

**FRANK** RG

# Банковские дебетовые карты в России 2021

---

**DEMO**

## Содержание

### Исследование рынка дебетовых карт

Приветствие проектной команды

1. Цели и методика исследования [1]
2. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка дебетовых банковских карт в 2020-2021 гг. [2]
3. Digital banking [3]
  - 3.1. Исследование функционала ДБО (мобильные приложения) [3.1]
    - 3.1.1. Рейтинг мобильных приложений банков [3.1.1]
  - 3.2. Исследование функционала ДБО (интернет-банк) [3.2]
  - 3.3. Удаленная идентификация и дистанционное оформление карт [3.3]
  - 3.4. Виртуальные и цифровые карты [3.4]
4. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских reward-программ [4]
  - 4.1. Анализ продуктового предложения дебетовых карт с reward-программами в 2020-21 гг. [4.1]
  - 4.2. Международный опыт развития банковских reward-программ в 2020 г. [4.2]
  - 4.3. Актуальные вопросы развития банковских reward-программ в дебетовых картах в 2020 г. (по итогам экспертных интервью) [4.3]
5. Оценка рынка дебетовых карт [5]
6. Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки дебетовых карт [6]
  - 6.1. Структура линейки [6.1]
  - 6.2. Детские и молодежные карты [6.2]
  - 6.3. Пенсионные карты [6.3]
7. Анализ эффективности управления портфелями дебетовых карт на основе benchmark [7]
8. Анализ предпочтений клиентов по дебетовым картам. Voice of the Customer [8]
9. Актуальные вопросы управления портфелями дебетовых карт (по итогам экспертных интервью) [9]
10. Рейтинг дебетовых карт [10]

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

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

Рынок дебетовых карт успешно преодолел последствия пандемии: восстановилась активность, выросли остатки и обороты, усилились позитивные тренды, заложенные в 2019 г. – рост доли безналичных расчетов и диджитализация. Рынок вступил в эпоху рационализма: перед банками стоит непростая задача привлечения и активизации клиентской базы, мотивации клиентов к «правильному поведению» с одновременной оптимизацией продуктового предложения с точки зрения клиентского опыта и сохранения модели продукта на уровне безубыточности.

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

Онлайн-опрос клиентов позволяет оценить стандартные метрики карт (индекс удовлетворенности картой/банком и критерии выбора карт) в динамике с 2019 г., а также выявить интересные поведенческие паттерны, измерить кросс-продуктовое проникновение, а также уровень лояльности клиентов.

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

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

С уважением,

### Команда Cards Frank RG



Анна Стогниенко  
проектный лидер



Анастасия Шишкина  
аналитик



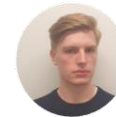
Владимир Курченко  
аналитик



Дарья Богдашкина  
аналитик



Алексей Беречкин  
младший аналитик



Никита Федчин  
стажер

# **1 Цели и методика исследования**

## Участники исследования

- В бенчмарк-исследовании и клиентском опросе приняли участие 7 банков.
- Анализ продуктового предложения проводился на основании каталога банковских карт и reward-программ и «Калькулятора выгоды», включающего все банковские карты с reward-программами крупнейших банков, а также наиболее интересные reward-программы крупных банков и крупных компаний небанковского сектора (телеком-компании, ИТ, e-commerce), предлагающих клиентам собственные программы лояльности на основе банковских карт.

Каталог включает дебетовые карты и reward-программы следующих банков:

### ТОП-20 банков на рынке дебетовых карт

1. Сбербанк
- 2. ВТБ**
3. Альфа-Банк
4. Райффайзенбанк
- 5. Газпромбанк**
6. Тинькофф Банк
- 7. ФК Открытие**
8. Почта Банк
- 9. Россельхозбанк**
10. Росбанк
11. Ситибанк
12. ЮниКредит Банк
13. Промсвязьбанк
14. Московский Кредитный банк
- 15. Банк Санкт-Петербург**
16. Банк УРАЛСИБ
17. Совкомбанк
18. КБ Восточный
- 19. Банк Хоум Кредит**
20. Банк АК Барс

### Прочие банки

21. УБРиР
22. ОТП Банк
23. Банк Зенит
24. БКС Банк
- 25. МТС Банк**
26. ВБРР
27. Авангард
28. Банк Русский Стандарт
29. СМП Банк
30. АТБ
31. ДОМ.РФ
32. Кредит Европа Банк
33. Ренессанс Кредит

### Небанковские карты с reward-программами

34. Билайн
35. Мегафон
36. МТС
37. Озон
38. Яндекс

## Об исследовании

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

**33** банка, **5** нефинансовых участников

**558** дебетовых карт

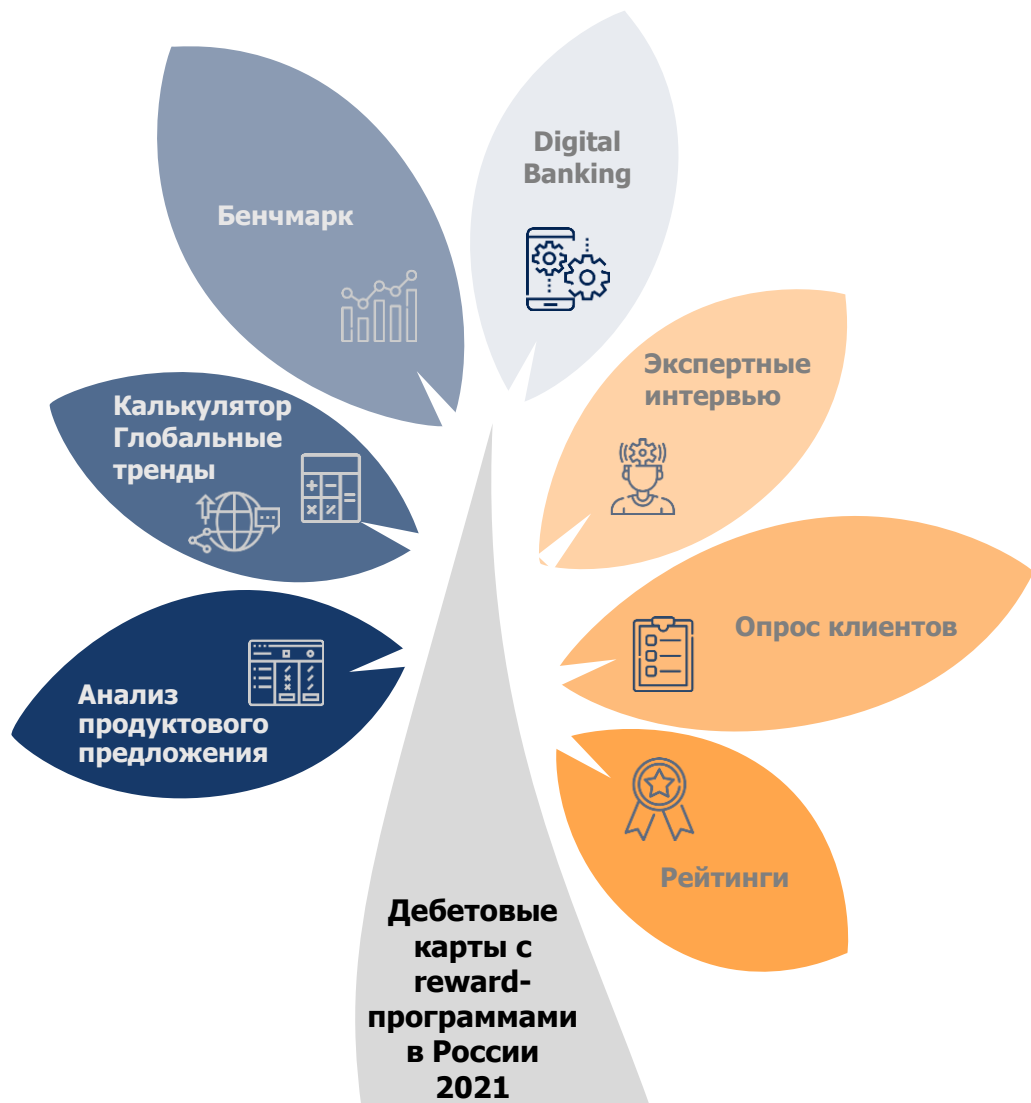
**368** карт с reward-программами

**253** reward-программы и опции

**93,4%** рынка дебетовых карт



## Основные разделы исследования



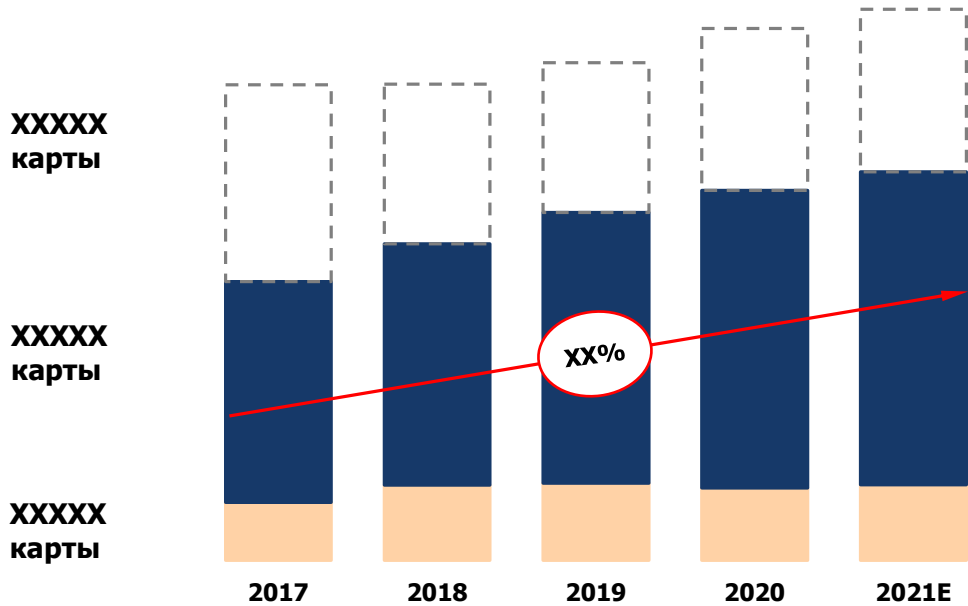
- Анализ продуктового предложения**  
 Обобщение условий обслуживания и reward-программ дебетовых карт крупнейших банков и участников исследования, составление каталога и классификация программ
- Анализ reward-программ. Калькулятор. Глобальные тренды**  
 Анализ изменений и трендов развития reward-программ. Международный опыт развития банковских reward-программ. Модель сравнения чистой выгоды клиента для различных клиентских сегментов.
- Бенчмарк**  
 Анализ бизнес-показателей портфелей дебетовых карт в динамике
- Digital Banking**  
 Кабинетное исследование: исследование функционала мобильных приложений и интернет-банков. Рейтинг мобильных приложений. Удаленная идентификация. Виртуальные карты.
- Экспертные интервью**  
 Мнения руководителей подразделений, ответственных за управление портфелями дебетовых карт
- Опрос клиентов (Voice of the Customer)**  
 Онлайн-анкетирование 2 000+ активных держателей дебетовых 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.

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



## На каждую семью в РФ приходится XX ... карт

Количество активных дебетовых и кредитных карт, млн шт.



- XXXX
- XXXX
- XXXX

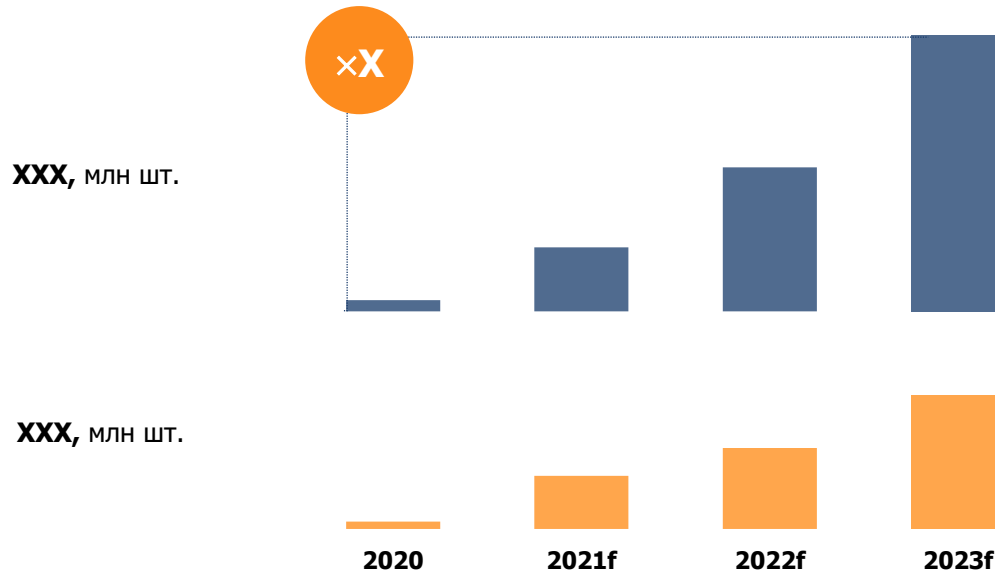
- Количество банковских карт в кошельке\* **XX,XX**
- Количество **активных** карт в кошельке\* **XX,XX**
- Количество **активных дебетовых** карт в кошельке\* **XX,XX**
- Количество **активных кредитных** карт на 1 занятого в экономике **XX,XX**
- Доля активных карт **XX%**

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

\* - на 1 гражданина РФ старше 15 лет

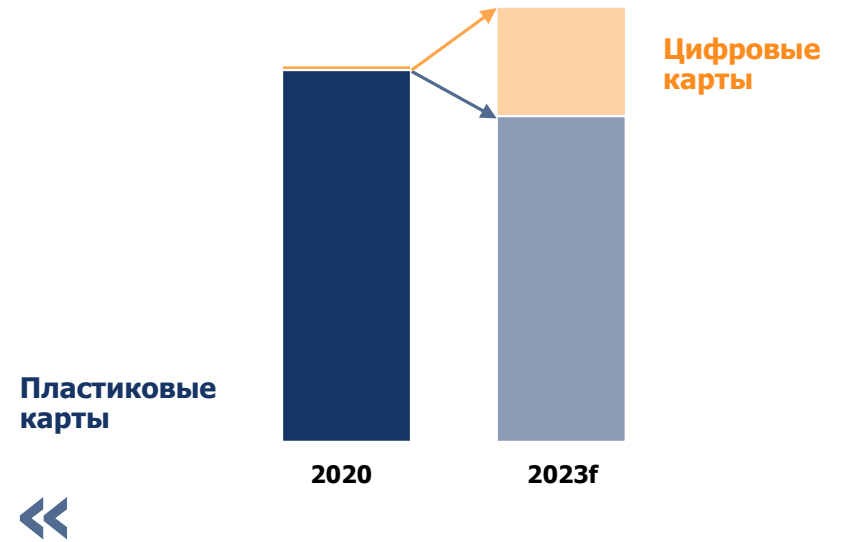
## «Пластик» теряет актуальность, цифровые карты ХХХ

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, %

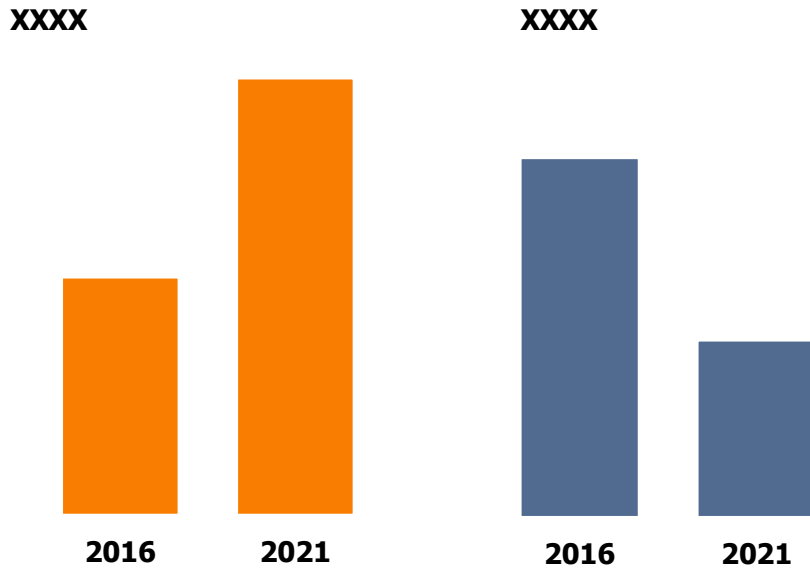


Пластик ... полумирающий. xxx

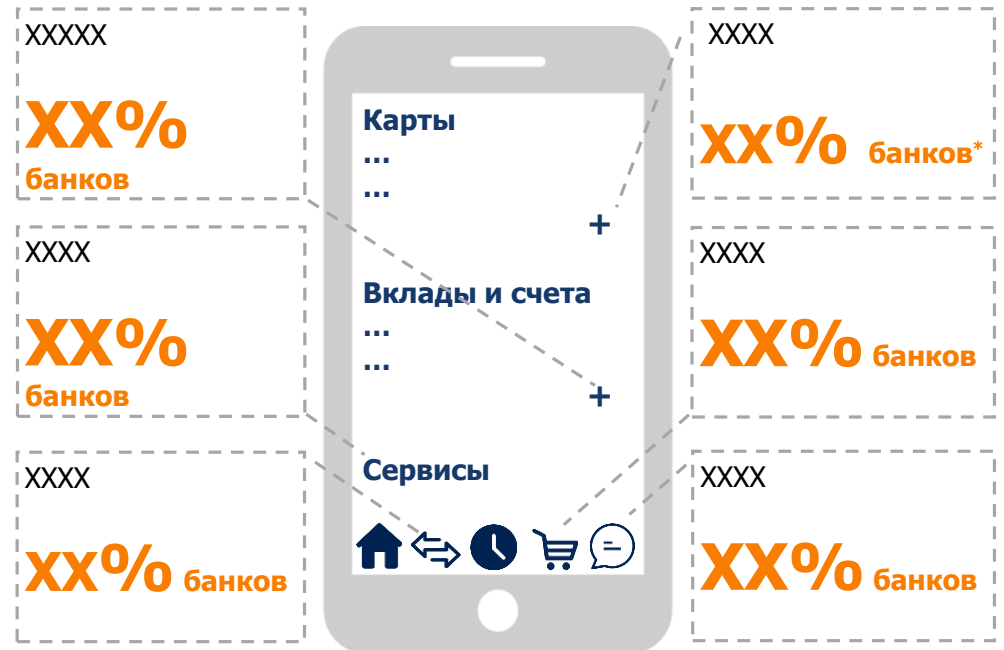
Из интервью с экспертами банков

## Мобильное приложение xxxx...

Проникновение в ДБО активных клиентов, %



## Функционал мобильного приложения

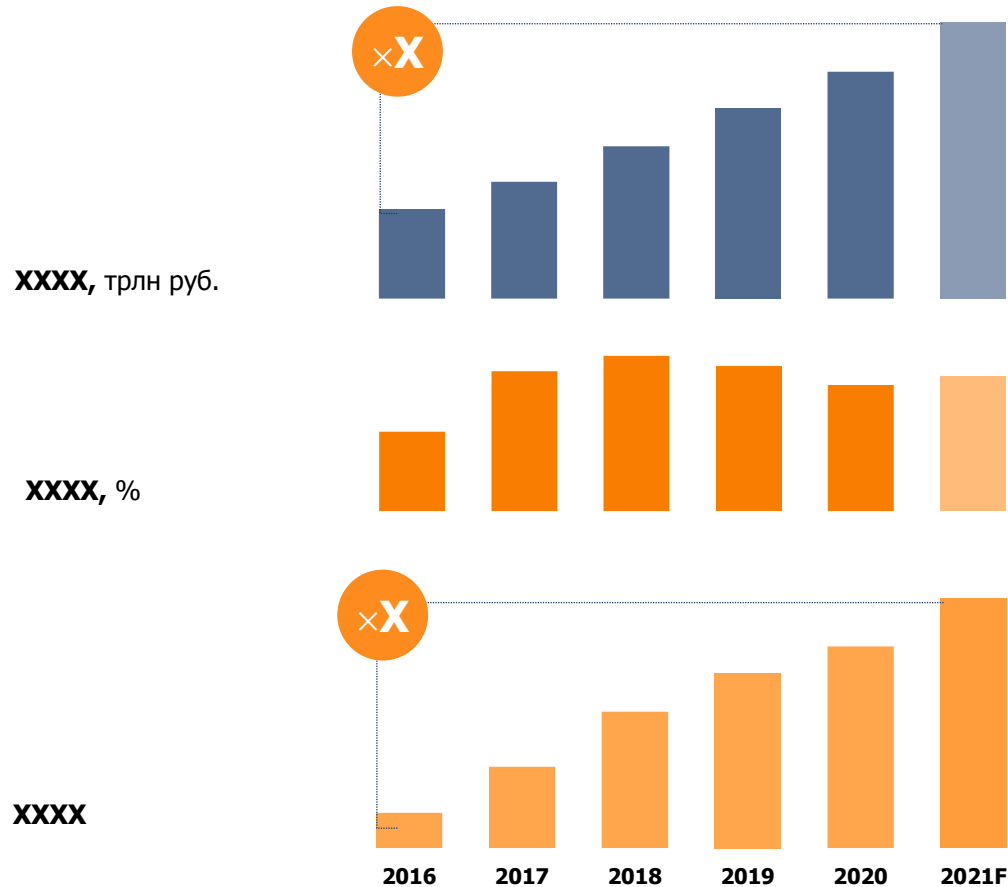


\* По количеству банков/ видов операций, реализованных в мобильных приложениях банков

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

## Выплаты по программам вознаграждений xxxx...

### Характеристики рынка карт с reward-программами



- Суммы выплат по reward-программам ...
- По оценке Frank RG, XXX.
  - Охват карт с XXX оценивается в **XX%** xxx карт или свыше **XX карт**;
  - Средний уровень xxxx составляет XX%;
  - Размер средней xxxx (с учетом xxxx) составляет XX% ...

