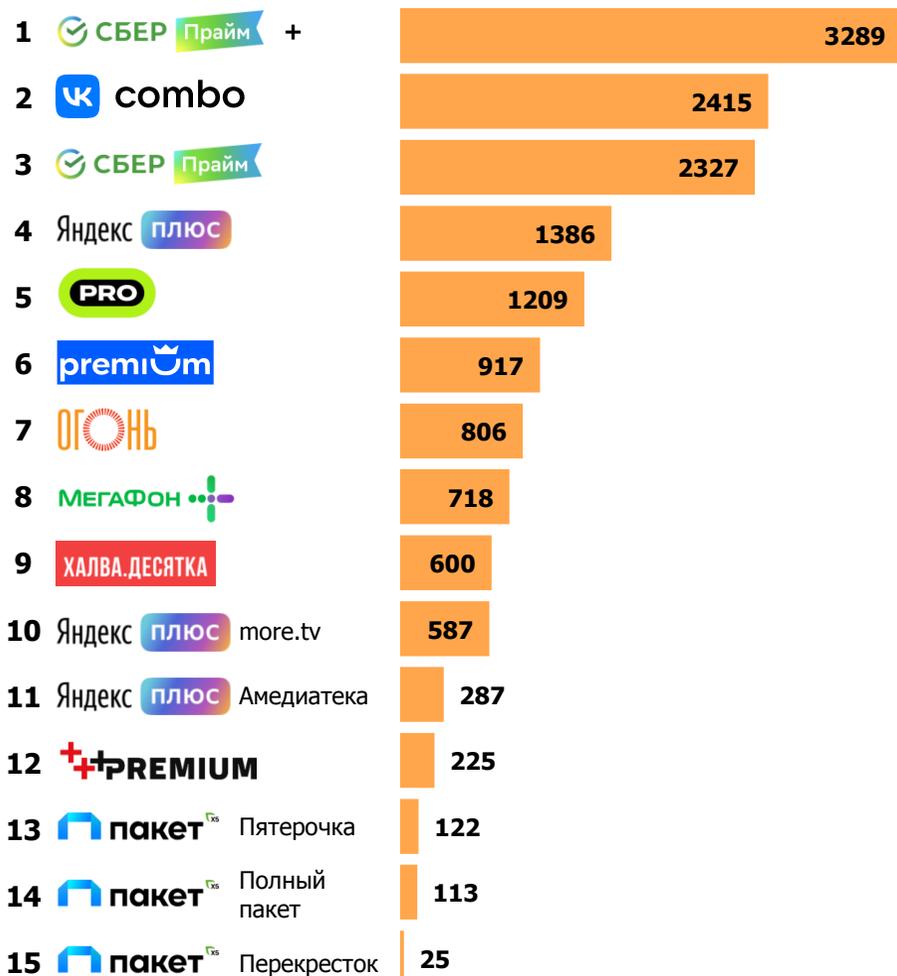
1 890

## Расчет рейтинга выгоды. Профиль Digital Mass Moscow

	Lifestyle-сервисы	Финансовые сервисы	Стоимость в год	Чистая выгода	Выгода в месяц	
 СБЕР Прайм	СберПрайм	29915	0	(1990)	27925	2327
	СберПрайм +	30084	13372	(3990)	39466	3289
 Яндекс ПЛЮС	Плюс	18196	826	(2388)	16634	1386
	Плюс с more.tv	11360	466	(4788)	7038	587
	Плюс Мульти с Амедиатекой	11360	466	(8388)	3438	287
 Т-ПРЕМИУМ		3360	1731	(2388)	2703	225
 VK combo		31004	0	(2028)	28976	2415
 PRO		6497	10395	(2388)	14504	1209
 МЕГАФОН		13406	0	(4788)	8618	718
 пакет GS	Полный пакет x5	2628	1718	(2988)	1358	113
	Пакет с Пятерочкой	2628	1227	(2388)	1467	122
	Пакет с Перекрестком	2628	2454	(4788)	294	25
 ОГОНЬ		9462	3195	(2988)	9669	806
 premiUm		13169	228	(2388)	11009	917
 ХАЛВА.ДЕСЯТКА		0	10788	(3588)	7200	600

## Рейтинг выгоды. Профиль Digital Mass Moscow

Чистая выгода от использования подписки в месяц, руб.



Источник: Frank.RG, 2021.

\*Профиль Digital Mass Moscow демонстрирует среднестатистического жителя Москвы, полностью использующего возможности выбранной подписки,

\*\*Данные Росстат о среднемесячной заработной плате, октябрь 2021.