Источник: ЦБ РФ, оценка Frank RG

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

## Вознаграждения по reward-программам – xxxx

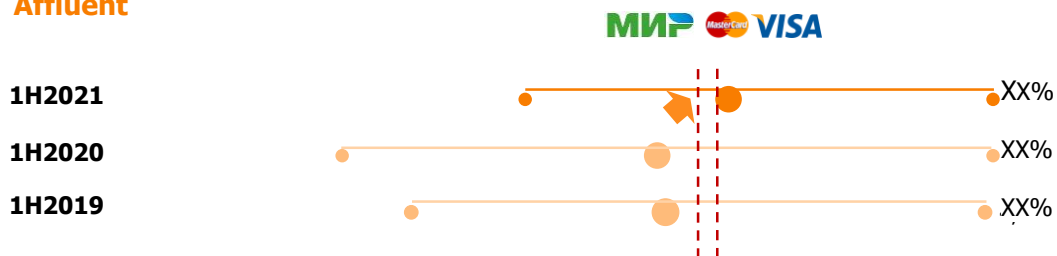
- Дебетовые карты XXXXX.
- Однако **распределение доходов** XXX компенсируется XXXXX.

Средняя XXXXX по дебетовым картам с программами, % XXXX

### Mass



### Affluent

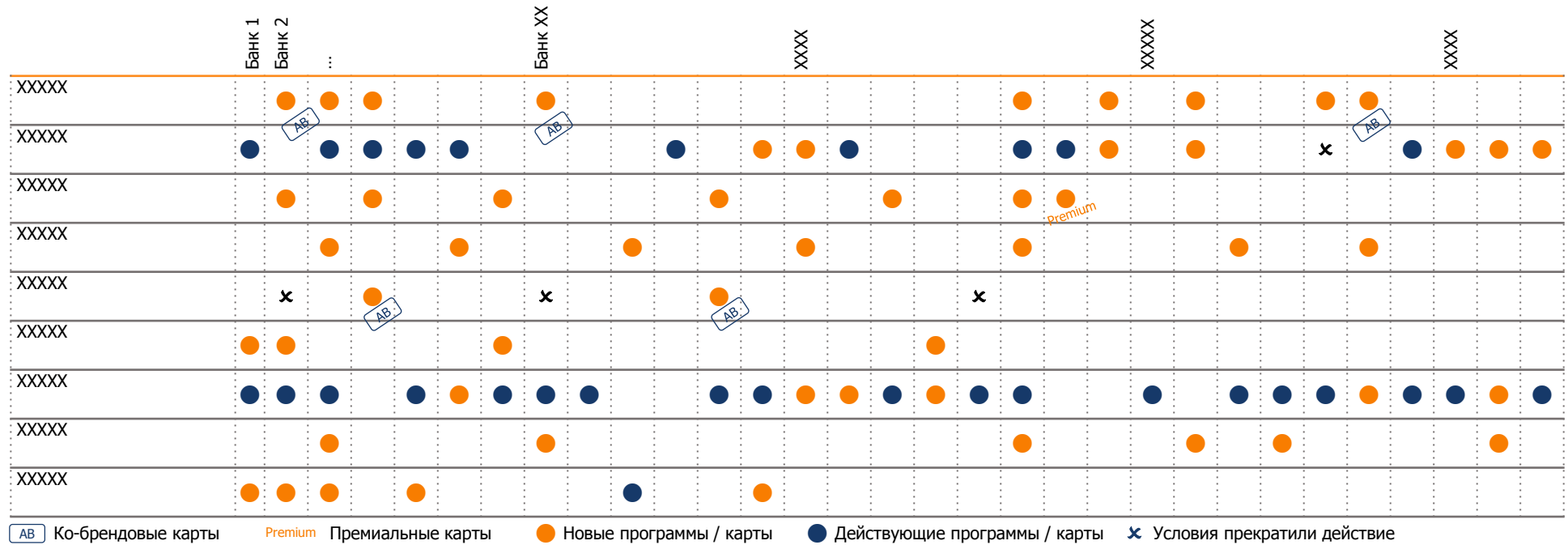


- **Конкуренция** xxxxx.
- Рост xxxx по картам происходил
  - за счет xxxx;
  - за счет xxx транзакционной активности.
- Средний уровень xxxxx в массовом сегменте, **xxx предложение** стало более **xxxx**:
  - xxxxx;
  - программы с xxxxxx.
- Банки активно использовали **xxxxxxx** к увеличению транзакционного xxxxxxxx.


**Выгода** – сумма всех полученных клиентом доходов по карте (доходы по программам вознаграждений и начисленные проценты на остатки по текущим и накопительным карточным счетам клиента) за вычетом расходов на обслуживание карты (комиссии за выпуск, обслуживание карт и пакетов услуг, смс-уведомления) при условии использования карты для всех покупок и ежедневных операций.


Расчет выгоды осуществляется на основании модели Frank RG «Калькулятор лояльности» на профилях трат клиентов «Базовый», сегменты Mass Regions и Affluent Moscow (см. Приложение).

# Механики оптимизации xxx reward-программ в 2020-2021 гг.



XXXXX

- 

 • **Прямое** xxxxx путем xxxxxx программ и xxxxxx ...  
 • xxxxx
- 

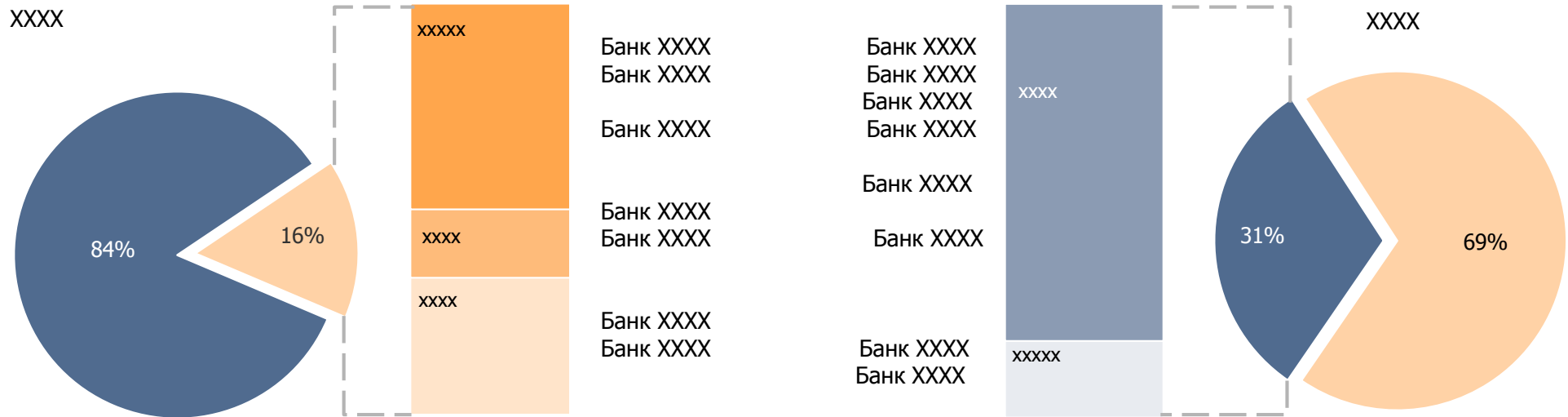
 • **Косвенные методы** позволяют xxxxx снижения доли клиентов, xxxxx на все покупки.  
 • xxxxx

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Универсализация xxxx xxx кросс-селл

Совмещение кредитных и дебетовых опций по карте повышает вероятность использования такой карты в качестве карты первого выбора, а также создает дополнительные возможности для кросс-продаж.

### Структура линейки xxxx карт, xxxxxx, 2020



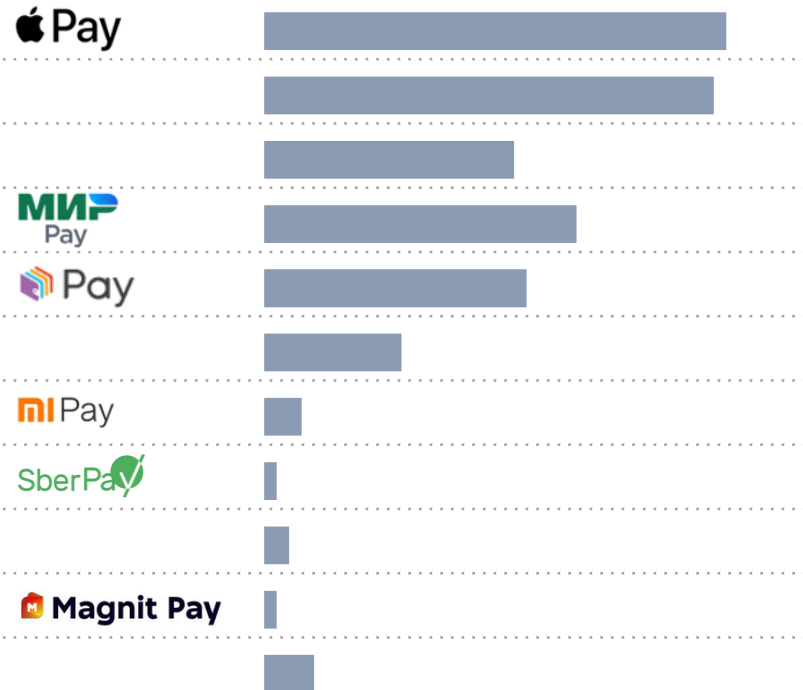
Универсализация xxxxx реализуется xxx картах:

- **Добавление xxxx к xxxx карте:**
  - Хxxx (XXXX Банк, Банк XXX, Банк XXXX);
  - Хxxxxx (Банк XXXX, XXXX, XXXXX);
- **xxxx кредитных xxxxxx xxxx xxxx карте:**
  - XXXXX: использование xxxxxx;
  - поощрение xxxxxx.

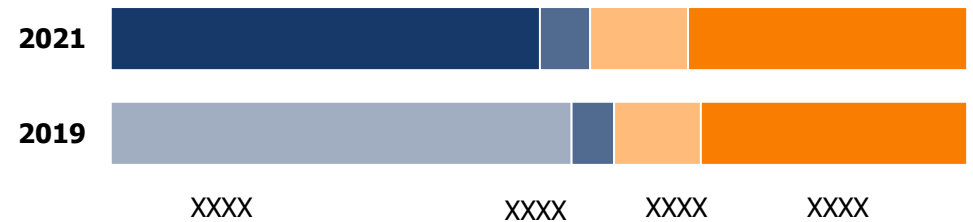
## Токенизация: XX% xxxx POS-оборот xxxx

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

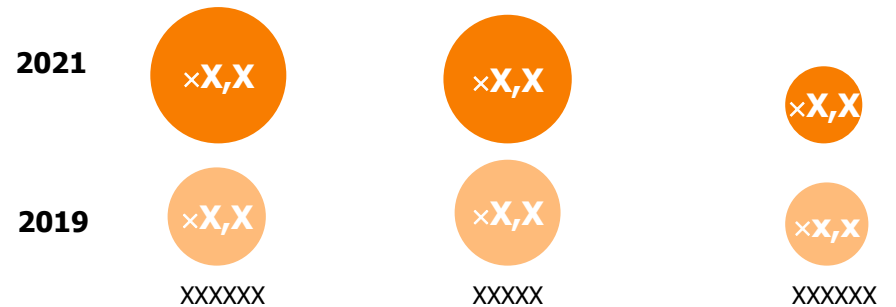
### Подключение xxxx xxxxx



### Пользование сервисами xxxx, % xxxx



### Карты с xxxxxx = XX% ... POS-оборотов



Источник: Frank RG, онлайн-опрос держателей активных банковских карт, 2019-2021, результаты бенчмарк-исследования 2021 г.



## Выводы и тренды

### Предпосылки

- xxx
- xxx
- xxx
- xxx

### Проблемы

- xxxxxxxxxx:
  - xxxx
  - xxx
- xxxx
  - Xxx
  - xxx
- xxxx

### Решения

- xxxx
- xxxx
- xxxx



Xxxxxx xxxxxx xxxxxxxx

xxx

Из интервью с экспертами банков

# **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 март 2021 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

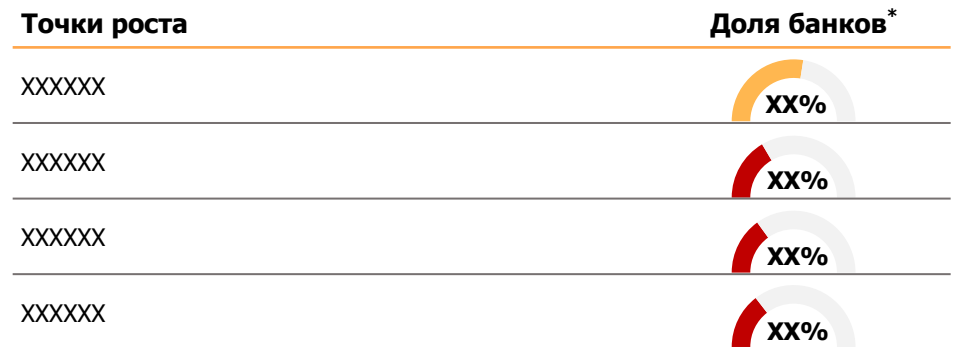
### Исследуемые банки:

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

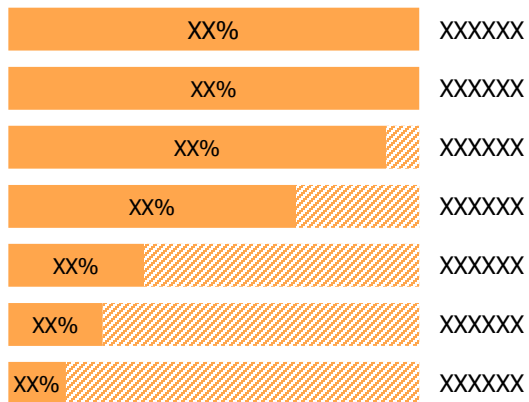
# Мобильное приложение - цифровое отделение

...

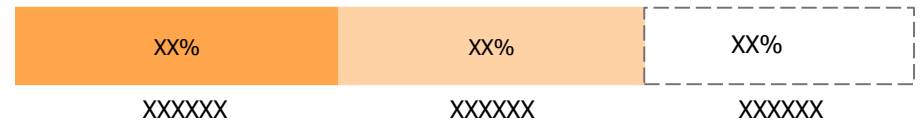
## Daily banking и управление финансами



## 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  
счетаКоличество кликов,  
чтобы скопировать  
реквизиты

## Информация о картах

Наличие

Возможность увидеть  
номер, срок, CVC / CVV  
картыКоличество 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

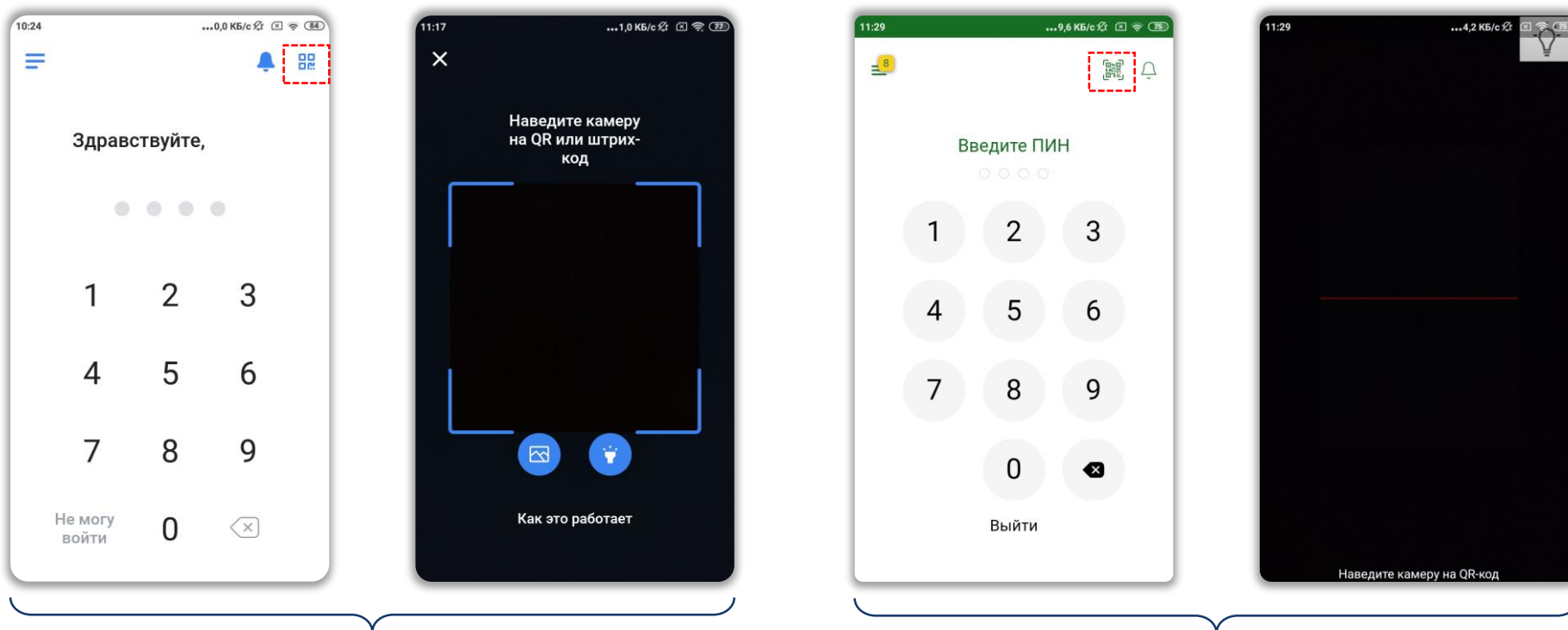
**Тарифы по карте**

Наличие

Количество кликов

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

...



XXXX

XXXX



# Reward-программы...



Программа лояльности в приложении

|          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| XXXXXX   | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ● | ◐ | ● | ● | ● | ● | ◐ | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ○ |   |
| XXXXXX   | ◐ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ● | ◐ | ○ | ● | ● | ● | ◐ | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ○ |
| XXXXXXXX | ◐ | ◐ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ◐ | ● | ● | ● | ● | ◐ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ○ |

...

## Безопасность...



### Раздел безопасность («Настройки безопасности»)

Наличие отдельного раздела\*

Количество кликов

Время поиска (мин)

Инструкции по безопасности

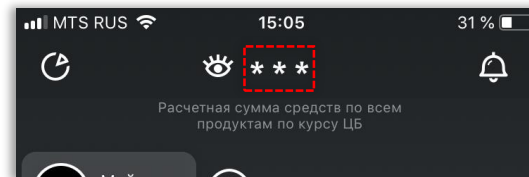
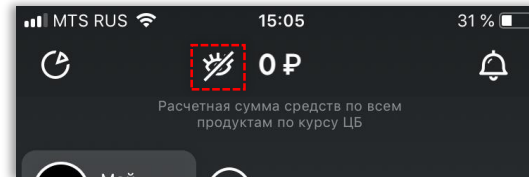
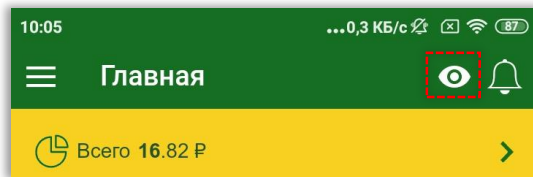
**Уведомления об операциях без авторизации**

\*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'e и в других аспектах.





## **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

 СБЕР БАНК ВТБ Альфа Банк Raiffeisen  
BANK ГАЗПРОМБАНК открытие  
Банк ТИНЬКОФФ ПОЧТА БАНК РОСБАНК РоссельхозБанк citibank ПСБ ЮниКредит Банк МКБ БАНК  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ УРАЛСИБ | БАНК СОВКОМБАНК

XXXXX

XXXXX

Каналы коммуникации с банком:



Чат



Номер телефона

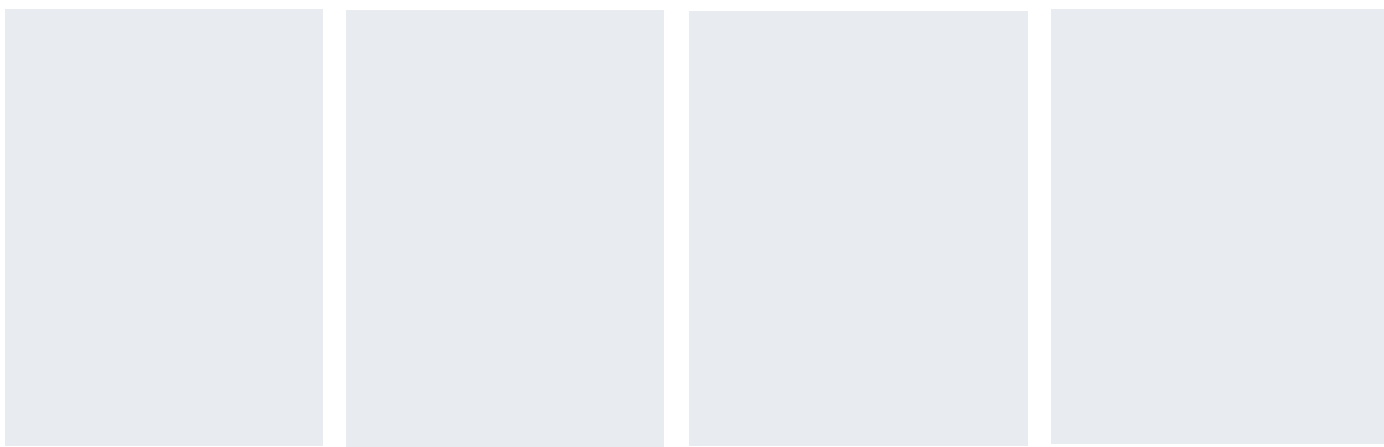


WhatsApp

Источник: Frank RG, 2021 г.

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

| XXXXXX | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| XXXXXX |   |   | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ● |   | ◐ |   | ○ | ● | ◐ | ○ | ○ | ◐ | ◐ |
| XXXXXX | ◐ | ◐ | ◐ | ● | ◐ | ◐ | ● | ◐ | ◐ | ◐ | ● | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ○ | ○ |
| XXXXXX | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| XXXXXX | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ● | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ● |



Источник: Frank RG, 2021 г.

## Удаленная идентификация клиентов (2/2)

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

## Внешние сервисы доставки карт (1/2)

...  
...  
...

### Основные сервис-провайдеры услуг доставки карт

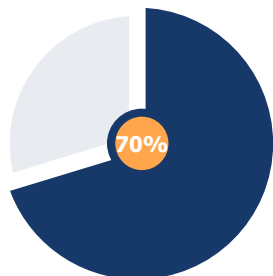
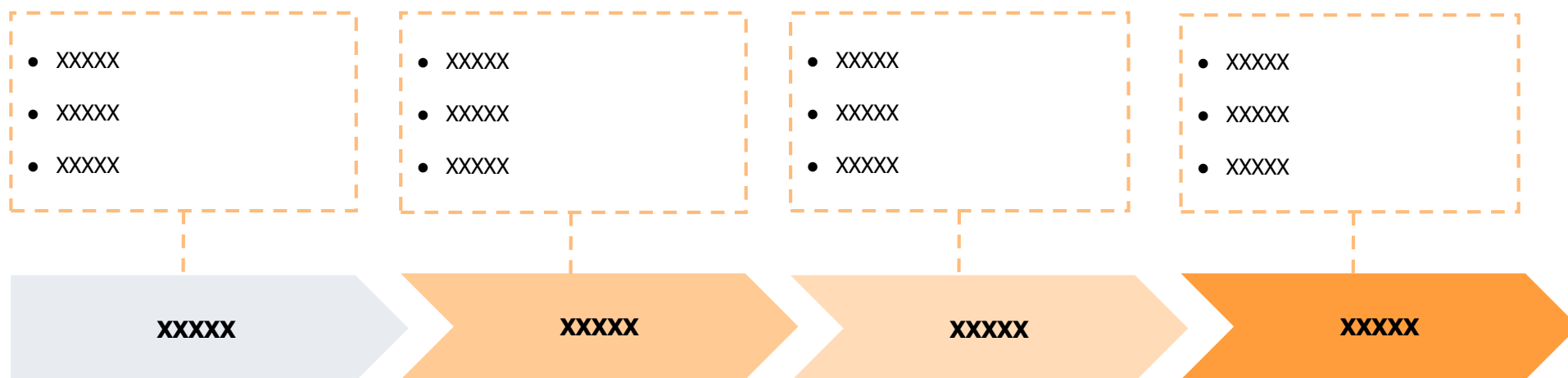
| Сервис-провайдер | Регионы доставки | Стоимость доставки | Схема работы курьеров | Услуги | Дополнительные сервисы | Банки-партнеры |
|------------------|------------------|--------------------|-----------------------|--------|------------------------|----------------|
|                  |        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



## **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<br>полноценные       | } | XXXX                  | ●    | ●    | XXXX               | XXXX                 | XXXX             | XXXX              |
|                               |   | XXXX                  | ●    | ●    | XXXX               | XXXX                 | XXXX             | XXXX              |
| Виртуальные<br>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

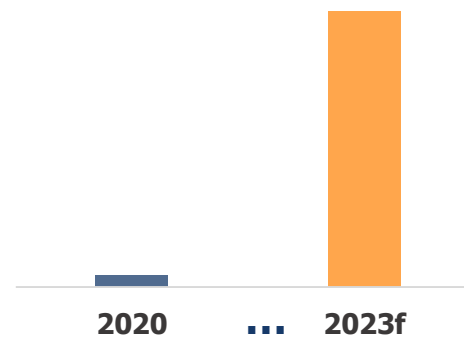
XXXXX

### Распределение виртуальных карт, %

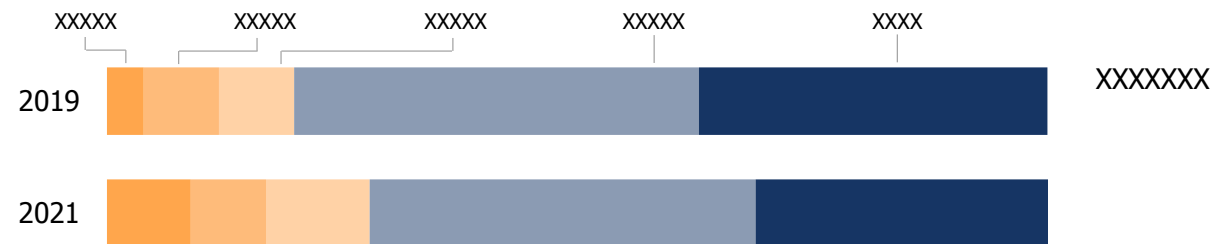


Источник: Frank RG, 2021 г.

### Количество XXXX карт на рынке, млн шт.



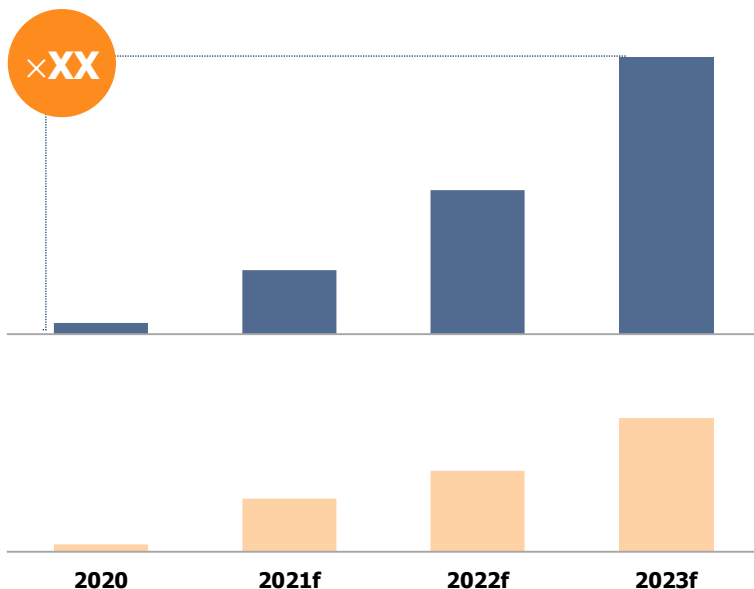
### Структура пользователей виртуальных карт, %



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.



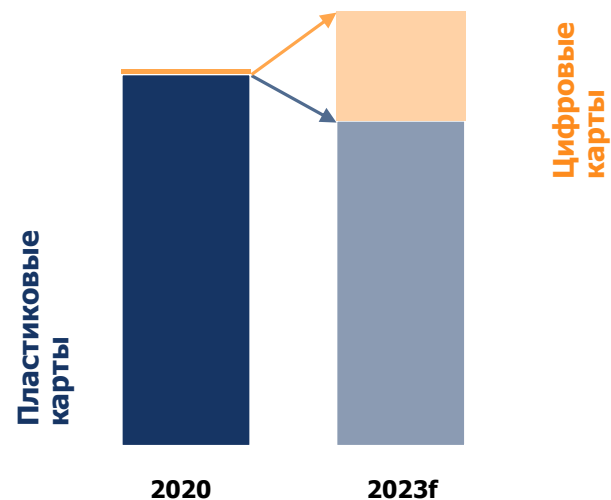
Количество цифровых карт, млн шт.

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

- XX
- XX%

- XXXXX
- XXXX

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

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

|       | СБЕР БАНК | ВТБ | Альфа Банк | Raiffeisen BANK | ГАЗПРОМБАНК | открытие | ТИНЬКОФ | ПОЧТА БАНК | РОСБАНК | РоссельхозБанк | citibank | ПСБ | ЮниКредит Банк | МКБ | БАНК САНКТ-ПЕТЕРБУРГ | УРАЛСИБ БАНК | СОВКОМБАНК |
|-------|-----------|-----|------------|-----------------|-------------|----------|---------|------------|---------|----------------|----------|-----|----------------|-----|----------------------|--------------|------------|
| XXXXX | ●         | ●   | ○          | ○               | ●           | ○        | ◐       | ●          | ○       | ○              | ○        | ○   | ○              | ○   | ○                    | ○            | ○          |
| XXXXX | ●         | ●   | ◐          | ●               | ○           | ●        | ◐       | ●          | ●       | ●              | ○        | ◐*  | ○              | ●   | ●                    | ○            | ○          |
| XXXXX | ○         | ○   | ○          | ○               | ○           | ○        | ◐       | ●          | ○       | ○              | ○        | ○   | ○              | ○   | ○                    | ○            | ○          |
| XXXXX | ○         | ○   | ○          | ○               | ◐           | ○        | ◐       | ●          | ○       | ○              | ○        | ●   | ○              | ○   | ○                    | ◐            | ○          |

XXXXXXXXXX

- 
- ◐
-

XXXXXXXXXX

- 
- ◐
- ◐
-

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

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

## **4.1 Анализ продуктового предложения дебетовых 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

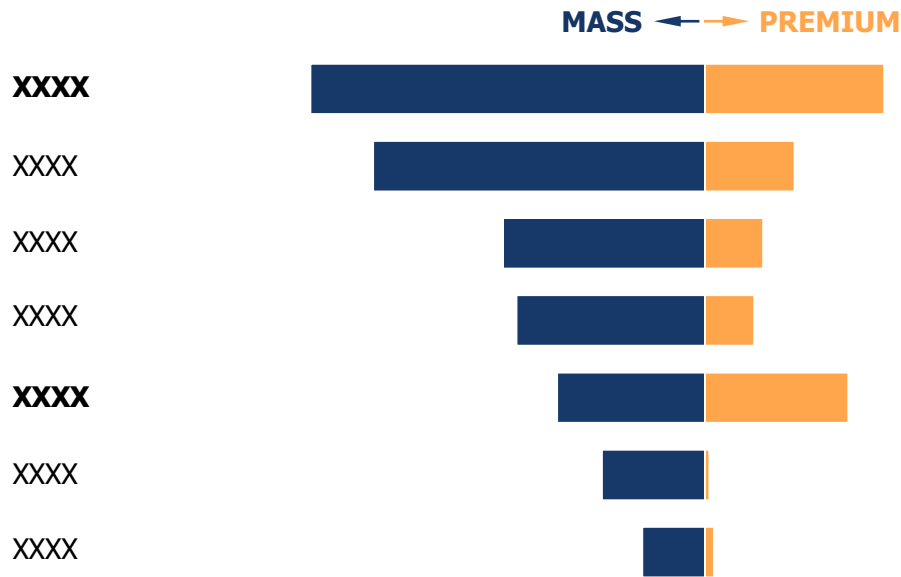
**Универсальные бонусные программы**

XXXXXXXXXX

## Особенности продуктовой линейки дебетовых карт с reward-программами

Распределение дебетовых карт по типам подключенных программ вознаграждений, количество карт

XXXXX



Предложение reward-программ на дебетовых картах, количество карт, % на остаток vs rewards



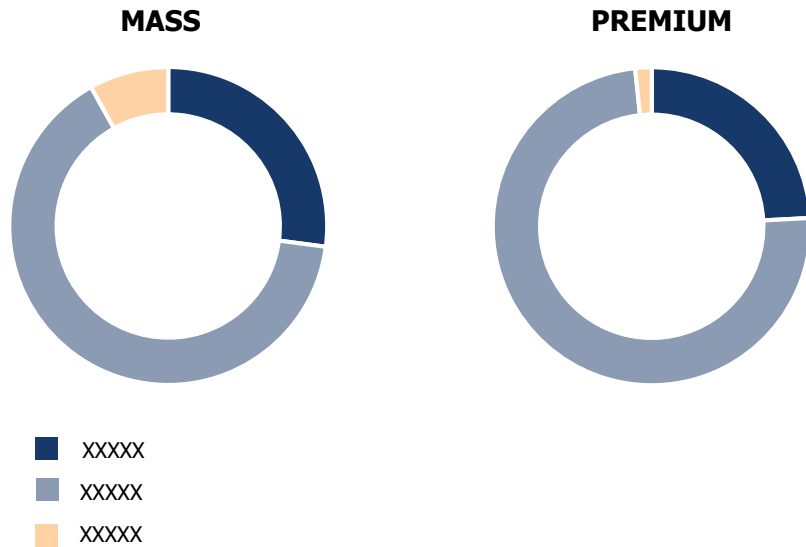
Источник: Frank RG, 2021 г.

## Особенности продуктовой линейки дебетовых карт с reward-программами: % на остаток vs вознаграждение

Предложение reward-программ на дебетовых картах, количество карт

% на остаток vs rewards

- XXXX
- XXXX



Источник: Frank RG, 2021 г.

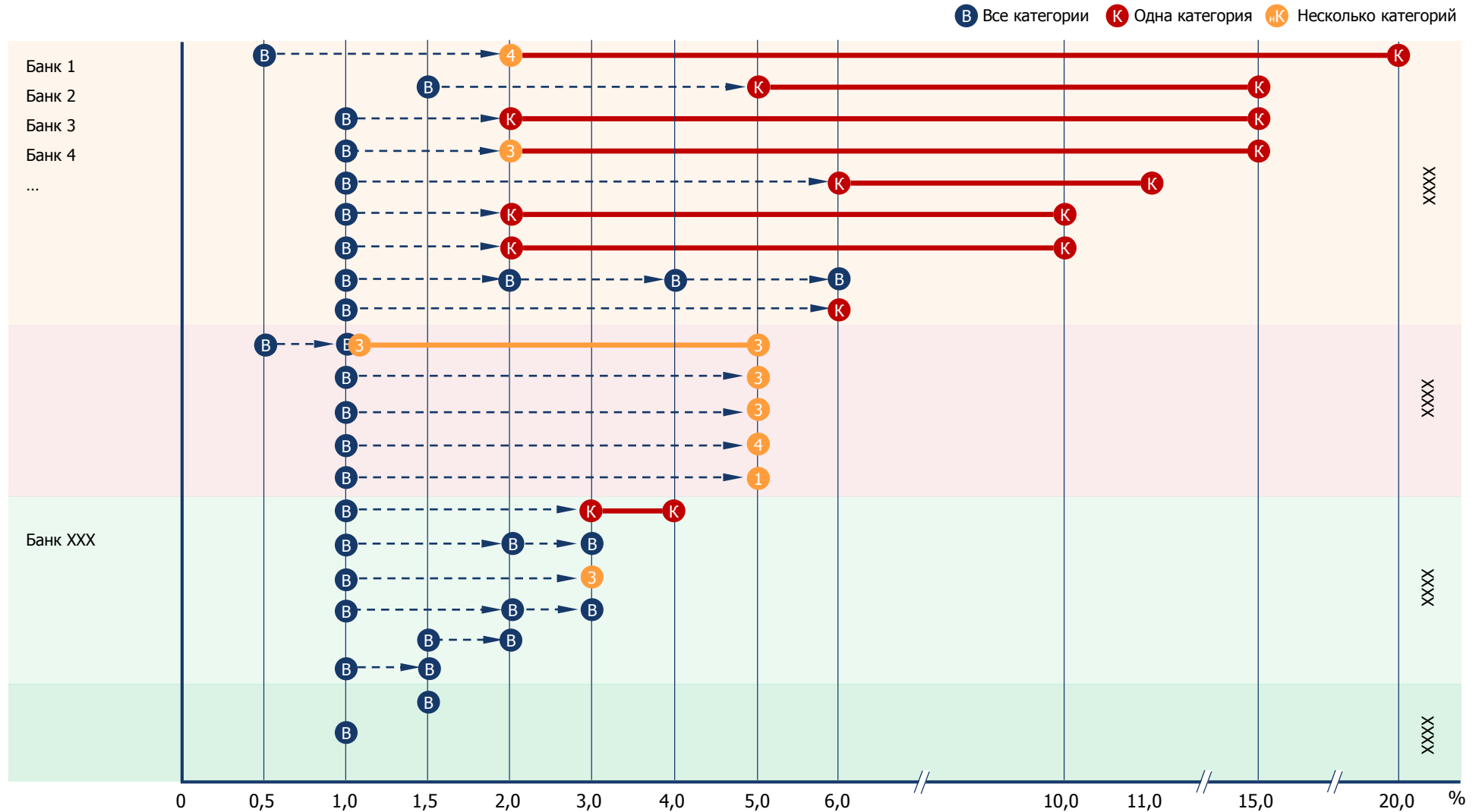
## Группы механик reward-программ по флагманским дебетовым картам

● 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> |

Источник: Frank RG, публичные тарифы банков, 2021

## 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 |   |   |

## 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    |

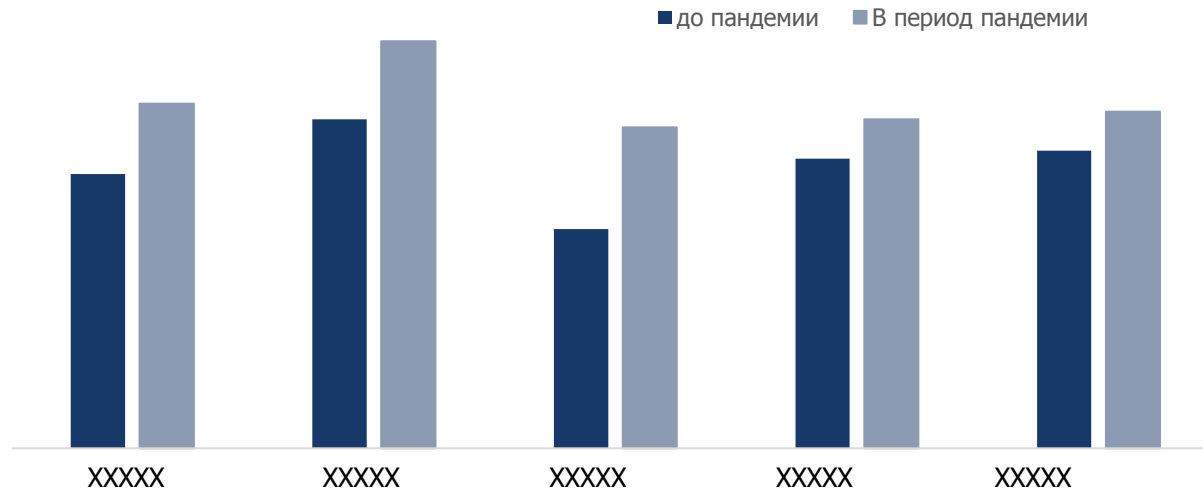
Источник: Frank RG, 2021



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

## Дебетовые карты становятся .... в США

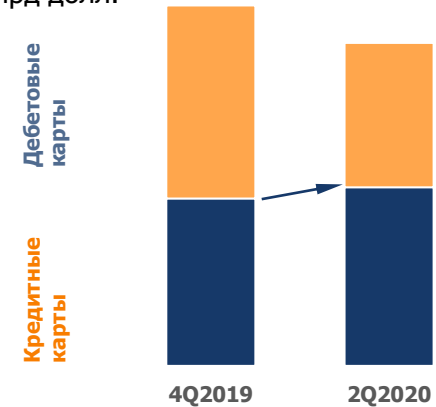
Доля оплаты покупок в магазинах США дебетовыми картами, %



Источник: PaymentsSource, Future of Money Survey, 2020

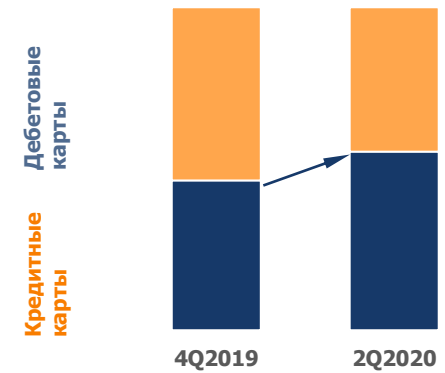
- XXXX
- XXXX
- XXXX

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.



XX%

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

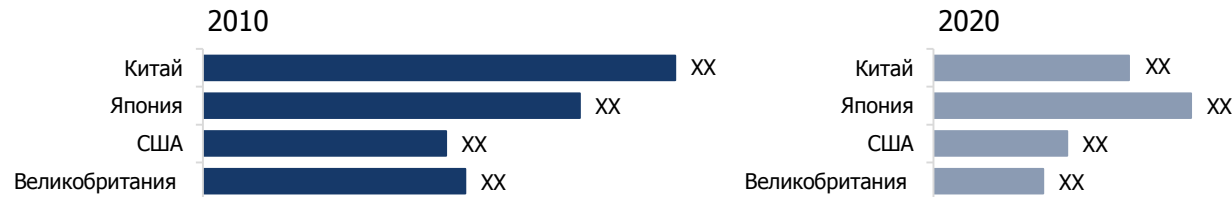


XX%

XXXXXXXXXXXXXX

### Использование наличных в расчетах

Доля в общем объеме операций, %



XX%

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

XX%

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

Источник: Deloitte, Mastercard Global Consumer study, Frank RG 2020г.

# На пандемию банки отреагировали снижением ...

XXXX

## Case Study: XXXXX

XXXXX

XXXXX

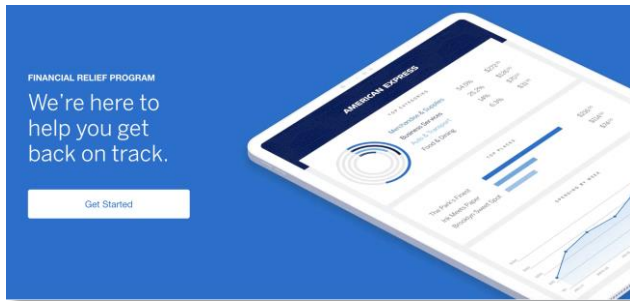
XXXXX

## 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](#)

Источник: Bankrate, MasterCard, Frank RG 2020 г.

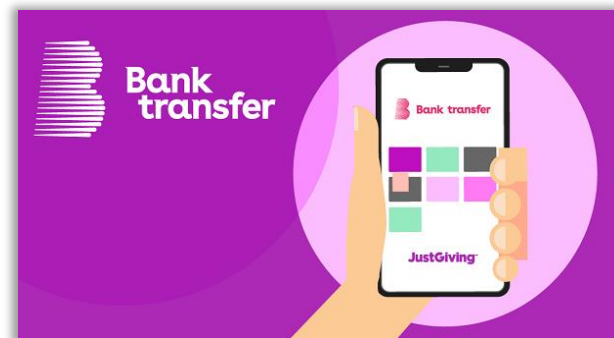
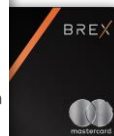
## Ландшафт лояльности меняется под влиянием пандемии

|             |              |             |
|-------------|--------------|-------------|
| <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       |              |             |
| XXXXX       |              |             |



**Earn 6% Cash Back on Select U.S. Streaming Subscriptions**  
Get rewarded for watching your favorite shows.†

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



Источник: AIMIA, Frank RG, 2020 г.

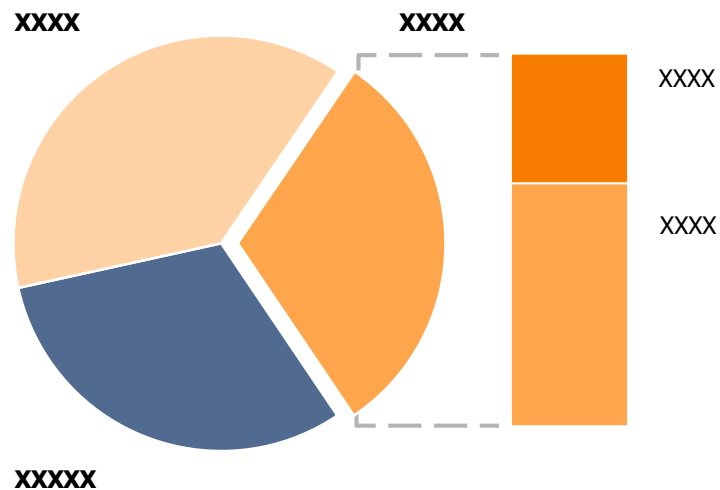
## Вознаграждения по программам лояльности....