### Профиль Digital Mass Moscow

Активный пользователь онлайн-сервисов.  
100%\* покупок совершает онлайн.  
100%\* продуктов и еды заказывает с доставкой

**Годовой доход:** 1 200 000 руб.\*\*

**Сумма остатков на счетах:** 100 000 руб.

**Доля трат по карте:** 65%



#### Предпочтения:



Электронные книги и аудиокниги



Такси класса комфорт



Фильмы в 4K, ТВ и сериалы



Музыкальные стриминговые сервисы



Облачное хранилище 1 ТБ

#### Траты в месяц, руб.



8 333



20 450



1 800



1 833



1 250

#### Траты в год, руб.



15 000



22 200



4 200

#### Онлайн-покупки в год, руб.



60 400



7 200



24 000



18 000



12 000



12 000



12 000



21 000



4 200

## Расчет рейтинга выгоды. Профиль Mass Regions

	Lifestyle-сервисы	Финансовые сервисы	Стоимость в год	Чистая выгода	Выгода в месяц	
 СберПрайм	7871	0	(1990)	5881	490	
	СберПрайм +	7931	3682	(3990)	7623	635
 Яндекс Плюс	Плюс	4785	403	(2388)	2800	233
	Плюс с more.tv	5214	331	(4788)	757	63
	Плюс Мульти с Амедиатекой	5214	331	(8388)	-2843	-237
 Т-ПРЕМИУМ	3818	1125	(2388)	2555	213	
 VK combo	8140	0	(2028)	6112	509	
 PRO	759	5636	(2388)	4007	334	
 МЕГАФОН	6808	0	(4788)	2020	168	
 пакет <sup>GS</sup>	Полный пакет x5	4018	700	(2988)	1730	144
	Пакет с Пятерочкой	4018	500	(2388)	2130	178
	Пакет с Перекрестком	4018	1000	(4788)	230	19
 ОГОНЬ	0	1497	(2988)	-1491	-124	
 premium	2151	46	(2388)	-191	-16	
 ХАЛВА.ДЕСЯТКА	0	5388	(3588)	1800	150	

## Рейтинг выгоды. Профиль Mass Regions

Чистая выгода от использования подписки в месяц, руб.



Источник: Frank RG, 2021.

\*Результаты онлайн-опроса 840 активных пользователей сервисов подписок, 2021.

\*\*Данные Росстат о среднемесячной заработной плате, октябрь 2021.

### Профиль Mass Regions

50%\* всех товаров покупает онлайн.  
35%\* продуктов и еды из ресторанов заказывает в сервисах доставки.

**Годовой доход:** 576 000 руб.\*\*

**Сумма остатков на счетах:** 80 000 руб.

**Доля трат по карте:** 50%



#### Предпочтения:



Электронные книги  
(ограниченный каталог)