XXXX

XXXXX

XXXXX

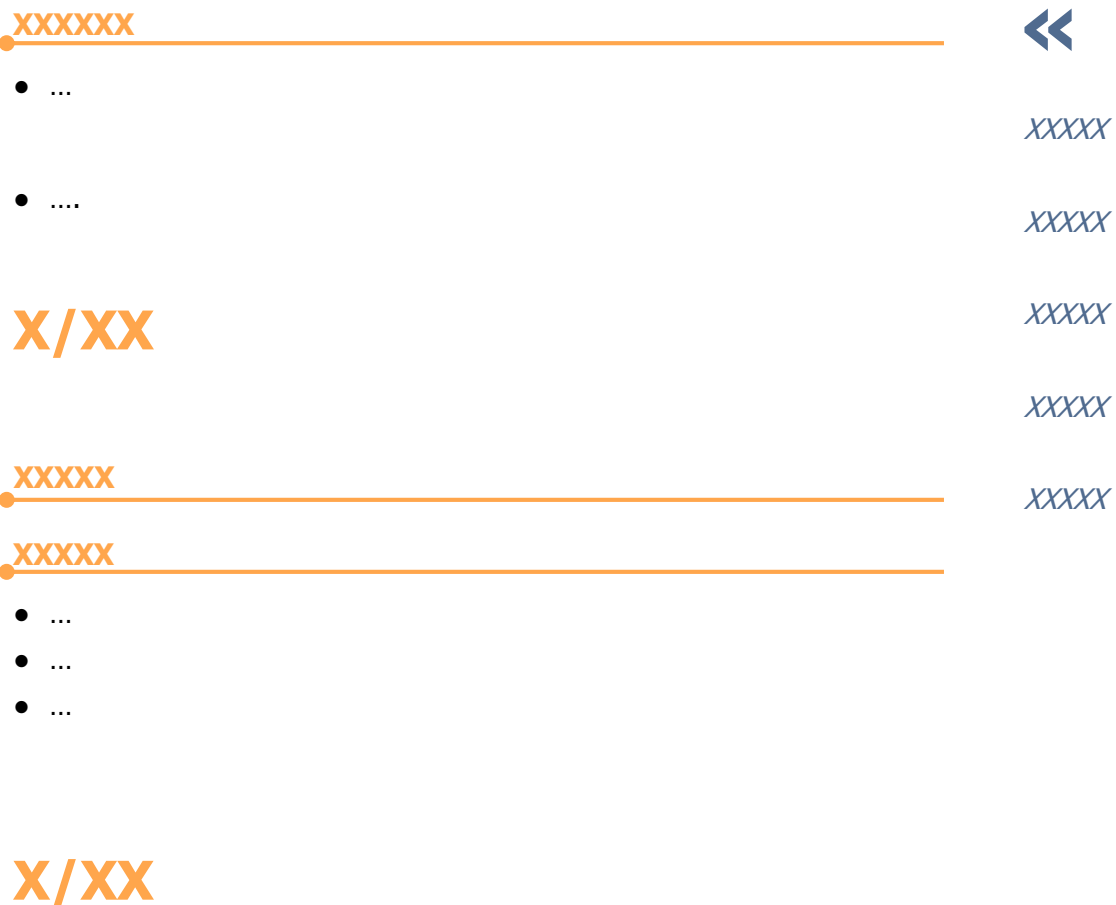
Полученные в 2020 г. вознаграждения держателями карт с reward-программами в XXX



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 дебетовых картах в 2020-2021 гг. (по итогам экспертных интервью)**

## XXXXX – основной тренд рынка дебетовых карт



Эксперты банков-участников исследования



## Разработка программ лояльности: подходы банков

XXXXXX

### Разработка программ лояльности по дебетовым картам



XXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

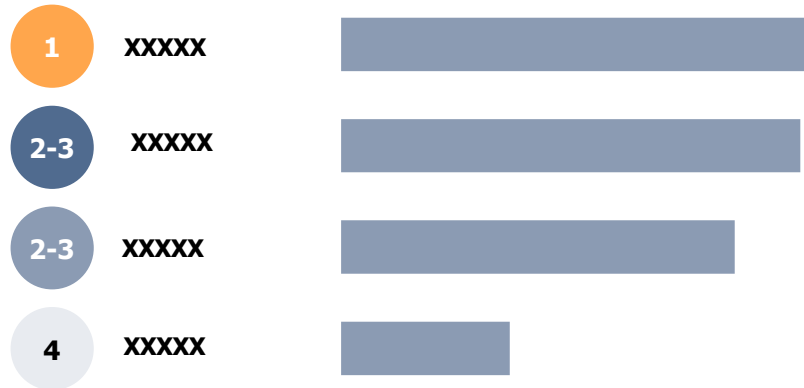
Эксперты банков-участников исследования

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

- XXXXX
- XXXXXXXX

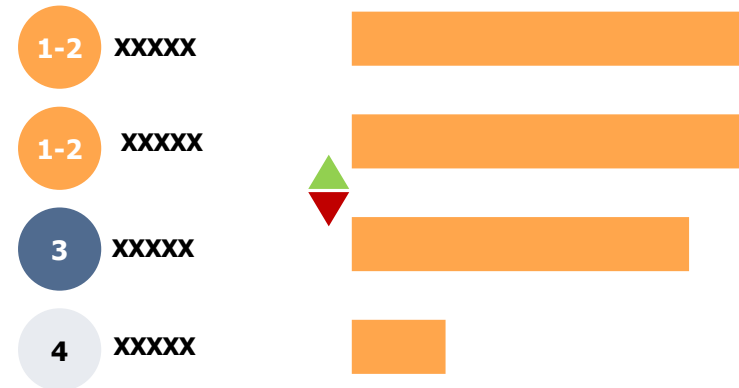
Основные задачи для банка при управлении reward-программой по уровню важности, кол-во ответов 2019 vs. 2021

2019



Источник: Frank RG, экспертные интервью, 2019 г.

2021

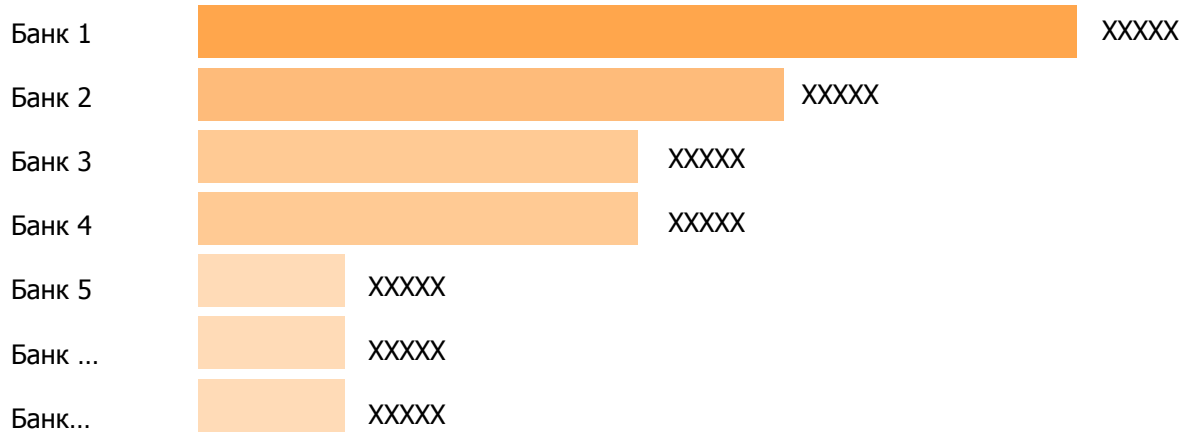


Источник: Frank RG, экспертные интервью, 2021 г.

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Лучшие практики рынка дебетовых 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**

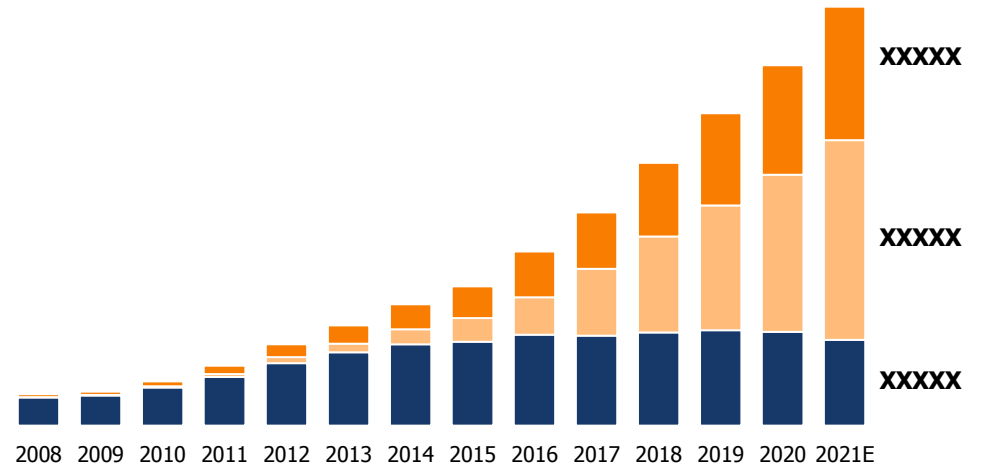
## Reward-программы – XXXX

### 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

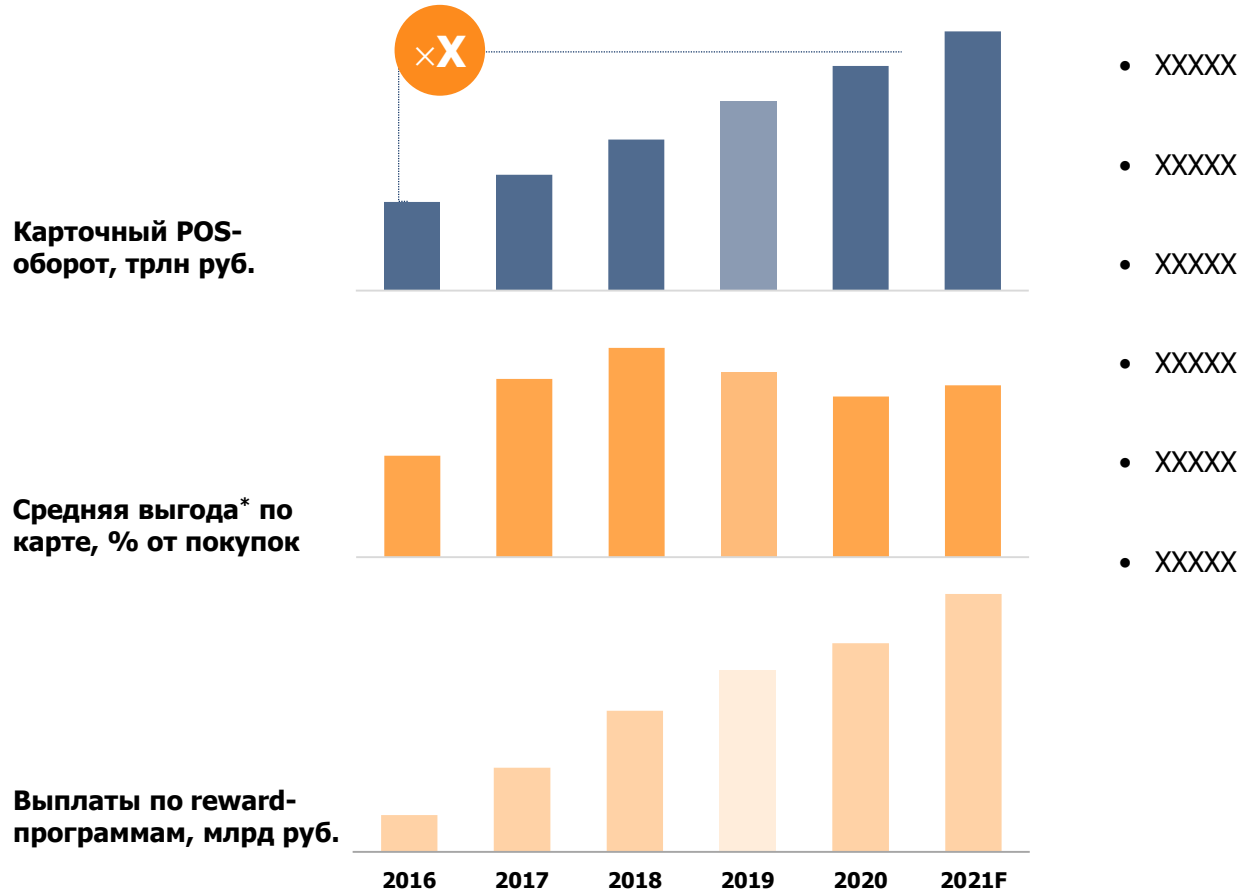
### Структура оборота по банковским картам в РФ, 2010-2020, %



- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

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

### Характеристики рынка карт с reward-программами



\* 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

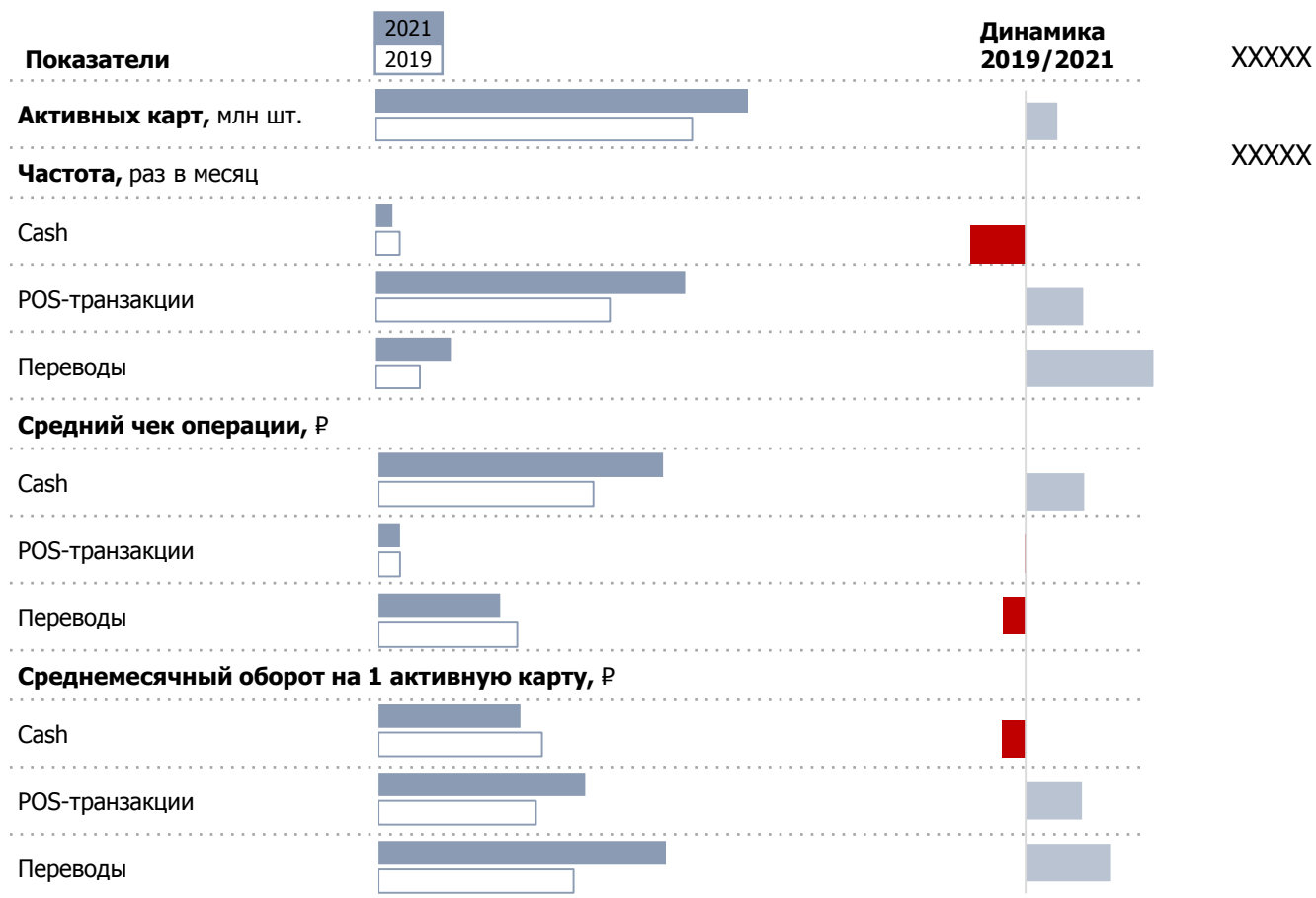
# **5      Оценка рынка дебетовых карт**



## Основная статистика рынка платежных карт в РФ

Показатели транзакционной активности банковских карт в РФ, 2019-2021 гг.

XXXXXX

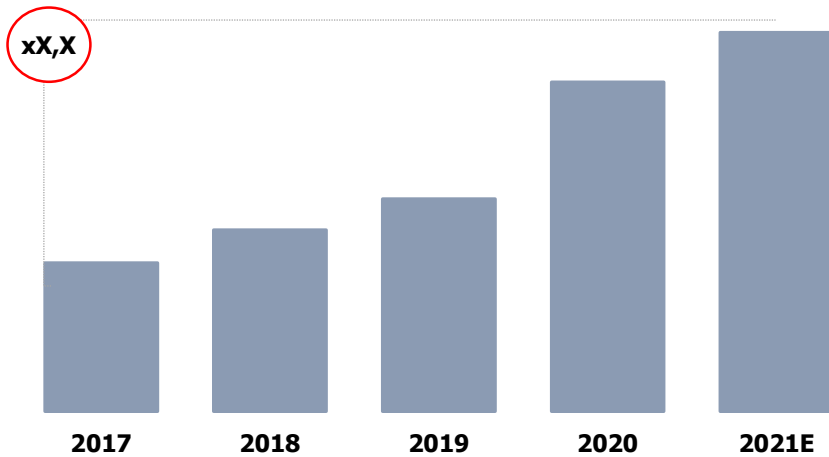


Источник: ЦБ РФ, данные на 01.04.2021 и 01.04.2019, расчеты Frank RG

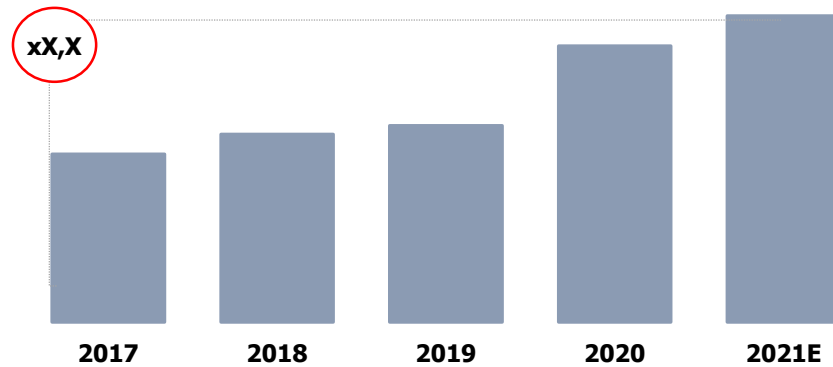
## На рынке XXX млн активных дебетовых карт

XXXXX за 5 лет ..., XXXX количество ... дебетовых карт .... XXXX%.

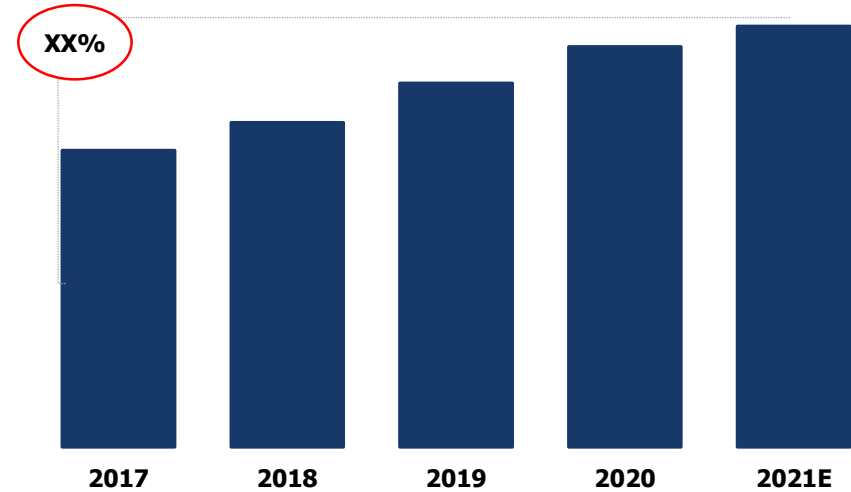
**Остатки по текущим, накопительным и сберегательным счетам, млрд руб.**



**Средние остатки на 1 активную дебетовую карту, руб.**



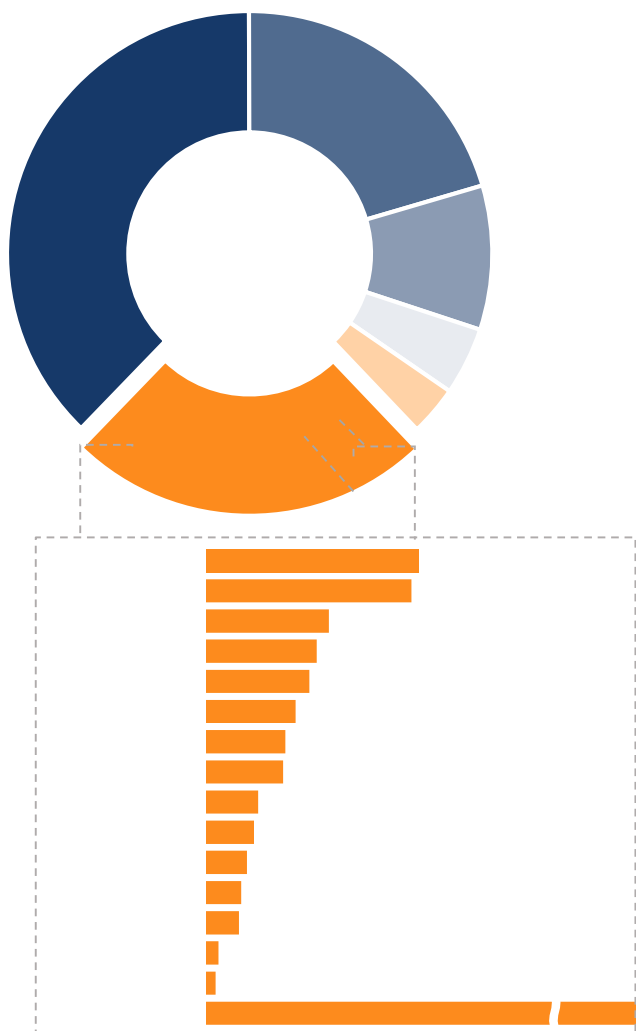
**Активные дебетовые карты, млн шт.**



- XXXX
- XXXX
- XXXX.

## ТОП5 банков на рынке занимают долю XX%

Структура рынка и доли участников по XXXXXXXX, 2021, %



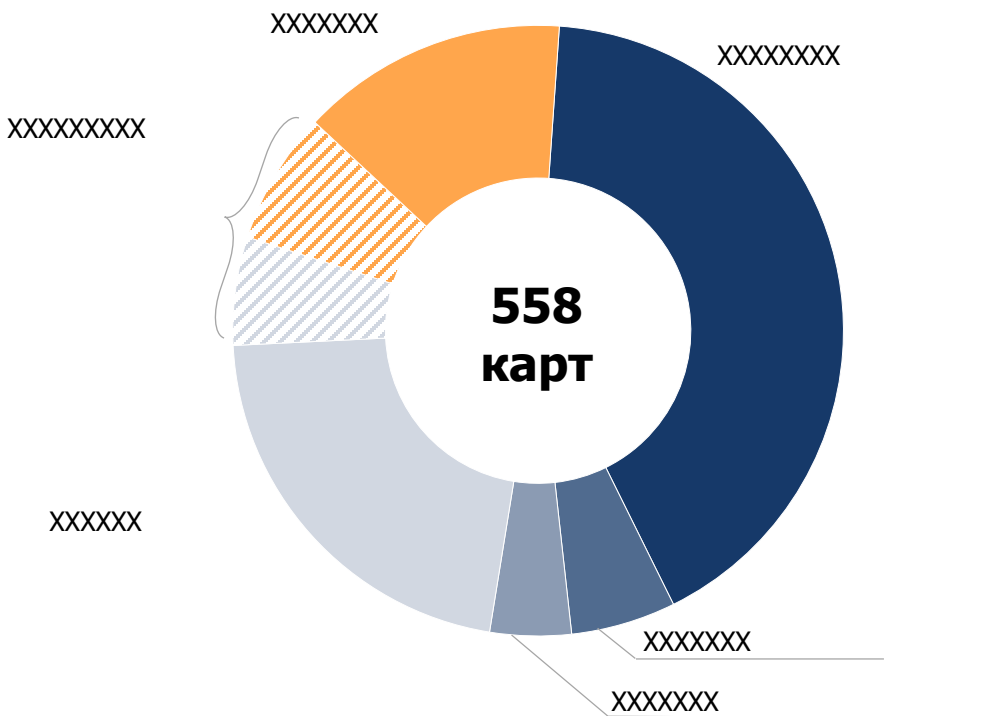
- XXXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

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

## XXXX карты составляют XX% линейки дебетовых карт

Структура линейки дебетовых карт, количество карт, 2020\*

- XXXXXXXX
- XXXXXXXX
- XXXXXXXX
- XXXXXXXX
- XXXXXXXX

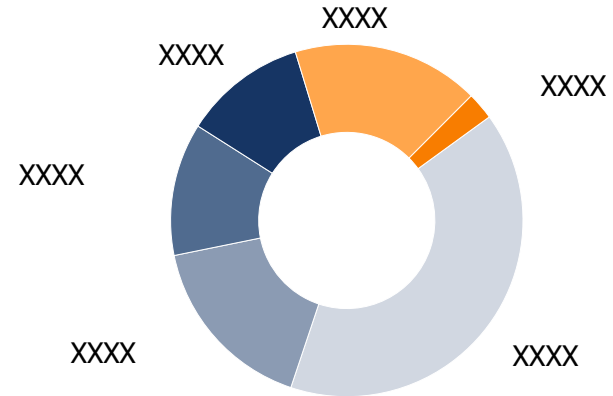


Источник: Frank RG, 2021 г.  
\* - на 01.01.2021

## Структура линейки дебетовых карт: категории карт

- XXXXXX

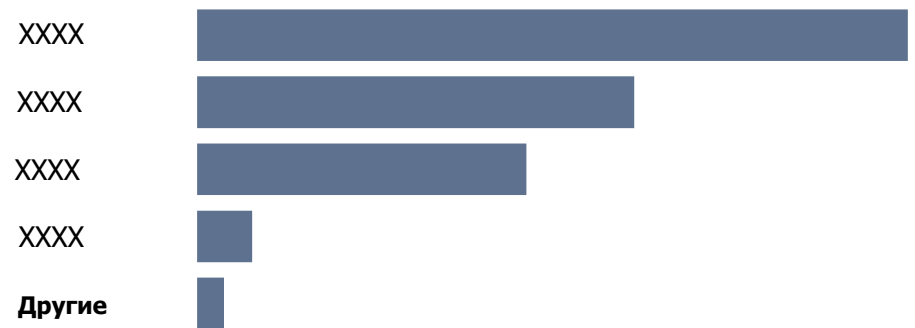
Структура продуктового предложения дебетовых карт по категориям карт, количество карт, 2020



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXXXX

Распределение продуктового предложения дебетовых 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

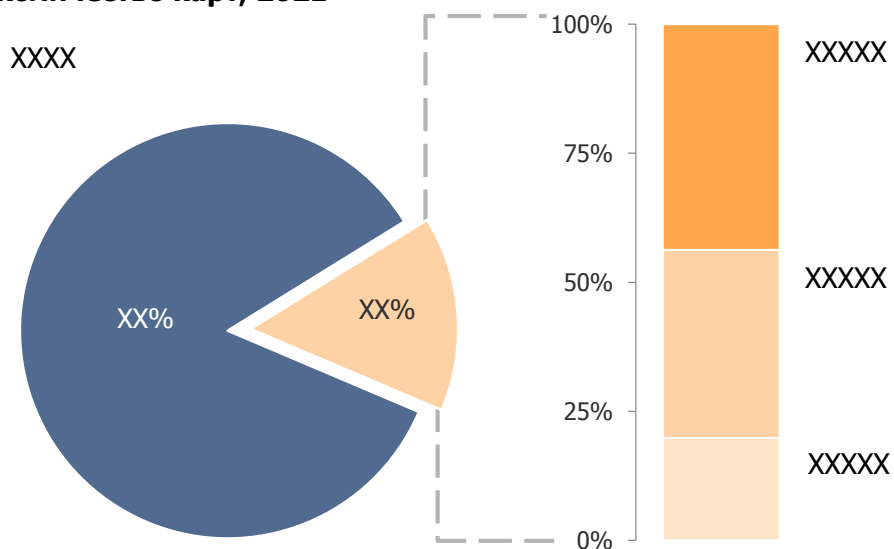
| Банк*                         | MasterCard | Visa | МИР | Флагманский продукт |
|-------------------------------|------------|------|-----|---------------------|
| Сбербанк                      | XX         | XX   | XX  | XX                  |
| ВТБ                           | XX         | XX   | XX  | 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 XXXXXX, количество карт, 2021



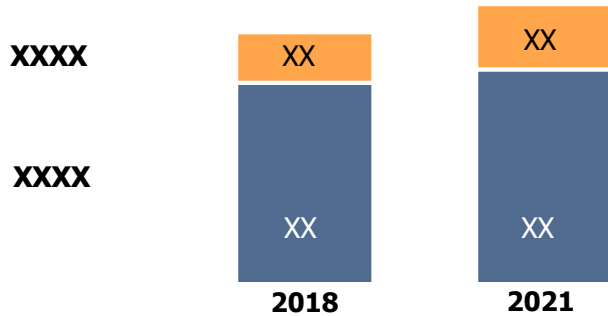
XXXXXX




## XXXX банков скорректировали линейки дебетовых карт в ...

Количество карт в продуктовых линейках банков

- XXXX
- XXXXX



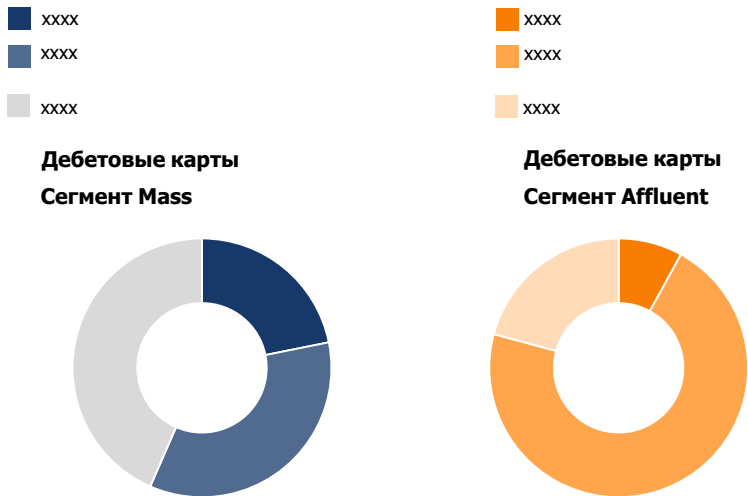
Источник: Frank RG, 2021

| <br>Расширение линейки | <br>Сокращение/<br>унификация линейки | <br>Значительное<br>обновление линейки | <br>Отсутствие<br>значительных<br>изменений | <br>Новые партнерские<br>предложения | <br>Новое карточное<br>предложение |
|---|--|---|--|---|---|
|   |  |   |  |   |   |

Источник: Frank RG, 2021

## Стоимость обслуживания дебетовых карт

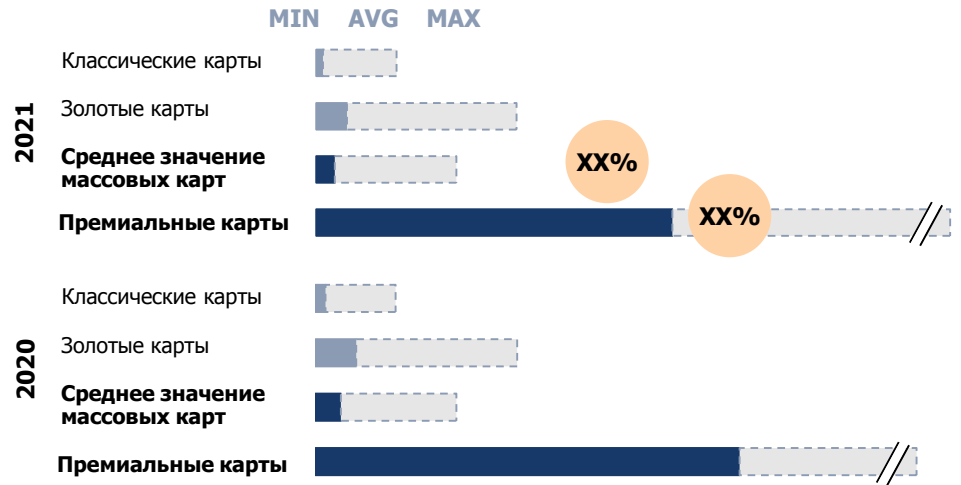
Распределение дебетовых карт по условиям платности обслуживания, количество карт, 2021



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXXX.

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

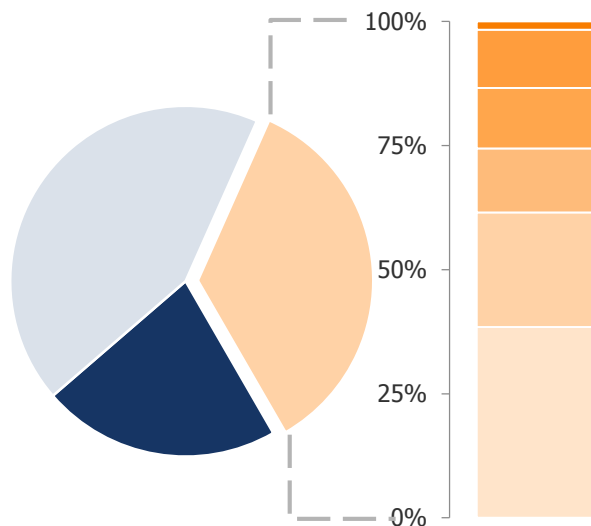


Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXX

## Траты по карте ...

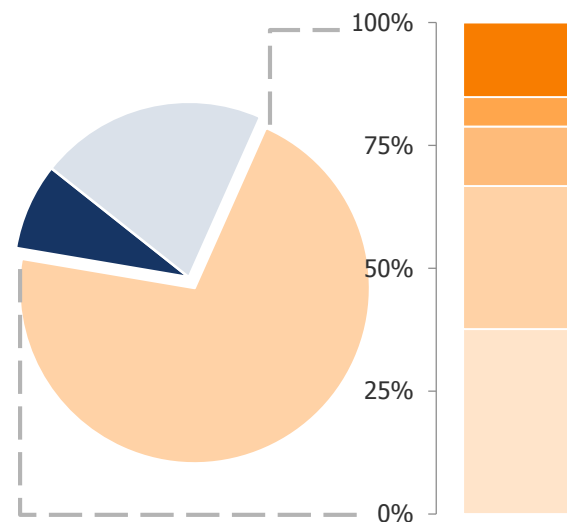
Критерии XXXX обслуживания по дебетовым картам, количество карт (Сегмент Mass)



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXX

XXXX XXX по дебетовым картам, количество карт (Сегмент Affluent)



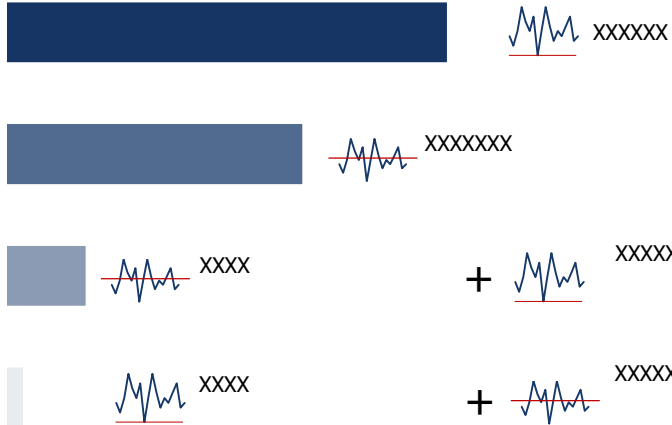
Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXX



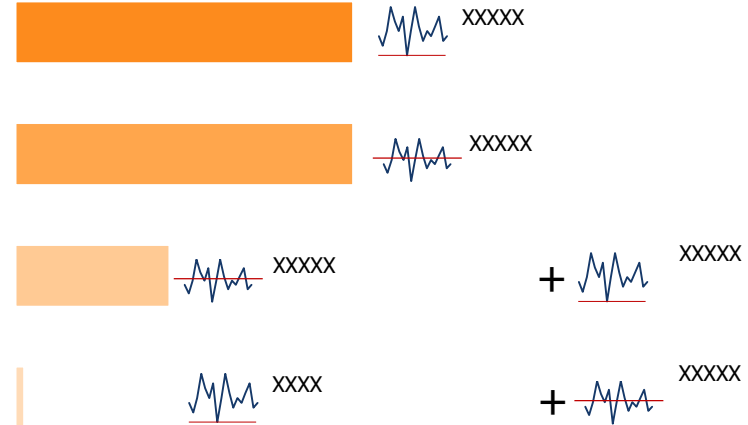
## Выплата процентов на остаток: формула расчета

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



Источник: Frank RG, 2021 г.

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



Источник: Frank RG, 2021 г.

## Выплата процентов на остаток: особенности начисления процентов в банках (1/2)

| Банк      | Зависит от суммы остатка | Зависит от суммы трат | Ограничение суммы при начислении | Требуется поддержание остатка | Зависит от срока | Лестничное начисление | Начисление на остаток бонусами | Зависит от зачисления пенсии/ЗП |
|-----------|--------------------------|-----------------------|----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Банк XXXX | ✓                        | ✓                     |                                  | ✓                             |                  |                       |                                |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        | ✓                     | ✓                                |                               | ✓                |                       |                                |                                 |
| Банк XXXX |                          | ✓                     |                                  |                               |                  |                       |                                | ✓                               |
| Банк XXXX | ✓                        | ✓                     |                                  |                               | ✓                | ✓                     |                                |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        |                       | ✓                                |                               | ✓                | ✓                     |                                |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        | ✓                     | ✓                                | ✓                             | ✓                | ✓                     | ✓                              |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        | ✓                     |                                  | ✓                             |                  |                       |                                |                                 |
| ...       |                          |                       |                                  |                               | ✓                |                       |                                |                                 |
| ....      | ✓                        | ✓                     |                                  | ✓                             |                  |                       |                                |                                 |
|           |                          |                       |                                  | ✓                             |                  |                       |                                |                                 |
|           | ✓                        | ✓                     | ✓                                | ✓                             | ✓                |                       |                                | ✓                               |
|           | ✓                        |                       |                                  | ✓                             | ✓                | ✓                     |                                |                                 |
|           | ✓                        | ✓                     |                                  | ✓                             |                  | ✓                     |                                |                                 |
|           | ✓                        | ✓                     |                                  |                               |                  |                       |                                |                                 |
|           | ✓                        | ✓                     |                                  | ✓                             |                  | ✓                     | ✓                              |                                 |
| Банк XXXX |                          |                       | ✓                                |                               |                  |                       |                                |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        |                       |                                  |                               |                  | ✓                     |                                |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        |                       |                                  | ✓                             |                  |                       |                                |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        |                       |                                  |                               |                  | ✓                     |                                |                                 |
| Банк XXXX | ✓                        |                       |                                  |                               |                  |                       |                                |                                 |
| Банк XXXX |                          |                       | ✓                                |                               |                  |                       |                                |                                 |

## Привлечение клиентов в дистанционные каналы

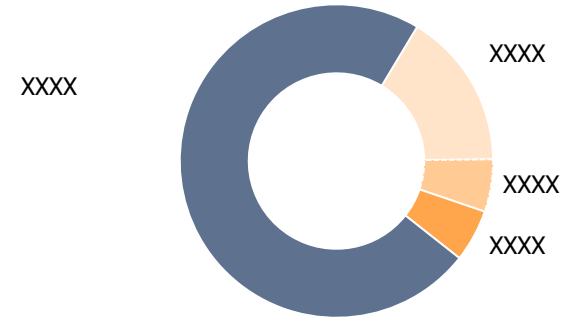
XXXX

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)



Источник: Frank RG, 2021 г.

- XXXX
- XXXX
- XXXX

Максимальные лимиты в месяц, количество карт (Сегмент Affluent)



Источник: Frank RG, 2021 г.

- 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 |      |      |      |      |      | ✓    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

Источник: Frank RG, 2021 г.

✓ обоюдное партнерство

✓ одностороннее партнерство

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

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

## Условия обслуживания карт: флагманы банков

| Банк  | Карта | Стоимость обслуживания (в год) | Стоимость Смс-инфо (в год) | Программа лояльности    |         |                            |         |                  | % на остаток (на остаток / накоп. счет) | Тип программы лояльности |
|-------|-------|--------------------------------|----------------------------|-------------------------|---------|----------------------------|---------|------------------|---|--------------------------|
|       |       |                                |                            | Базовое начисление, min |         | Повышенное начисление, max |         | Кол-во категорий |   |                          |
|       |       |                                |                            | %                       | Условие | %                          | Условие |                  |   |                          |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | Все     | *                | *                                       | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | Все     | T-XXXXX          | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | Все     | O - XXXXX        | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 1       | *                | *                                       | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | Все     | T-XXXXX          | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | 3       | T-XXXXX          | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | 3       | O - XXXXX        | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | 1       | O - XXXXX        | *                                       | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 4       | *                | *                                       | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | 1       | O - XXXXX        | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | 1       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 3       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 2       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 2       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 4       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 1       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 3       | *                | *                                       | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 3       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | *       | *                | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | XXXXX   | X,X%                       | Все     | T-XXXXX          | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 1       | T-XXXXX          | X,X%                                    | XXXXX                    |
| XXXXX | XXXXX | XX руб.                        | XX руб.                    | X,X%                    | *       | X,X%                       | 1       | T-XXXXX          | X,X%                                    | XXXXX                    |

T – траты, O – остаток на СКС

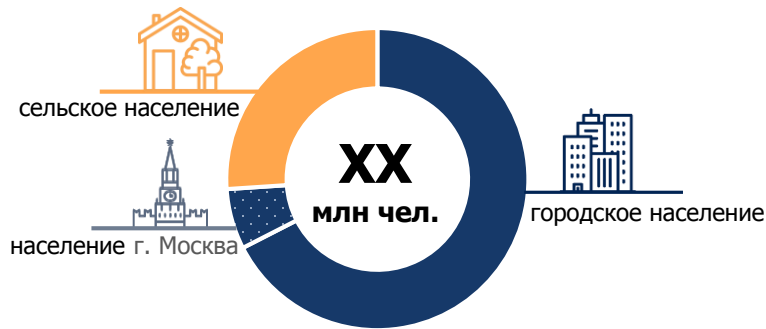
Источник: Frank RG, 2021 г.

## **6.2 Детские и молодежные карты**

## Дети – ... клиенты банка

XXXX

**Общее количество и распределение городского и сельского населения X-XX лет, млн чел.**



Источник: Росстат

**Распределение городского и сельского населения по возрастным группам, млн чел.**



Источник: Росстат

- Frank RG оценивает общее количество клиентов банков в возрасте X-XX лет на уровне **XXXX\***.
- Ядром целевой аудитории молодых клиентов банка XXXX.
- XXXX.
- ... дети в возрасте X-XX лет в среднем тратят на одну покупку от XXX руб.