Такси класса эконом  
и комфорт



Фильмы в 4K,  
ТВ и сериалы



Музыкальные  
стриминговые сервисы



Облачное хранилище  
100 ГБ

#### Траты в месяц, руб.



1 500



8 333



675



925



333

#### Траты в год, руб.



7 200



10 200



3 600

#### Онлайн-покупки в год, руб.



11 200



1 650



6 600



5 950



3 900



2 400



2 400



1 800



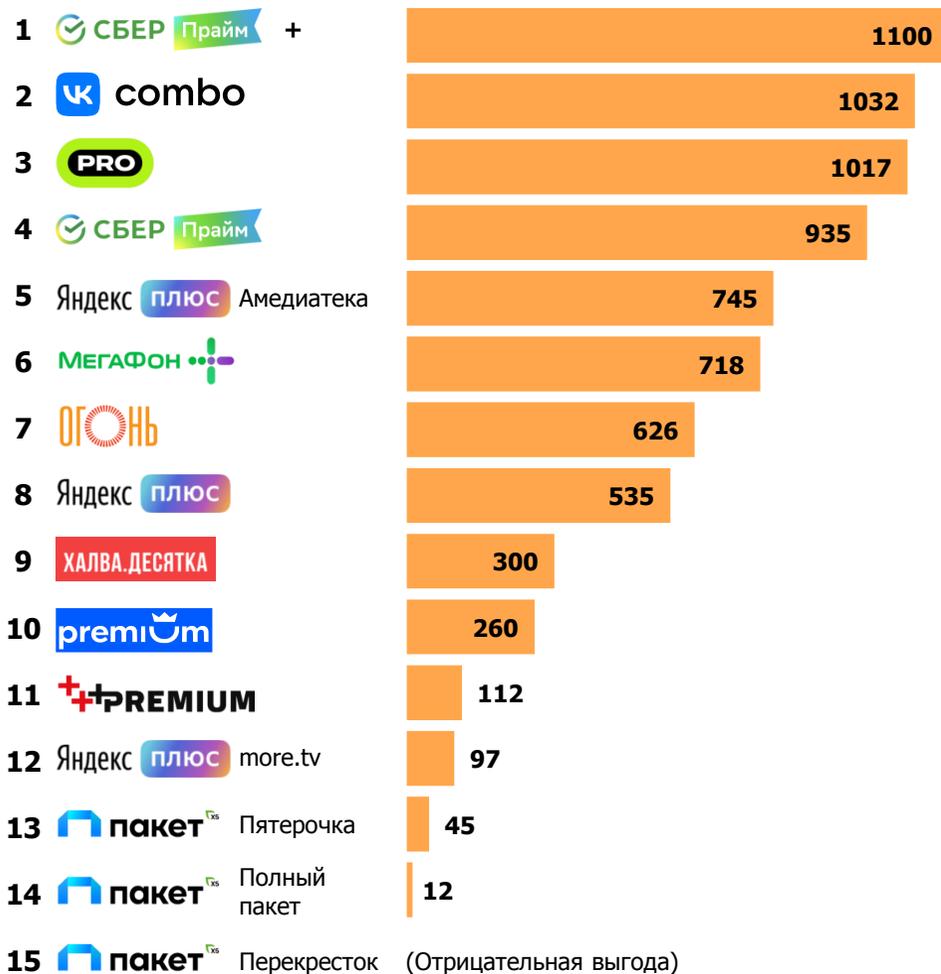
600

## Расчет рейтинга выгоды. Профиль Digital Mass Regions

	Lifestyle-сервисы	Финансовые сервисы	Стоимость в год	Чистая выгода	Выгода в месяц	
 СберПрайм	13207	0	(1990)	11217	935	
	СберПрайм +	13337	3854	(3990)	13200	1100
 Яндекс Плюс	Плюс	8339	475	(2388)	6426	535
	Плюс с more.tv	5617	331	(4788)	1160	97
	Плюс Мульти с Амедиатекой	16995	331	(8388)	8938	745
 Т-ПРЕМИУМ	2604	1125	(2388)	1341	112	
 VK combo	14416	0	(2028)	12388	1032	
 PRO	6497	8096	(2388)	12205	1017	
 МЕГАФОН	13406	0	(4788)	8618	718	
 пакет GS	Полный пакет x5	2428	700	(2988)	140	12
	Пакет с Пятерочкой	2428	500	(2388)	540	45
	Пакет с Перекрестком	2428	1000	(4788)	-1360	-113
 ОГОНЬ	9126	1377	(2988)	7515	626	
 premium	5412	91	(2388)	3115	260	
 ХАЛВА.ДЕСЯТКА	0	7188	(3588)	3600	300	

## Рейтинг выгоды. Профиль Digital Mass Regions

Чистая выгода от использования подписки в месяц, руб.



### Профиль Digital Mass Regions

Активный пользователь онлайн-сервисов.  
100%\* покупок совершает онлайн.  
100%\* продуктов и еды заказывает с доставкой



**Годовой доход:** 576 000 руб.\*\*

**Сумма остатков на счетах:** 56 000 руб.

**Доля трат по карте:** 65%

**Предпочтения:**



Электронные книги и аудиокниги



Такси класса комфорт



Фильмы, ТВ и сериалы

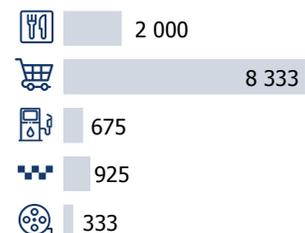


Музыкальные стриминговые сервисы

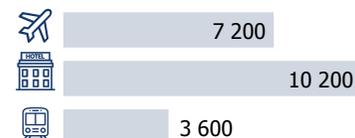


Облачное хранилище 1 ТБ

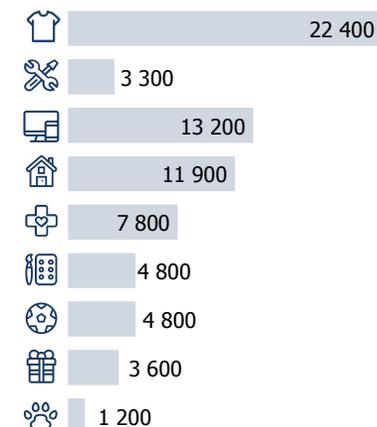
**Траты в месяц, руб.**



**Траты в год, руб.**



**Онлайн-покупки в год, руб.**



Источник: Frank RG, 2021

\*Профиль Digital Mass Regions демонстрирует среднестатистического жителя регионов, полностью использующего возможности выбранной подписки,

\*\*Данные Росстат о среднемесячной заработной плате, октябрь 2021.