**Количество активных клиентов банков в возрасте 6-21 лет, 2017-2020 гг., млн чел.**



Источник: Frank RG, оценка, данные проекта «Клиентские сегменты»

\* Оценка рынка проводилась на основании данных Росстат и проекта «Клиентские сегменты» Frank RG

## Предложение детских и подростковых карт

|                       | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX | Банк XXXX |   |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---|
| <b>Категории карт</b> |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| XXXX                  | ●         | ●         | ●         | ●         | ●         | ○         | ●         | ●         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○ |
| XXXX                  | ●         | ●         | ✗         | ●         | ●         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○ |
| <b>Условия карт</b>   |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| XXXX                  | ●         | ○         | ○         | ○         | ○         | —         | ●         | ●         | ○         | —         | —         | ○         | —         | ○         | —         | ○         | ●         | —         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | — |
| XXXX                  | ○         | ●         | ○         | ○         | ○         | —         | ○         | ○         | ○         | —         | —         | ○         | —         | ○         | —         | ○         | ○         | —         | ○         | ●         | ○         | ●         | ○         | ○         | — |
| XXXX                  | ●         | ○         | ●         | ●         | ●         | —         | ●         | ●         | ○         | —         | —         | ○         | —         | ○         | —         | ○         | ●         | —         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | — |
| XXXX                  | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | —         | ●         | ○         | ○         | —         | —         | ○         | —         | ○         | —         | ○         | ●         | —         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | — |
| XXXX                  | ●         | ○         | ●         | ●         | ●         | —         | ●         | ○         | ○         | —         | —         | ○         | —         | ○         | —         | ○         | ○         | —         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | ○         | — |

Источник: Frank RG

**Наличие продукта**

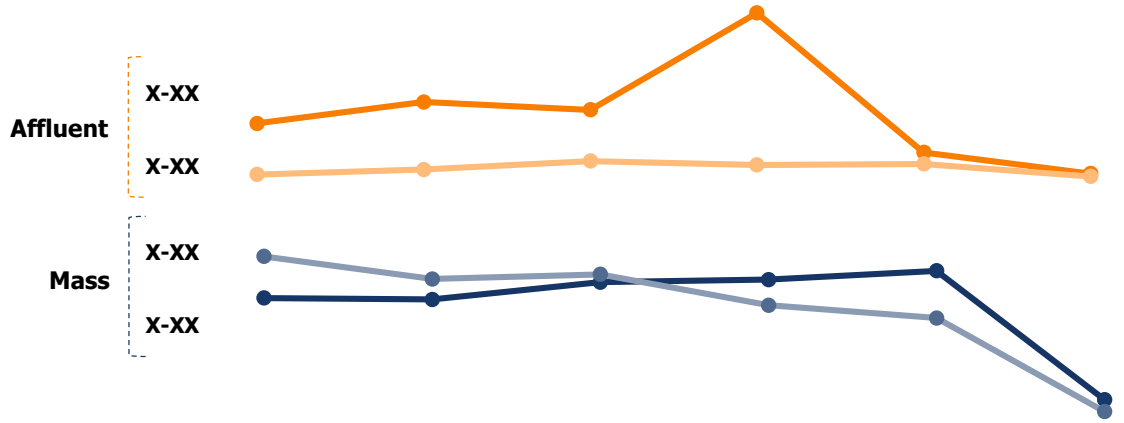
- Есть в продуктовой линейке
- Нет в продуктовой линейке
- Нишевый продукт
- Новый продукт
- Можно оформить на общих условиях
- ✗ Продукт закрыт

**Стоимость карты**

- Бесплатно
- Платно
- Выпуск – бесплатно, обслуживание платно

## Динамика изменений за год

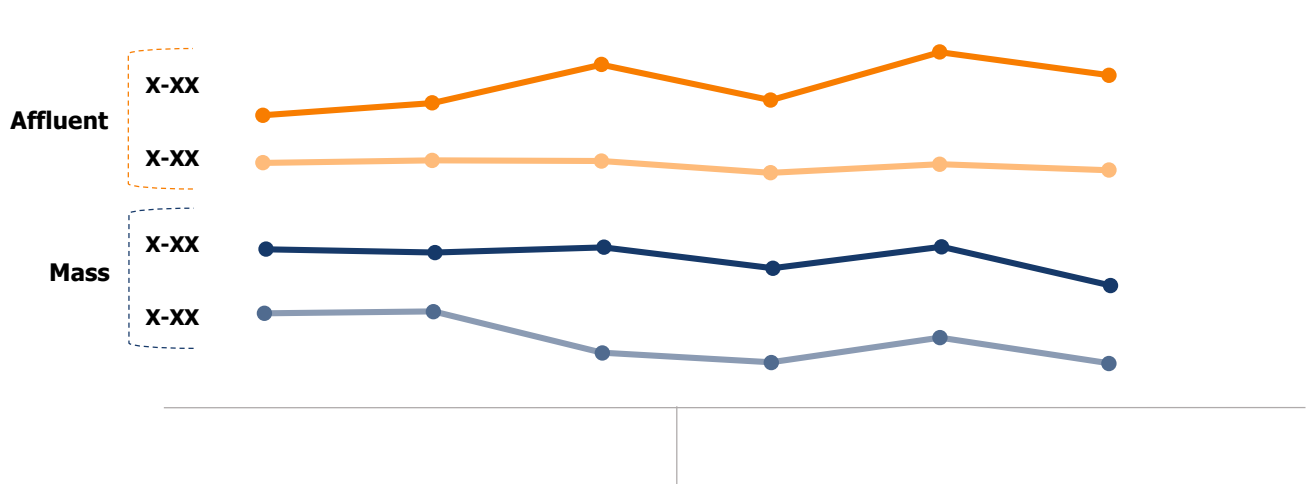
Динамика среднемесячных объемов трат по детским картам в Москве, руб.



• XXXXX.


















ИЛЛЮСТРАТИВНО

Динамика среднемесячных объемов трат по детским картам в регионах, руб.



Источник: Frank RG, оценка, данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG

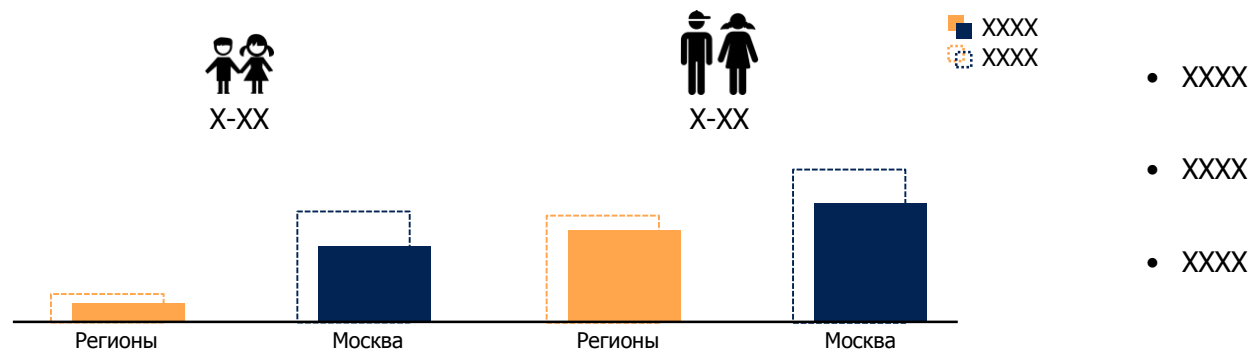
## Детские карты – взрослый подход

| Карта | Формат   | Возраст  | Статус | Возможности | Мобильное приложение | Эмоциональная вовлеченность |
|-------|--|--|--------|-------------|----------------------|-----------------------------|
| XXXXX |   |  6-14 лет   | XXXX   | XXXX        | XXXX                 | XXXX                        |
| XXXXX | <br>     |  6-18 лет   | XXXX   | XXXX        | XXXX                 | XXXX                        |
| XXXXX | <br>     |  7-13 лет   | XXXX   | XXXX        | XXXX                 | XXXX                        |
| XXXXX | <br>     |  7-14 лет   | XXXX   | XXXX        | XXXX                 | XXXX                        |
| XXXXX | <br> |  7-14 лет | XXXX   | XXXX        | XXXX                 | XXXX                        |
| XXXXX | <br> |  7-14 лет | XXXX   | XXXX        | XXXX                 | XXXX                        |



## Дети тратят ...

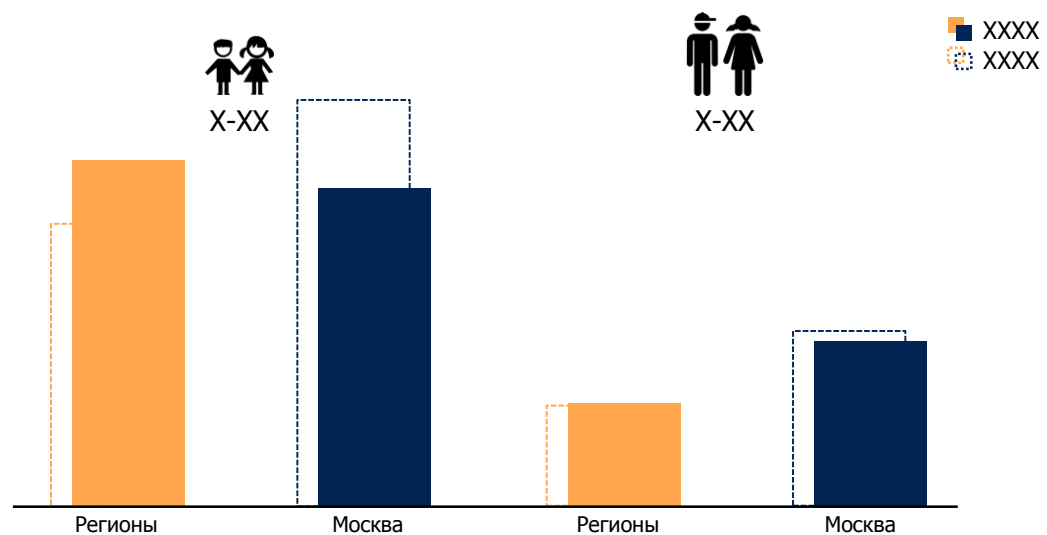
Среднемесячный объем трат по картам клиентов mass сегмента, руб.



- XXXX
- XXXX
- XXXX
- XXXX

ИЛЛЮСТРАТИВНО

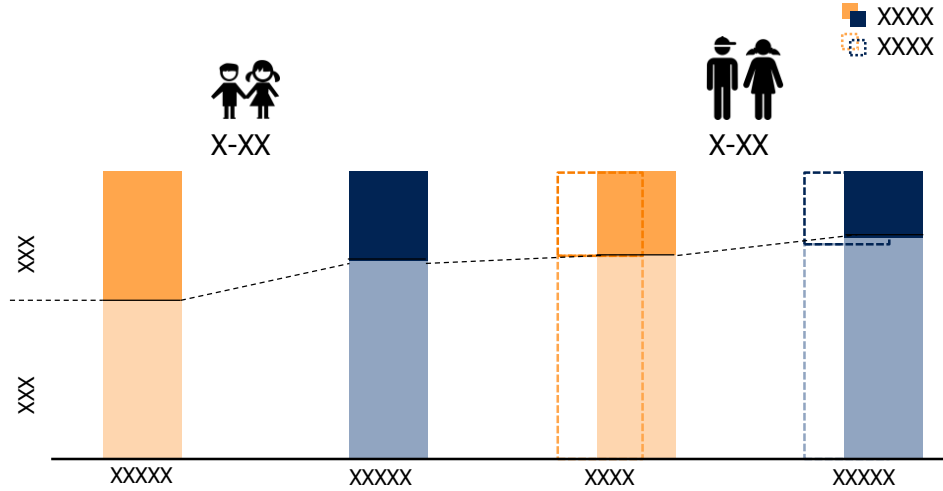
Среднемесячный объем трат по картам клиентов affluent сегмента, руб.



Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG.

# Структура детских трат по банковским картам

Структура трат по картам клиентов XXXX сегмента



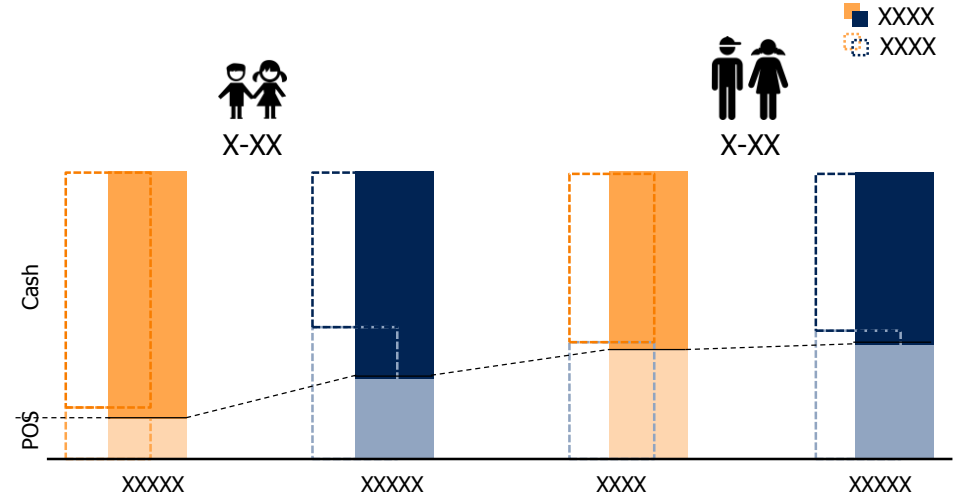
Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

Структура трат по картам клиентов XXXX сегмента



Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG

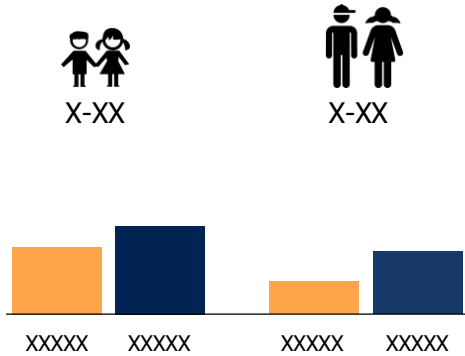
XXXXXX

XXXXXX

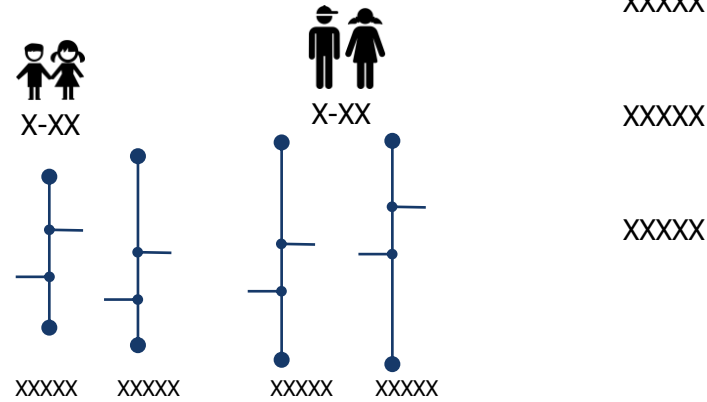
XXXXXX

## Частота и средние чеки транзакций

Средний чек cash-транзакции mass сегмента, руб.

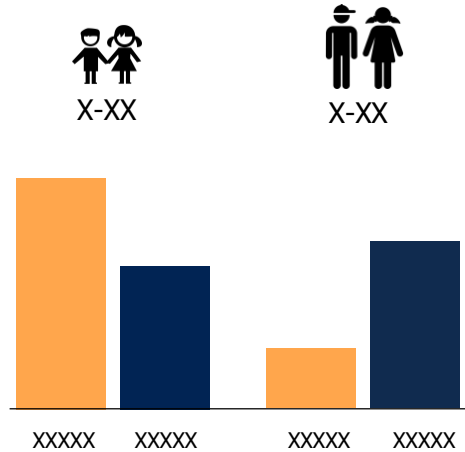


Частота cash-транзакций mass сегмента

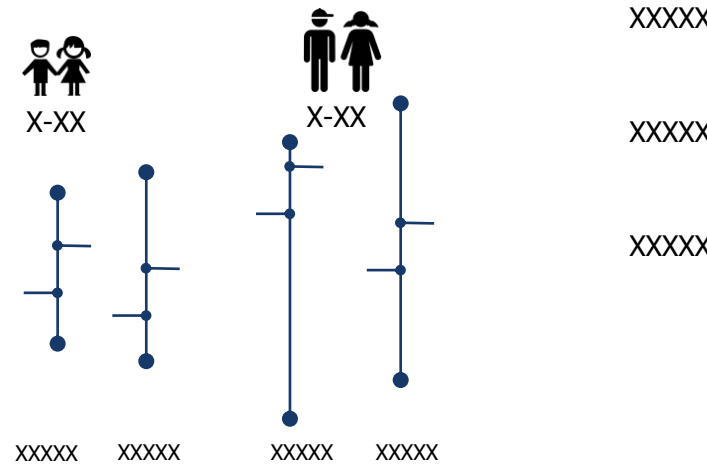


ИЛЛЮСТРАТИВНО

Средний чек cash-транзакции affluent сегмента в 2020 г., руб.



Частота cash-транзакций affluent сегмента



Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG

## **6.3 Пенсионные карты**

## Пенсия в РФ постоянно растет

Численность пенсионеров в РФ, XXXX-XXXX гг., млн чел.

• XXXXX



• XXXXX



• XXXXX



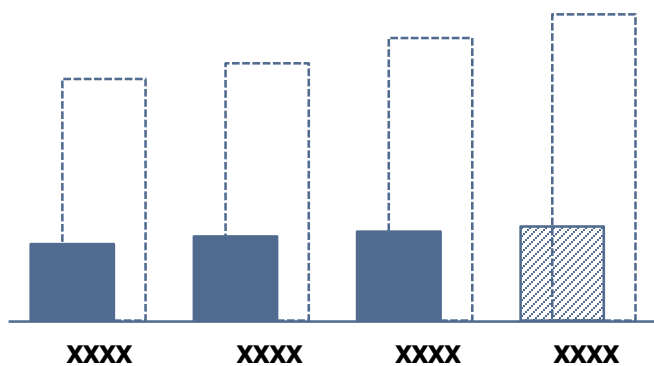
Средний размер пенсии и зарплаты РФ, XXXX-XXXX гг., руб.

■ XXXXX  
□ XXXX

• XXXXX

• XXXXX

• XXXXX



Источник: Росстат, Frank RG

Накопительный счет.

# Пенсионные карты

| Карта | Плат. система | Процент на остаток СКС | Стоимость обслуживания |       |                    | Дополнительные привилегии |                              |
|-------|---------------|------------------------|------------------------|-------|--------------------|---------------------------|------------------------------|
|       |               |                        | SMS                    | Карта | Reward - программа | Финансовые продукты       | Небанковские сервисы и акции |
| 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  | XXXX               | XXXX                      | XXXX                         |

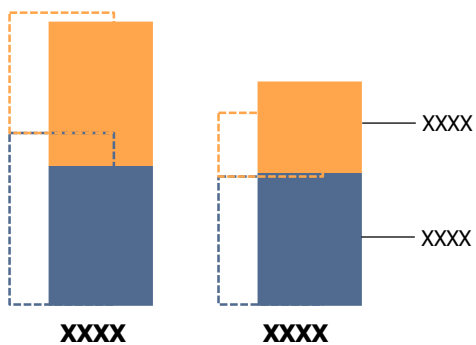
## Дополнительные небанковские сервисы по пенсионным картам

| Карта | Название сервиса или акции | Предоставляемые услуги                                 | Ограничения | Провайдер |
|-------|----------------------------|--|-------------|-----------|
| XXXX  |                            |  |             |           |
|       | XXXX                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul> | XXXX        | XXXX      |
| XXXX  |                            | XXXX   |             |           |
| XXXX  | XXXX                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul> | XXXX        | XXXX      |
|       | XXXX                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul> | XXXX        | XXXX      |
| XXXX  |                            |  |             |           |
|       | XXXX                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul> | XXXX        | XXXX      |
|       | XXXX»                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul> | XXXX        | XXXX      |
|       | XXXX                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul> | XXXX        | XXXX      |
|       | XXXX                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX</li> </ul> | XXXX        | XXXX      |

## Оборот по картам пенсионеров ...

Средний оборот Cash/POS транзакций по картам, руб.

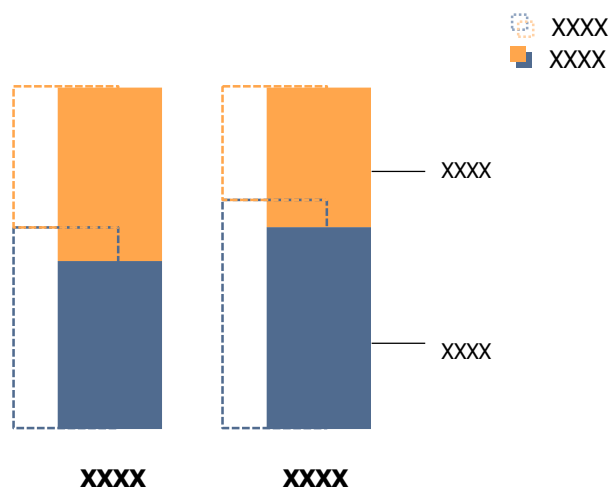
- XXXX
- XXXX
- XXXX
- XXXX





## Снятие наличных по картам пенсионеров составляет XXXX

Отношение объема Cash/POS транзакций по картам.



- XXXXX

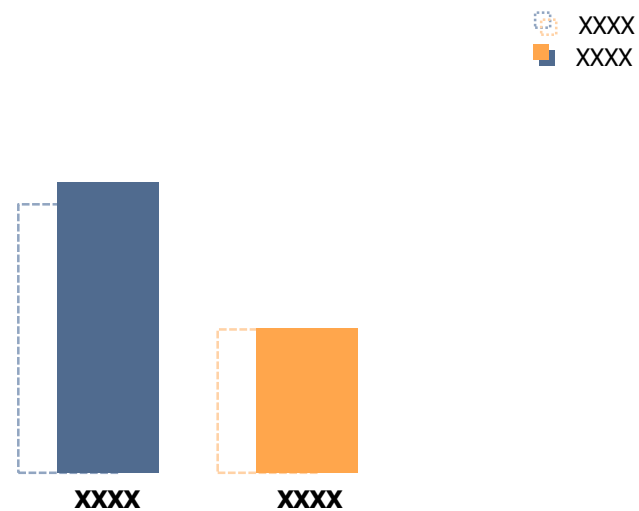
- XXXXX

- XXXXX

- XXXXX

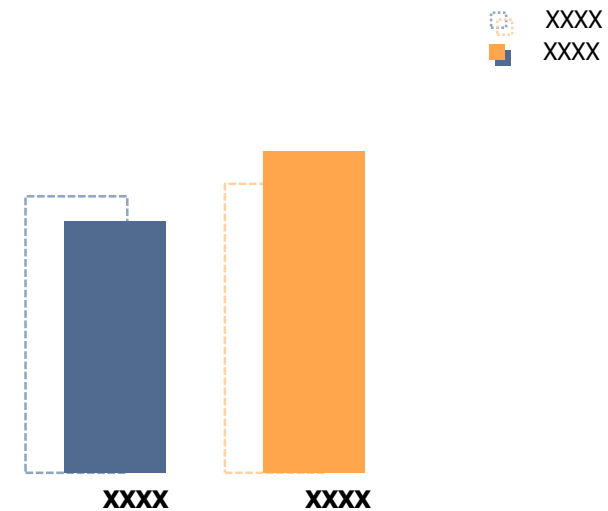
## POS-транзакции: частота и средние чеки

Средний чек pos-транзакций по картам XXX., руб.