## **2.2 Интегральный рейтинг подписок**

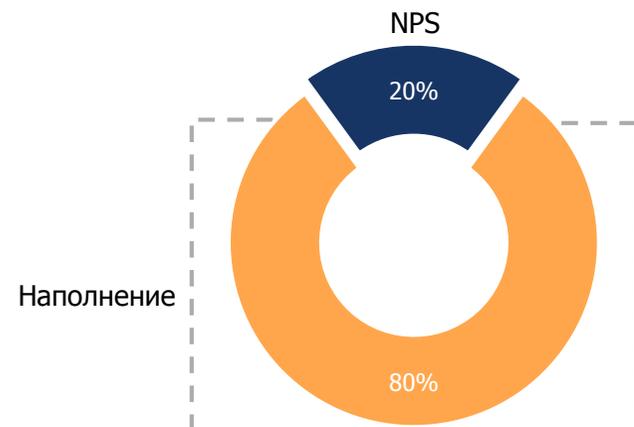
## Интегральный рейтинг подписок

- Интегральный рейтинг составлен на основе продуктового наполнения подписок сервисами, входящими в подписку, взвешенных по уровню востребованности сервиса по данным клиентского опроса. Оценка качества и внутреннего наполнения сервисов, входящих в подписку, оценивается на основании удовлетворенности клиентов (NPS).
- Поскольку рынок мультисервисных подписок находится на стадии активного роста, а многие игроки запустили свои сервисы менее 1 года назад, у пользователей недостаточно опыта для объективной оценки своей удовлетворенности и сравнения предлагаемых ему сервисов, поэтому вес показателя NPS в интегральном рейтинге составляет 20%, общий вес наполнения – 80%.

### Формула расчета итоговой оценки:

$$\sum \left( \begin{array}{l} \text{Наличие сервиса} \\ (1 - \text{есть}, 0 - \text{нет}) \end{array} \times \text{Вес сервиса}^* \right) + \text{NPS} \times 20\%$$

### Веса факторов в интегральном рейтинге, %



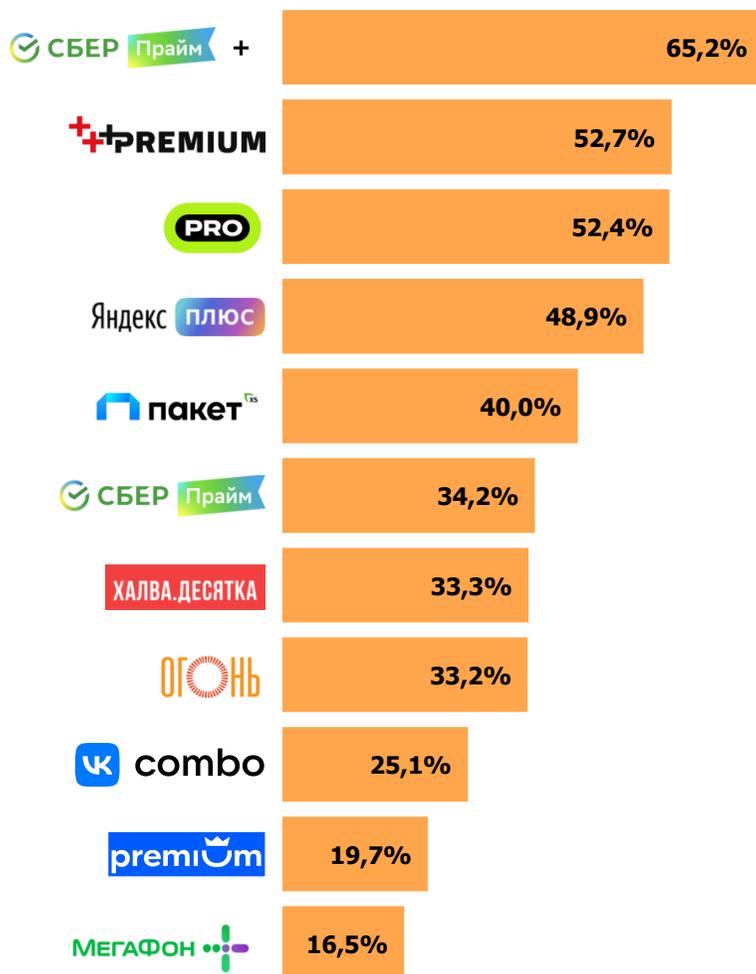
\*Веса сервисов рассчитаны на основе клиентского опроса. Подробнее в Приложении II.

## Интегральный рейтинг подписок

Сервисы подписок	Вес											
<b>NPS</b>	20,0%	<b>0,37</b>	<b>0,33</b>	<b>0,21</b>	<b>0,35</b>	<b>0,26</b>	—	<b>0,15</b>	<b>0,38</b>	<b>0,36</b>	<b>0,34</b>	<b>0,50</b>
Повышенный кешбэк/бонусы	12,4%	+	-	-	+	+	-	-	+	+	+	+
Бесплатное обслуживание по карте	7,5%	-	-	-	+	-	+	-	+	+	-	+
Повышенный % на остаток	7,3%	-	-	-	-	-	+	-	-	+	-	-
Фильмы/сериалы/видеостриминговые сервисы	6,7%	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
Скидки/кешбэк на товары в продуктовых магазинах	6,2%	-	-	-	+	+	+	-	-	-	+	-
Бесплатный пакет с мобильной связью и интернетом	5,7%	-	-	-	+	-	-	+	+	+	-	-
Бесплатные музыкальные сервисы	5,4%	-	+	+	+	+	-	+	+	-	+	-
Бесплатная доставка товаров из интернета	5,1%	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+	-
Кешбэк/бонусы за такси	2,9%	-	+	-	-	-	-	+	+	-	+	-
Расширенные границы начисления бонусов/кешбэка	2,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Безлимитные переводы	2,7%	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-
Скидки на кредитные продукты и автолизинг	2,7%	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
Кешбэк/бонусы на доставку еды	2,3%	-	+	-	-	+	-	+	+	-	+	-
Безлимитное снятие наличных	2,1%	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-
Скидки на медицинские услуги	1,9%	-	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-
Увеличенный срок рассрочки	1,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
Бесплатное СМС-информирование/Push-уведомления	1,7%	-	-	-	+	-	-	-	+	+	-	+
Увеличенный объем облака (Google Drive, Яндекс. Диск)	1,1%	-	+	-	-	-	-	+	+	-	+	-
Скидки на авиабилеты/бронирование отелей/путешествия	0,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Скидки на страхование	0,9%	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
<b>Итоговая оценка</b>		<b>19,7%</b>	<b>25,1%</b>	<b>16,5%</b>	<b>52,7%</b>	<b>40,0%</b>	<b>33,2%</b>	<b>34,2%</b>	<b>65,2%</b>	<b>52,4%</b>	<b>48,9%</b>	<b>33,3%</b>

## Интегральный рейтинг подписок

### Общая оценка



### Подписки, включающие финансовые сервисы – лидеры интегрального рейтинга

- По итогам интегрального рейтинга, наибольшую оценку получила подписка **СберПрайм+**. Данная подписка предлагает самое широкое наполнение, включая lifestyle-сервисы в виде стриминговых платформ и скидок на сервисы городской мобильности (доставка, такси, курьерская служба) и финансовые сервисы в виде бесплатного обслуживания и повышенного начисления бонусов по СберКарте. Помимо наполнения подписка обладает одним из самых высоких показателей NPS – 38%.
- На втором и третьем месте **МТС Premium** и **Тинькофф Pro** с практически равными оценками. Несмотря на менее широкое наполнение, данные подписки включают наиболее востребованные у пользователей сервисы, которые имеют высокий вес важности по итогам клиентского опроса.
- Яндекс Плюс** занимает четвертое место в интегральном рейтинге, являясь при этом лучшей подпиской, не предлагающей финансовые сервисы.

#### Комментарий Frank RG:

По мнению Frank RG, финансовые сервисы становятся обязательным элементом мультисервисных подписок, демонстрируя самую высокую востребованность у пользователей и гарантируя высокий уровень клиентской удовлетворенности.

# **Приложение I**

## **Методика расчета рейтинга выгоды сервисов подписок**

## Расчет выгоды сервисов подписок

### Общие положения

Оценка выгоды осуществляется на основе расчетной модели, в которой учитываются все стоимостные параметры подписки, выгода от lifestyle-сервисов, включенных в подписку, бонусный доход от пользования сервисами соответствующей экосистемы, бонусный/денежный доход от пользования финансовыми услугами.

Основные принципы расчета выгоды:

- Рациональность клиента, который выбирает для себя лучший сервис, удовлетворяющий его потребностям, при этом за минимальную стоимость. Также, клиент, оформивший подписку, использует сервисы, входящие в экосистему, для получения наибольшей выгоды от подписки, но не использует медиасервисы, не удовлетворяющие его потребностям.
- Если сервис имеет отрицательную выгоду, он не учитывается в суммарной выгоде подписки.
- Учитывается только «дополнительная» выгода от подписки (то есть которая может быть получена только при условии приобретения подписки).

Расчеты производятся на временном горизонте 1 год. Данный срок позволяет более корректно учитывать и сравнивать между собой подписки, предлагающие клиентам оплату сразу за год со скидкой.

Результатом расчета является «дополнительная» выгода (экономия), исчисляемая в рублях и получаемая клиентом за 1 год использования подписки с учетом расходов на её оплату.

### Дополнительная выгода

Под «дополнительной» выгодой понимается денежная сумма, которую клиент экономит благодаря подписке. При этом не учитывается доход/выгода, которую клиент мог бы получить, не имея подписки.

Краткий пример расчета дополнительной выгоды:

1. Подписка Яндекс Плюс предлагает клиенту бесплатный сервис Яндекс Музыка.  
В качестве альтернативного сервиса за наименьшую цену (без подписки Яндекс Плюс) клиент выбирает Spotify Premium за 2 028 руб. в год.  
С подпиской Яндекс Плюс пользователь экономит на музыке всю сумму (2 028 руб.) в год.
2. Подписка Тинькофф Pro предлагает кешбэк 25% на Spotify Premium, то есть на музыке пользователь экономит 507 руб. в год (2 028\*25%).