- XXXX
- XXXX

Частота pos-транзакций по картам XXXX



- XXXX
- XXXX
- XXXX

Источник: Frank RG, Данные проекта «Клиентские сегменты»

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

## Показатели, раскрываемые в бенчмарк-исследовании

### Собираемые показатели

1. Количество клиентов с действующими дебетовыми картами
2. Количество клиентов с подключенным онлайн-банком
3. Количество входов в онлайн-банк
4. Количество действующих карт
5. Количество активных карт
6. Остатки по счетам активных карт (СКС + накопительные)
7. Выплаченные % по счетам активных карт
8. Количество новых выданных карт
9. Количество новых активных карт
10. POS-транзакции (объем, кол-во операций)
11. Снятие наличных (объем, кол-во операций)
12. Внешние переводы (объем, кол-во операций)
13. Внесение наличных (объем, кол-во операций)
14. Сумма начисленных вознаграждений по reward-программам
15. Расходы по программам лояльности
16. Среднее количество банковских продуктов на 1 держателя дебетовой карты
17. Среднее количество кредитных продуктов на 1 держателя дебетовой карты

### Детализация показателей по картам:

- по подключению к reward-программам
- по токенизации

### Детализация данных

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

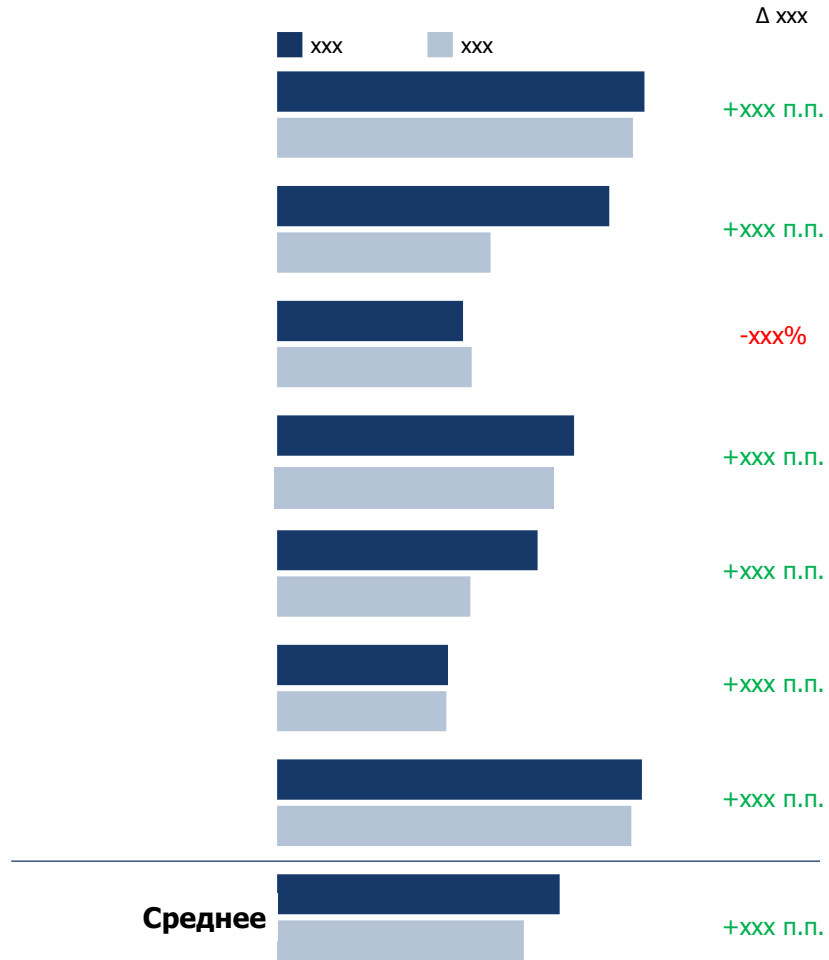
**Периодичность:** ежеквартально (1/1/2019-1/1/2021)

### + расчетные аналитические показатели

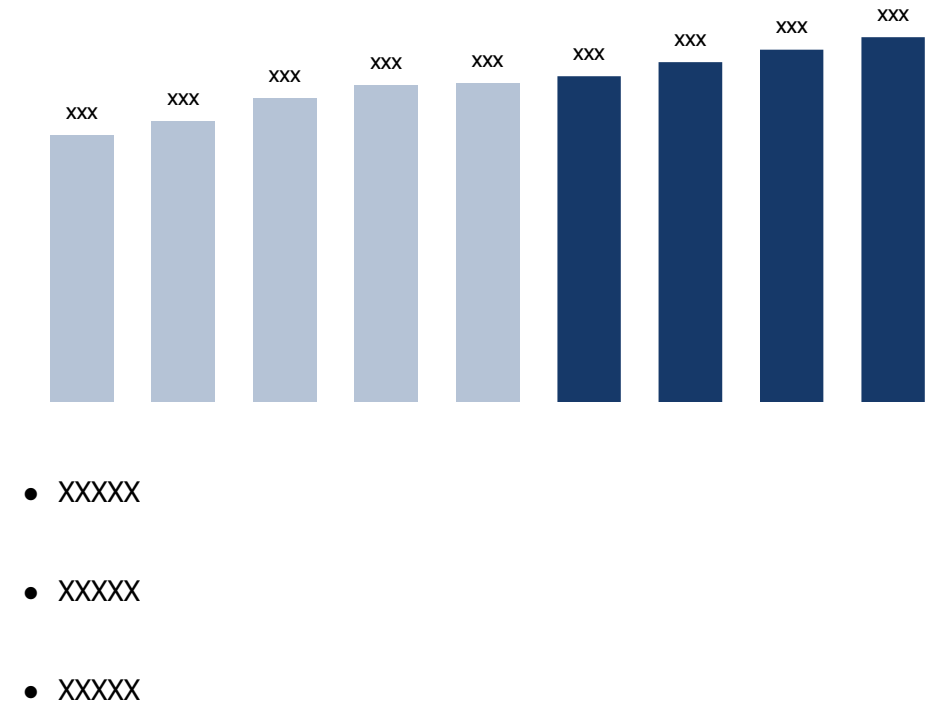
1. Проникновение в онлайн-банк, %
2. MAU/DAU
3. Количество действующих карт на 1 клиента
4. Количество активных карт на 1 клиента
5. Доля активных карт
6. Подключение действующих карт к reward-программам
7. Токенизация действующих карт
8. Доля активных карт с reward-программами
9. Доля активных токенизированных карт
10. Динамика количества клиентов q-o-q, y-o-y
11. Динамика количества активных карт q-o-q, y-o-y
12. Динамика среднедневных остатков q-o-q, y-o-y
13. Процентные расходы по карточным счетам (% от СДО)
14. Доля активных карт в динамике
15. Динамика продаж q-o-q, y-o-y
16. Коэфф-т оттока активных карт за период q-o-q, y-o-y
17. Коэфф-т оттока действующих карт за период q-o-q, y-o-y
18. Структура операций по картам (Cash/POS/Transfers out)
19. Среднемесячный оборот по карте, руб. в динамике
20. Средние чеки покупок, снятия наличных, внешних переводов
21. Частота покупок, снятия наличных, внешних переводов в мес.
22. Остатки к обороту по карте
23. Расходы на программы лояльности, % от POS-оборота в динамике
24. Утилизация бонусов в динамике
25. Динамика кросс-продаж банковских продуктов держателям дебетовых карт
26. Динамика кросс-продаж кредитных продуктов держателям дебетовых карт

# Проникновение дебетовых карт в онлайн-банк составило xxx

Проникновение в онлайн-банк, массовый сегмент, %



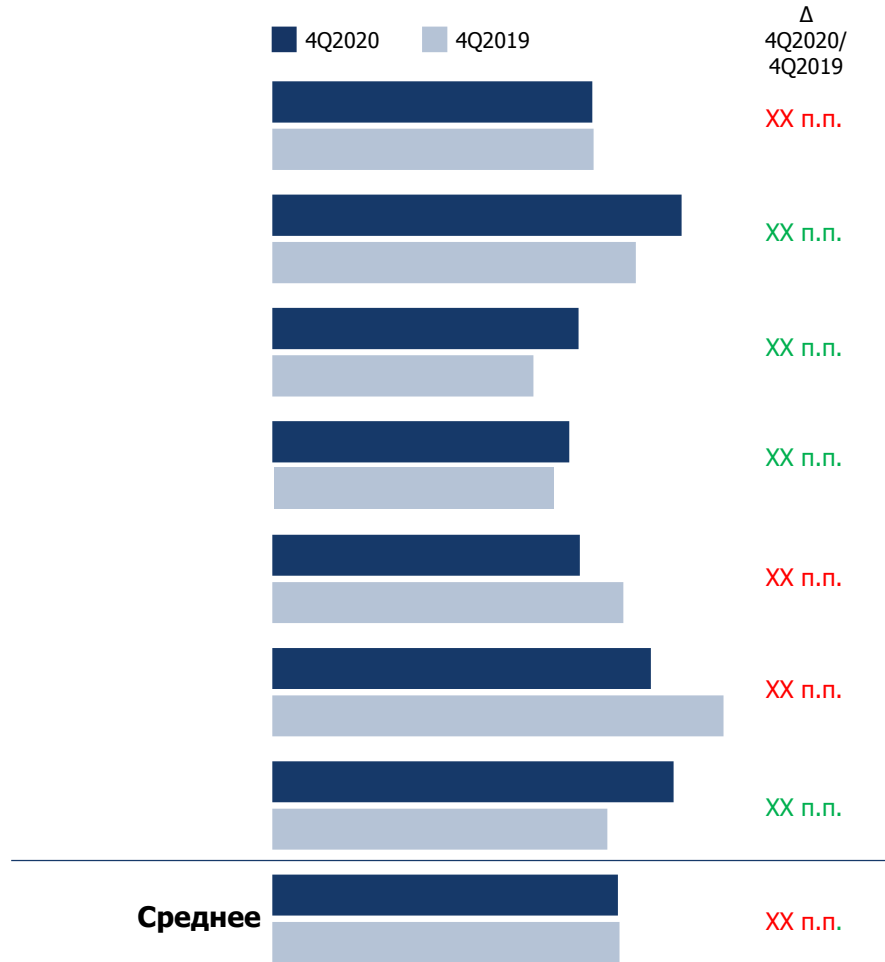
Динамика xxx, %



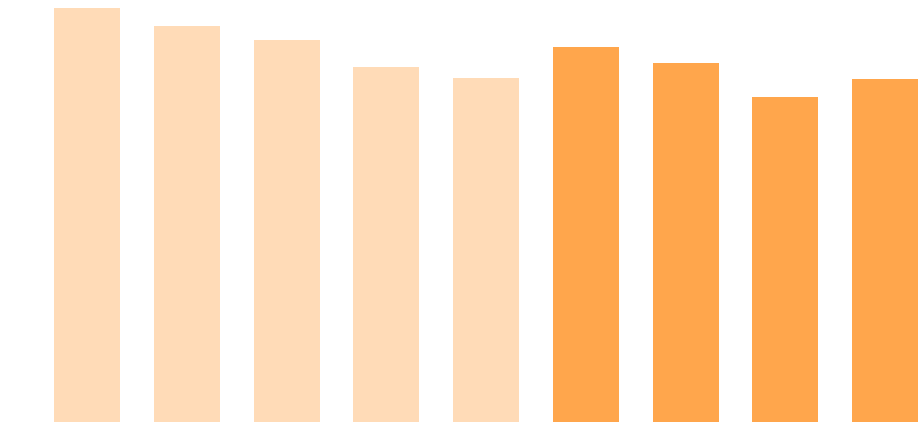
Статистика по активным дебетовым картам.  
Источник: Frank RG

## Доля активных карт среди выданных ...

Доля активных карт среди выданных за год, %



Динамика XXX, %

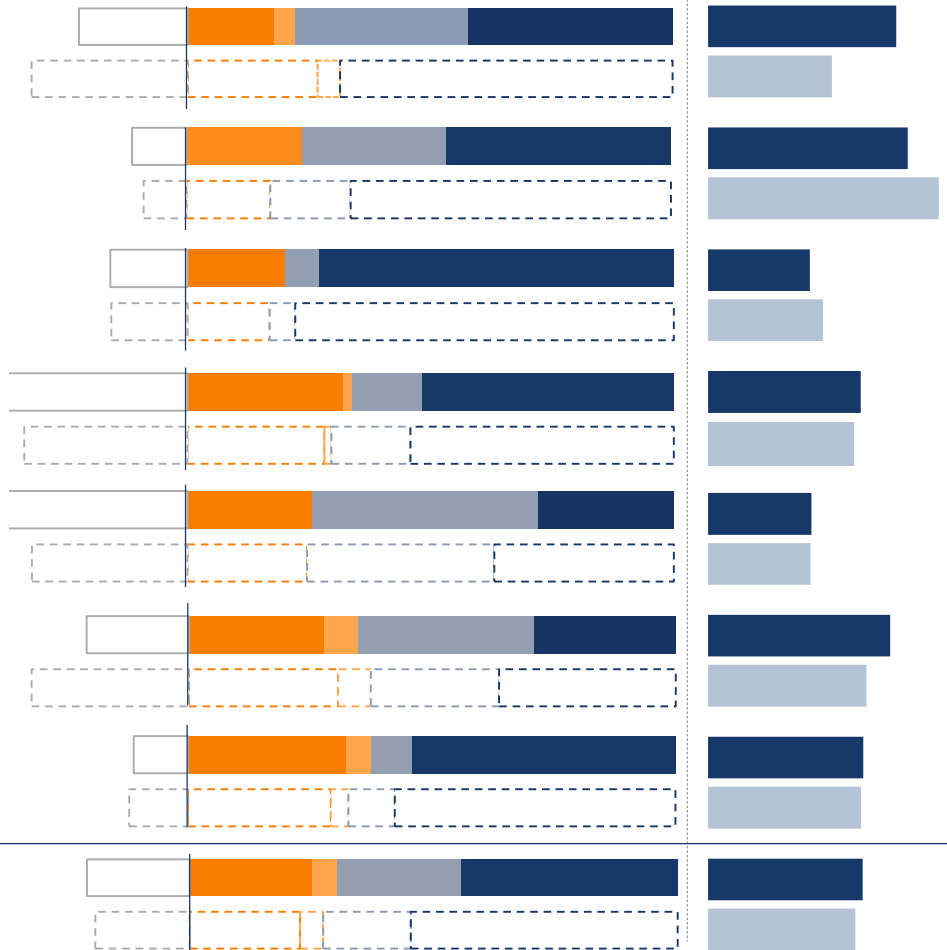


- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

## Доля снятия наличных в обороте по картам ххх

Структура оборота ХХХХ, %

■ ххх ■ ххх ■ ххх □ ххх

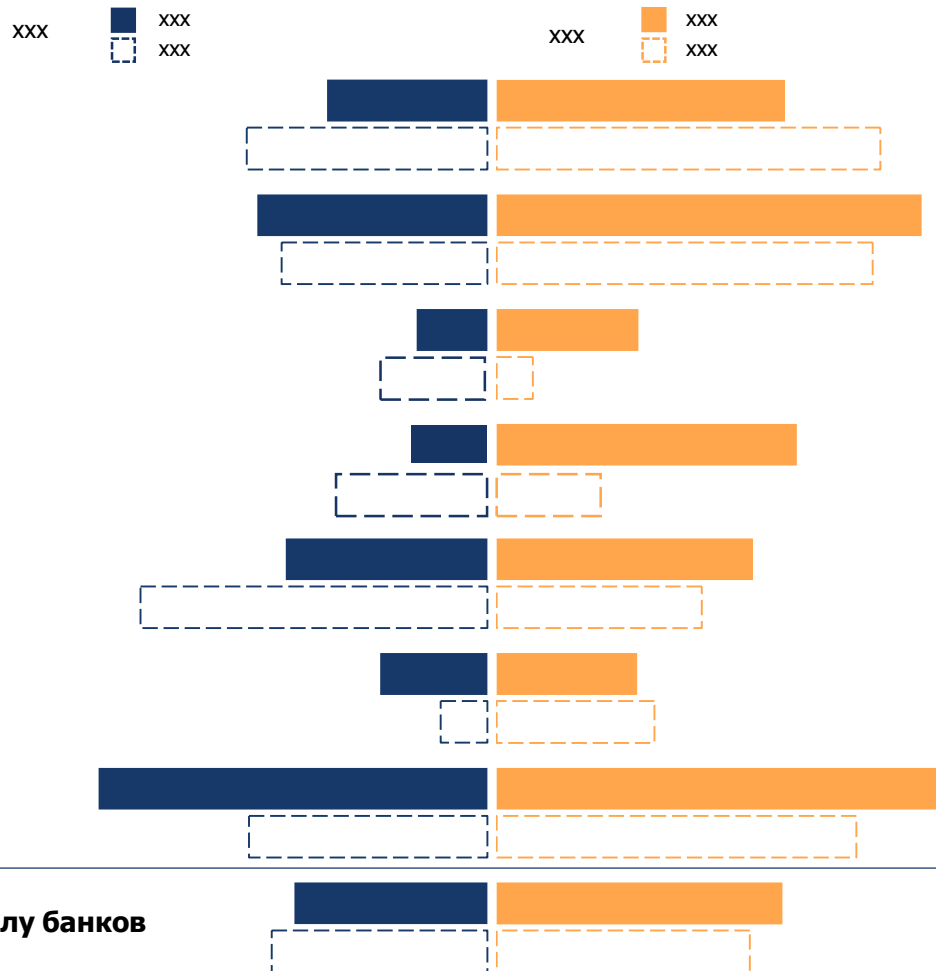


- За 2020 год в структуре оборота по дебетовым картам произошли следующие изменения:
  - ХХХХ;
  - ХХХХ;
  - ...
- ХХХХ значения доли ... ХХХХ
- ХХХХ
- Клиенты вносят наличные в размере ХХХХ

Среднее

## Коэффициенты выдач и оттока карт

Коэффициенты\* выдач и оттока карт за xxx\*, %



Среднее по пулу банков

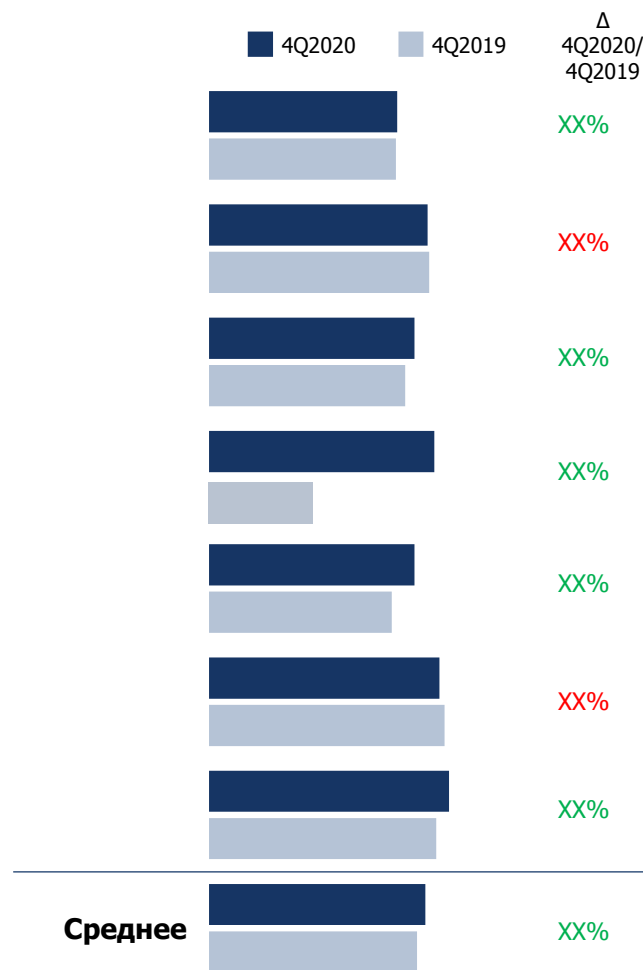
\*Выданные и выбывшие действующие карты к портфелю на текущий период  
 Источник: Frank RG

- XXXX в 2020 году ... XXXXX
- При этом наибольшая доля ... XXXX
- Наиболее положительная динамика наблюдается в XXXX
- XXXX в сравнении с концом XXXX года:
  - В XXXX и XXXX ... сократился XXXX до XXX
  - Коэффициент XXXX вырос ... в XXXX

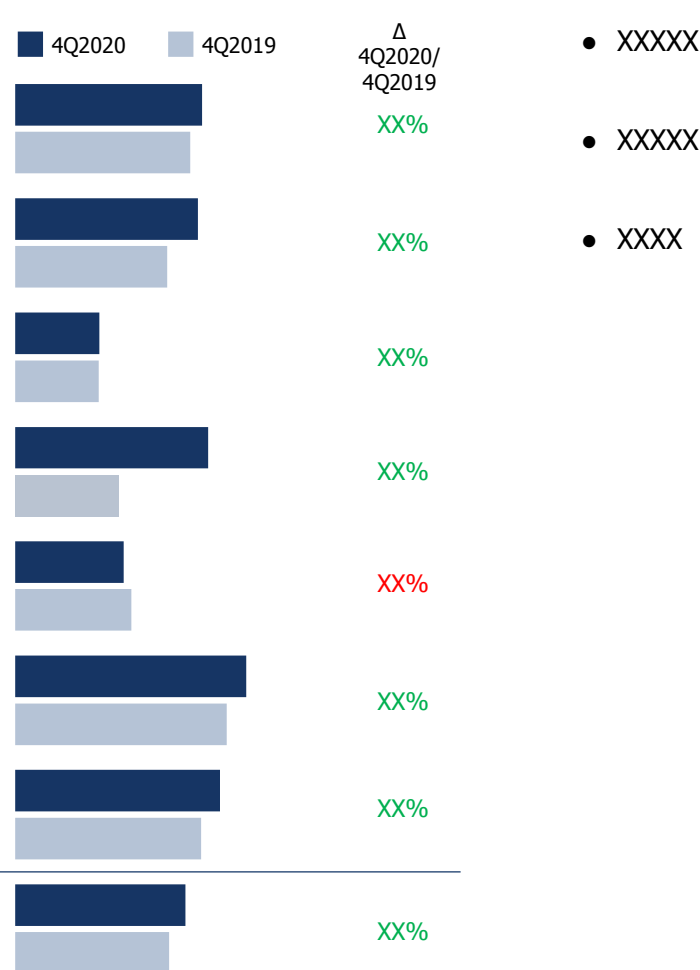


## Средний чек и частота POS-операций по 1 карте

Средний чек POS-операций, руб.