## Рейтинг выгоды подписок. База сравнения сервисов подписок (1/2)

Для расчета выгоды lifestyle-сервисов использовалась «альтернативная стоимость сервисов» – наименьшая стоимость сервисов, функционал которых соответствует профилю клиента (указаны ниже; требования и самый дешевый сервис, удовлетворяющий им). Для подсчета бонусов/баллов использовался профиль трат, основанный на данных проекта «Мониторинг банковских reward-программ в России», скорректированный по итогам клиентского опроса.

### Характеристика клиентских профилей: структура и стоимость потребляемых lifestyle-сервисов в год

Сервис	Профиль клиента: Mass	Профиль клиента: Digital mass
<b>Краткое описание профиля</b>	Пользователь массового сегмента по доходам, использующий медиасервисы, такси и доставку, однако не все его траты совершаются онлайн.	Активный пользователь медиасервисов, такси и сервисов доставки, который старается извлечь максимальную пользу от текущих сервисов, 100% его покупок происходит онлайн.
<b>Сервисы с фиксированными тарифами, годовая стоимость</b>		
Кино	1790 руб. (Фильмы и ТВ; Wink TV)	11378 руб. (Фильмы, ТВ и сериалы Wink TV + Netflix)
Музыка	2028 руб. (Spotify)	2028 руб. (Spotify)
Мобильная связь/интернет	Москва: 5772 руб. (30 ГБ + 200 мин) (YOTA) Регионы: 4440 руб. (15 ГБ + 300 мин) (МТС)	Москва: 7908 руб. (40 ГБ + 700 мин) (YOTA) Регионы: 5400 руб. (40 ГБ + 600 мин) (МТС)
Облачные сервисы	504 руб. (Яндекс.Диск с расширением на 100 ГБ)	1416 руб. (Яндекс.Диск с расширением на 1 ТБ)
Книги	2990 руб. Ограниченное количество электронных книг (Литрес)	4990 руб. Электронные книги + аудиокниги (Bookmate)
<b>Сервисы с относительными льготами, годовые траты</b>		
Такси	Москва: 22 000 руб. (50% поездок на комфорте и выше) Регионы: 11 100 руб.	22 000 руб. (100% поездок на комфорте и выше) Регионы: 11 100 руб.
Заказ еды из ресторанов и продуктов	25% от общих трат на продукты и рестораны профиля Mass Moscow* (Москва: 80 100 руб., Регионы: 41 300 руб.)	100% от общих трат на продукты и рестораны профиля Mass Moscow* (Москва: 345 400 руб., Регионы: 124 300 руб.)
Здоровье	Медицинские услуги (Москва: 1 350 руб., Регионы: 1 000 руб.) Доставка из аптеки (45% от общих трат в аптеках*)	Медицинские услуги (Москва: 3 000 руб., Регионы: 2 000 руб.) Доставка из аптеки (45% от общих трат в аптеках*) Онлайн-консультации (Москва, Регионы: 5 000 руб.)
Е-commerce (в т.ч. Доставка)	Доля e-com в общей сумме покупок в категориях 45% (по данным VOC)**	Доля e-com в общей сумме покупок в категориях 100% (по данным VOC)**

\*Frank RG, Мониторинг банковских reward-программ в России, 2021.

\*\*Траты в категориях указаны далее в профилях трат клиентов

## Рейтинг выгоды подписок. База сравнения сервисов подписок (2/2)

Характеристика клиентских профилей: структура и стоимость потребляемых финансовых сервисов

Характеристика	Mass Москва	Digital Mass Москва	Mass Регионы	Digital Mass Регионы
<b>Карта</b>				
Доля безналичных платежей	50%	65%	50%	65%
Оповещения об операциях	+	+	+	+
<b>Траты по карте в категориях в год (руб.):</b>				
<i>Рестораны</i>	75 000	100 000	18000	24000
<i>Супермаркеты</i>	245 400	245 400	100 000	100000
<i>АЗС</i>	21 600	21 600	8100	8100
<i>Такси</i>	22 000	22 000	11100	11100
<i>Кино</i>	15 000	15 000	4 000	4 000
<i>Театры</i>	5 000	2 500	2 500	2 500
<i>Авиа</i>	15 000	15 000	7 200	7 200
<i>Отель</i>	22 200	22 200	10200	10 200
<i>Ж/Д</i>	4 200	4 200	3 600	3 600
<i>Спорт</i>	12 000	12 000	4 800	4 800
<i>Образование</i>	7 500	25 000	5 000	15 000
<b>Другие продукты:</b>				
Накопительные счета и вклады (руб.)	270 000	100 000		
Кредитные продукты у провайдера	только при условии наличия льготной ставки ставки ниже рыночного предложения			

## Рейтинг выгоды подписок. Профили трат клиентов

Структура трат профилей клиентов в год, руб.

Сервис	Mass Москва	Digital Mass Москва	Mass Регионы	Digital Mass Регионы
Супермаркеты	245 400	245 400	100 000	100 000
Рестораны	75 000	100 000	18 000	24 000
Одежда и обувь	50 400	60 400	22 400	22 400
Авто:	28 800	28 800	11 400	11 400
<i>АЗС</i>	<i>21 600</i>	<i>21 600</i>	<i>8 100</i>	<i>8 100</i>
<i>Авто (запчасти, ремонт)</i>	<i>7 200</i>	<i>7 200</i>	<i>3 300</i>	<i>3 300</i>
Электроника	24 000	24 000	13 200	13 200
Дом, ремонт	18 000	18 000	11 900	11 900
Здоровье, медицина, красота:	39 000	44 000	19 400	24 400
<i>Аптеки</i>	<i>12 000</i>	<i>12 000</i>	<i>7 800</i>	<i>7 800</i>
<i>Онлайн-консультации</i>	<i>0</i>	<i>5 000</i>	<i>0</i>	<i>5 000</i>
<i>Анализы</i>	<i>3 000</i>	<i>3 000</i>	<i>2 000</i>	<i>2 000</i>
<i>Красота и косметика</i>	<i>12 000</i>	<i>12 000</i>	<i>4 800</i>	<i>4 800</i>
<i>Спорт и активный отдых</i>	<i>12 000</i>	<i>12 000</i>	<i>4 800</i>	<i>4 800</i>
Отдых, путешествия:	41 400	41 400	21 000	21 000
<i>Ж/Д</i>	<i>4 200</i>	<i>4 200</i>	<i>3 600</i>	<i>3 600</i>
<i>Авиа</i>	<i>15 000</i>	<i>15 000</i>	<i>7 200</i>	<i>7 200</i>
<i>Отель</i>	<i>22 200</i>	<i>22 200</i>	<i>10 200</i>	<i>10 200</i>
Такси	22 000	22 000	11 100	11 100
Кино	15 000	15 000	4 000	4 000
Театры	5 000	2 500	2 500	2 500
Онлайн образование	7 500	25 000	5 000	15 000
Цветы и подарки	21 000	21 000	3 600	3 600
Товары для животных	4 200	4 200	1 200	1 200

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

## **Приложение II**

### **Методика расчета интегрального рейтинга сервисов подписок**

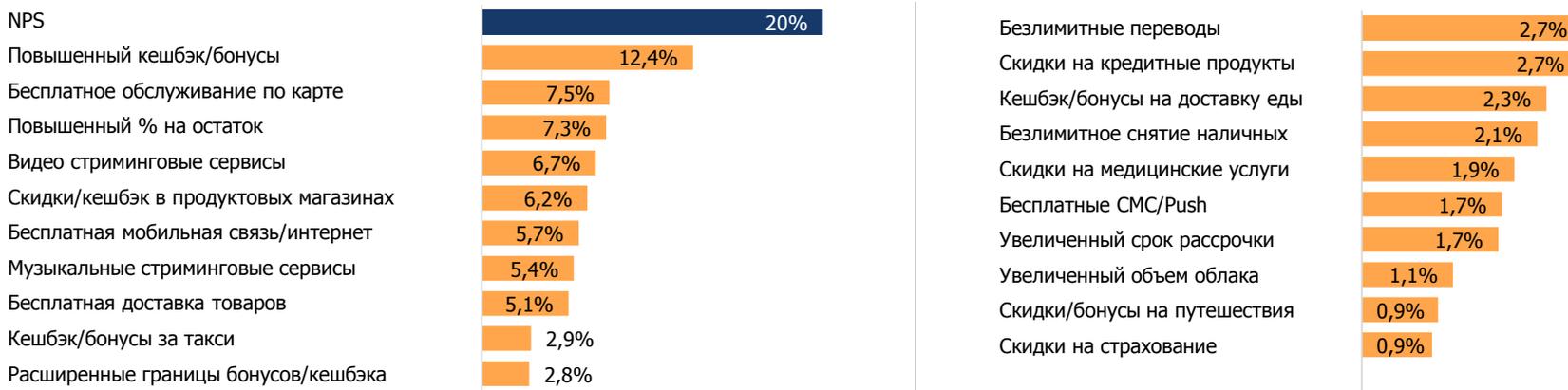
## Методика расчёта интегрального рейтинга

### Веса сервисов и NPS

Для расчёта весов для интегрального рейтинга использовались доли респондентов, выбравших сервисы подписок, которые они хотели бы увидеть в «идеальной» подписке. Вес сервиса определяется как среднее геометрическое доли респондентов, выбравших фактор в профильном вопросе (финансовые или lifestyle сервисы) и доли респондентов, выбравших сервис в общем вопросе (финансовые и lifestyle сервисы).

Суммарный вес наполнения подписок составляет 80% рейтинга, вес NPS составляет 20%, поскольку отношение пользователей к подпискам позволяет сбалансировать оценку их наполнения.

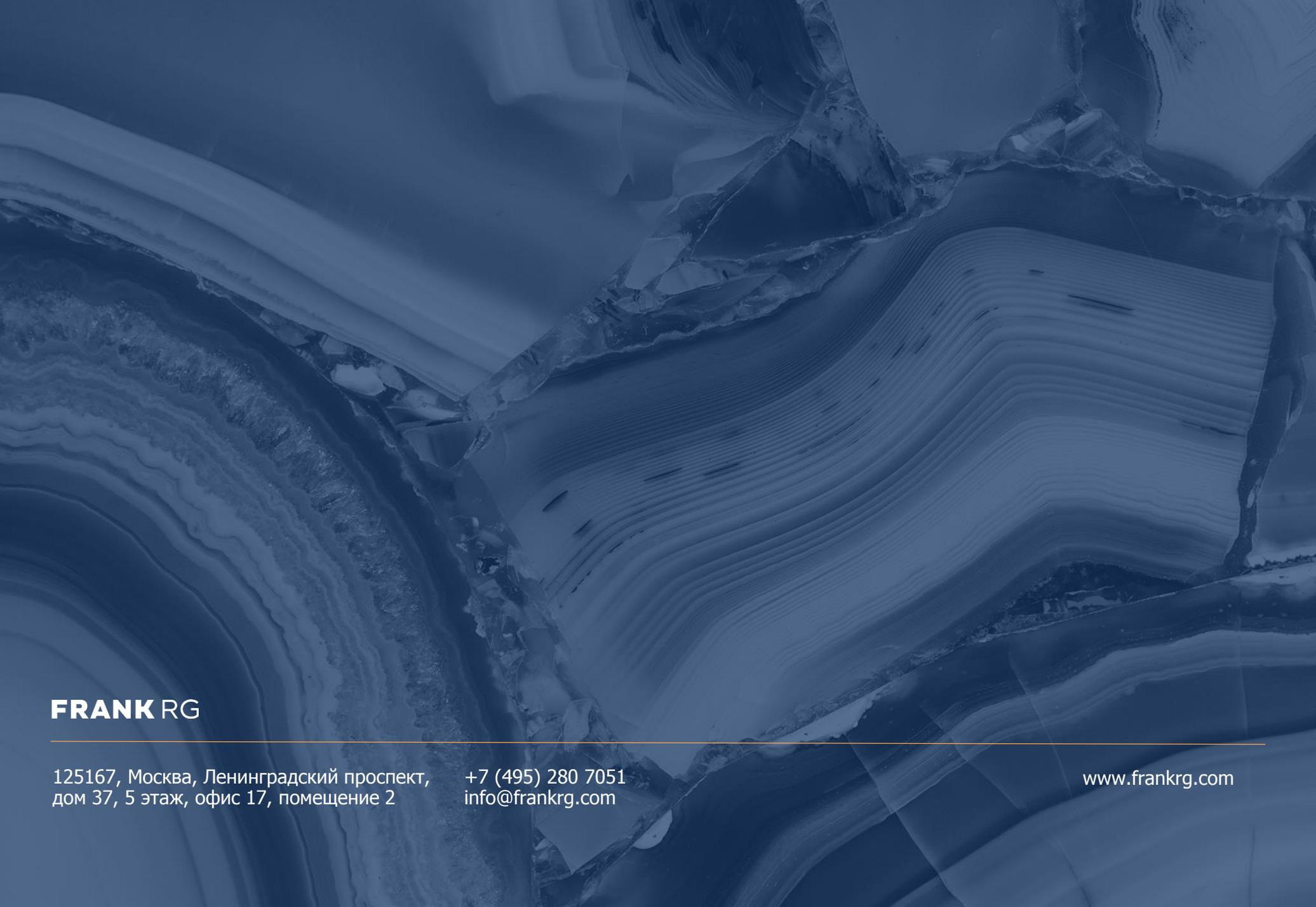
Условия и наполнение подписок были зафиксированы на начало декабря 2021.



### Формула расчета итоговой оценки:

$$\sum \left( \text{Наличие сервиса (1 – есть, 0 – нет)} \times \text{Вес сервиса} \right) + \text{NPS} \times 20\%$$

$$\text{Вес сервиса} = \frac{\sqrt{\% \text{ выбравших сервис в профильном вопросе}} \times \sqrt{\% \text{ выбравших сервис в общем вопросе}}}{\sum \sqrt{\% \text{ выбравших сервис в профильном вопросе}} \times \sqrt{\% \text{ выбравших сервис в общем вопросе}}} \times 80\%$$



**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)