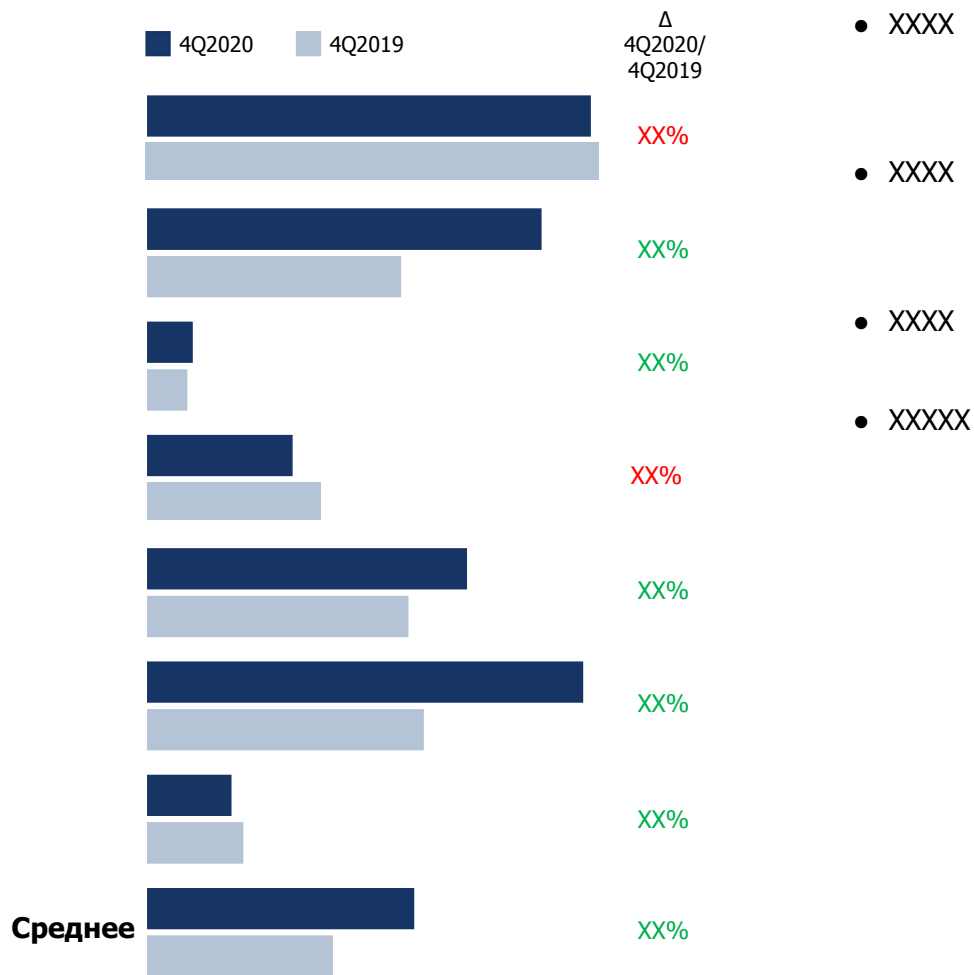


Частота POS-операций, в месяц



## Объем переводов на 1 карту в месяц

Объем переводов, руб. в месяц



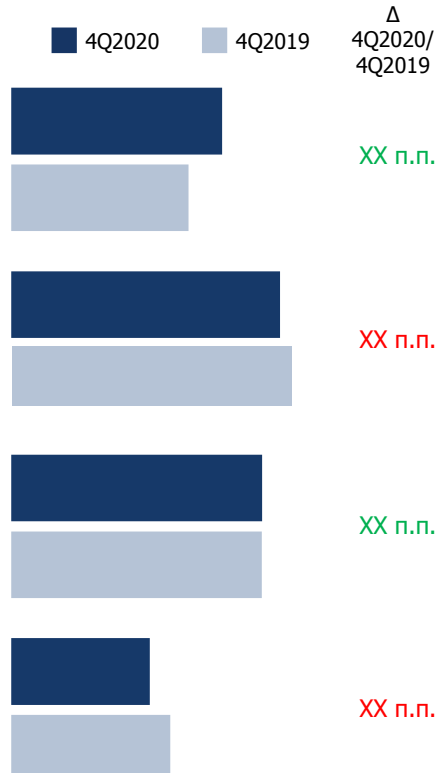
Статистика по активным кредитным картам.  
Источник: Frank RG

## Расходы на программу лояльности

Расходы на программу лояльности к POS-обороту, %

Утилизация бонусов, %

● XXXX



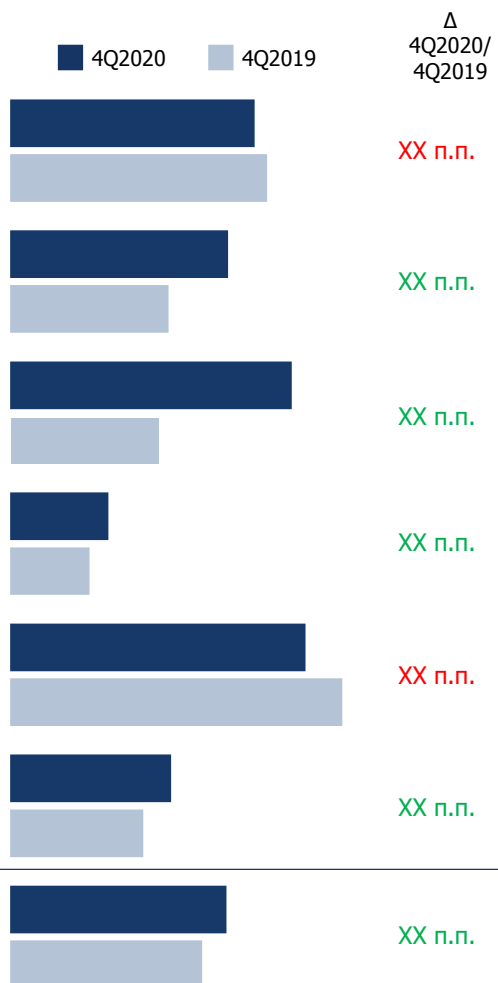
● XXXX

● XXXX

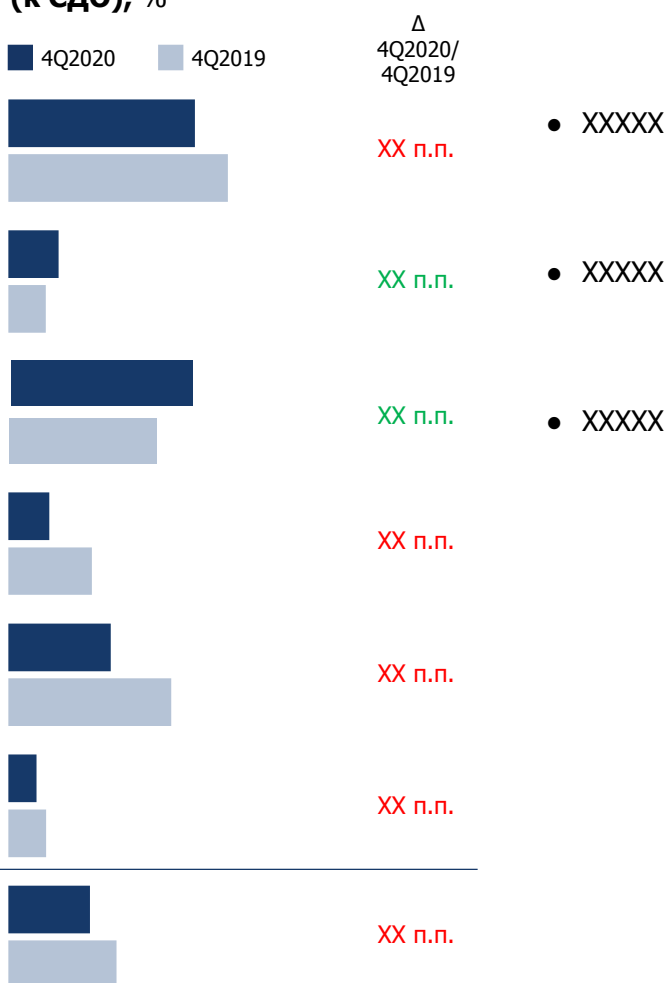
● XXXX

## Доля остатков в обороте и расходы на выплату процентов на остаток

Остатки к обороту по карте, %

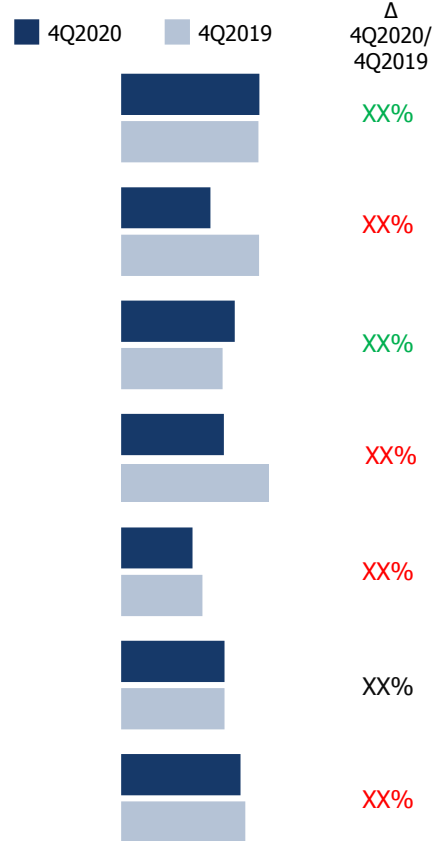


Процентные расходы по картам (к СДО), %

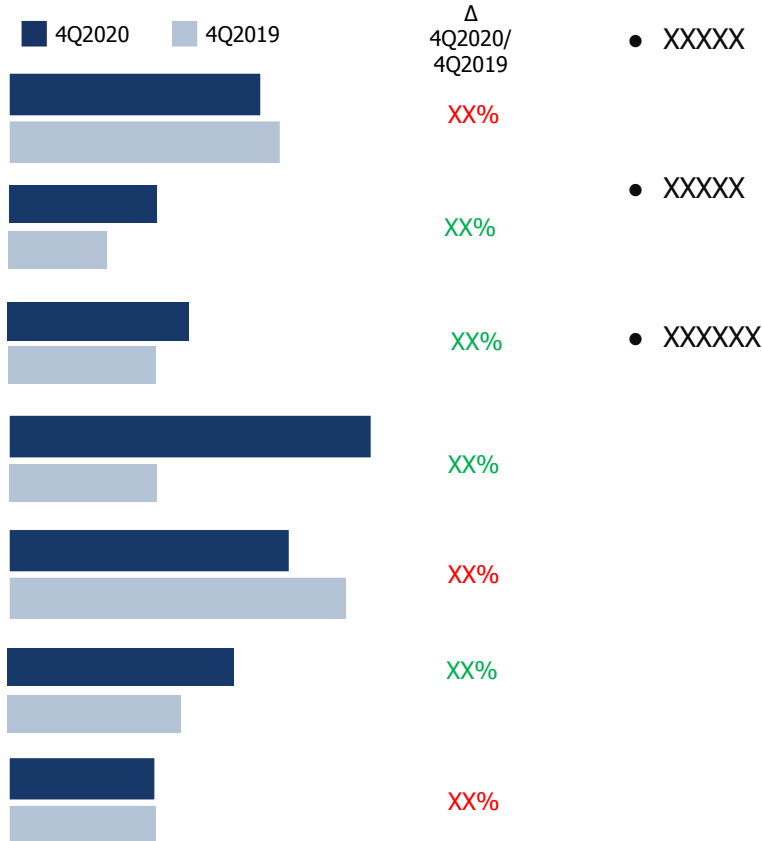


## Влияние reward-программ и токенизации на POS-оборот по карте

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



Мультипликатор влияния токенизации на POS-оборот по 1 карте



• XXXXX

• XXXXX

• XXXXX

• XXXXXX

Среднее\*



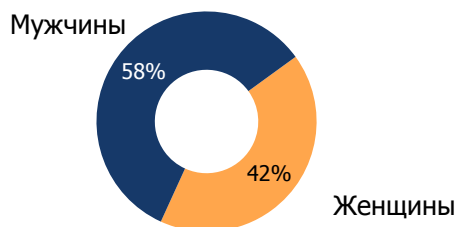
Статистика по активным дебетовым картам.  
Источник: Frank RG

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

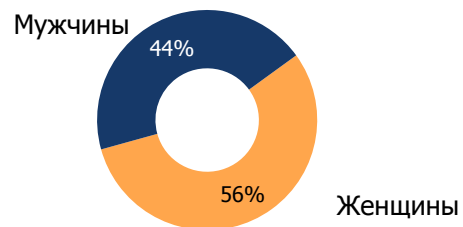
## Социально-демографические характеристики выборки (1/2)

### Распределение по полу

#### Участники опроса

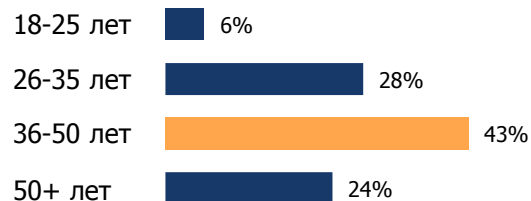


#### Генеральная выборка (Росстат)

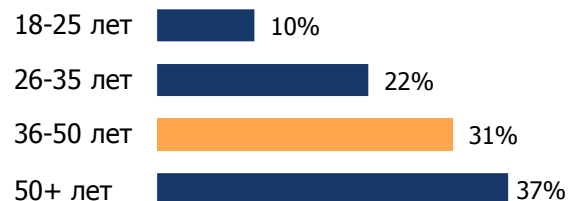


### Распределение по возрасту

#### Участники опроса

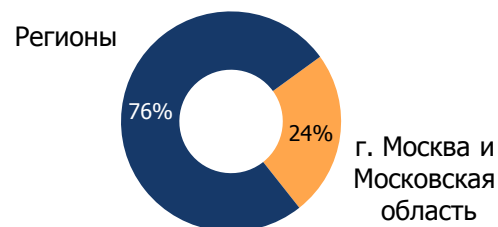


#### Генеральная выборка (Росстат)

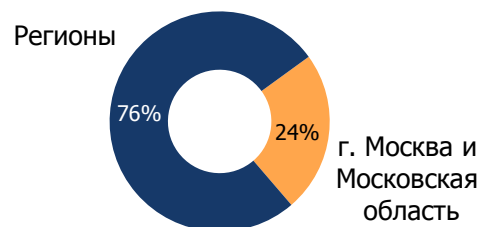


### Географическое распределение

#### Участники опроса



#### Генеральная выборка (ЦБ РФ)

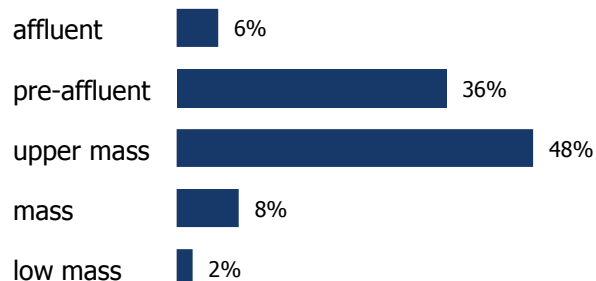


- В структуре клиентов карт с reward-программами преобладают мужчины. Однако смещение выборки не слишком значительно - доля мужчин по опросу составляет 58% против 44% по данным Росстата. Это связано со смещением выборки по возрастному распределению (из самой возрастной группы 50+, где преобладает женское 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.

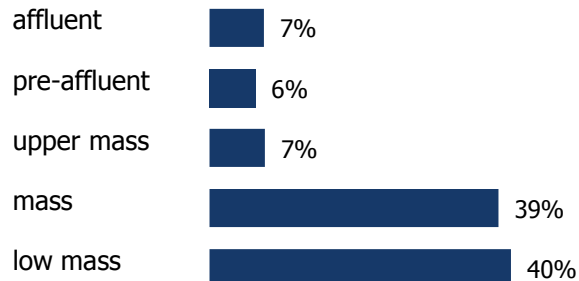
## Социально-демографические характеристики выборки (2/2)

### Распределение по уровню дохода

#### Участники опроса



#### Генеральная выборка (Росстат)



### Род занятий участников опроса

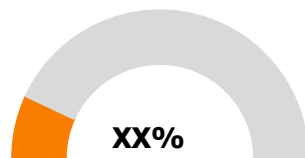


- В распределении клиентов по доходным стратам выборка исследования имеет значимые отклонения в сторону слабой представленности массовых и особенно массовых низкодоходных клиентов. С другой стороны, именно более высокодоходные клиенты составляют основу клиентской базы банков, формируя основной источник 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.

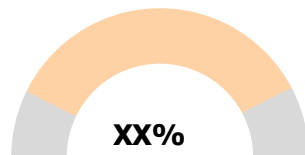


## Структура держателей дебетовых карт (1/2)

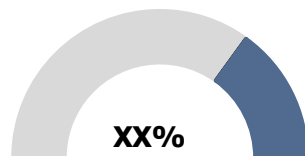
Держатели дебетовой карты  
только своего банка  
(моноклиенты)



Держатели дебетовой карты  
своего и чужого банка



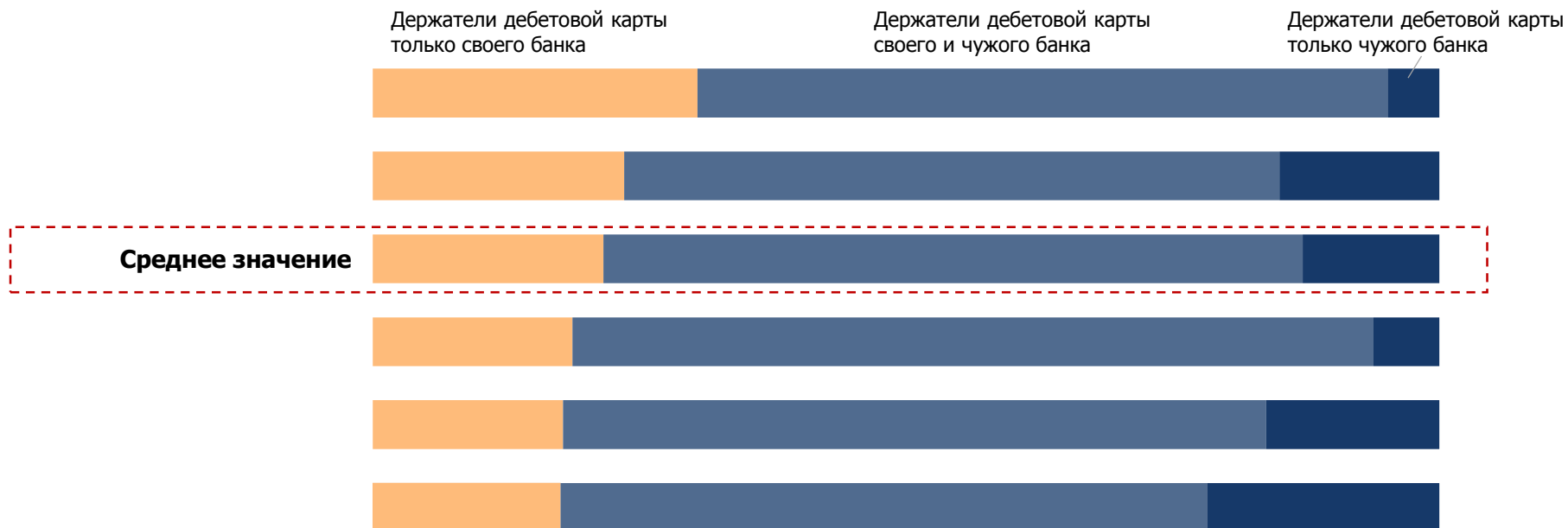
Держатели дебетовой карты  
только чужого банка



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей банковских дебетовых карт, 2021 г.

## Структура держателей дебетовых карт: анализ в разрезе банков (2/2)

Структура ответов держателей дебетовой карты банка, %

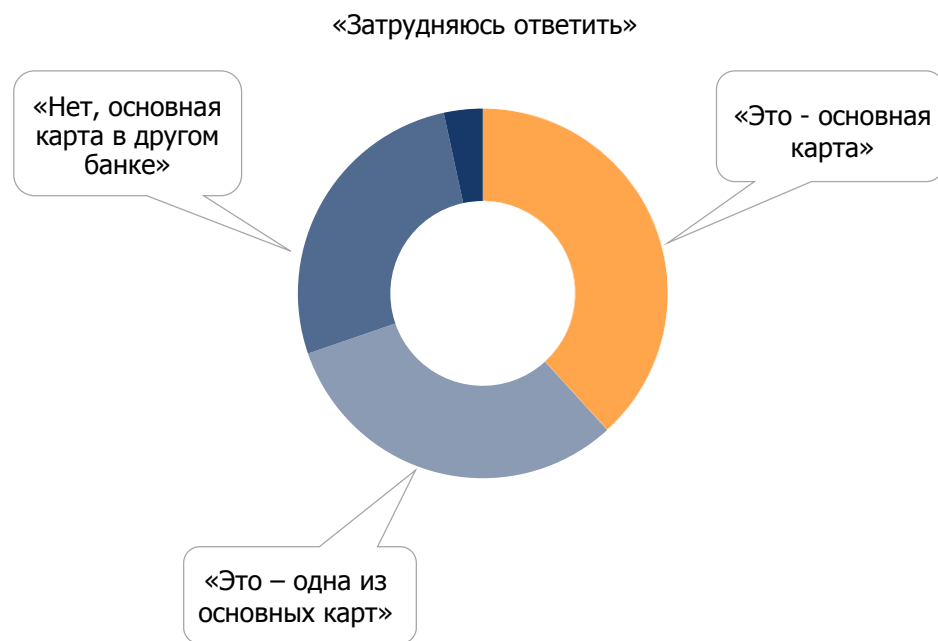


Источник: Frank RG

## XX% держателей дебетовых карт с reward-программами считают свою карту основной (1/2)

Держателям активных дебетовых карт с reward-программами задавали вопрос «Считаете ли вы свою дебетовую карту ... основной?».

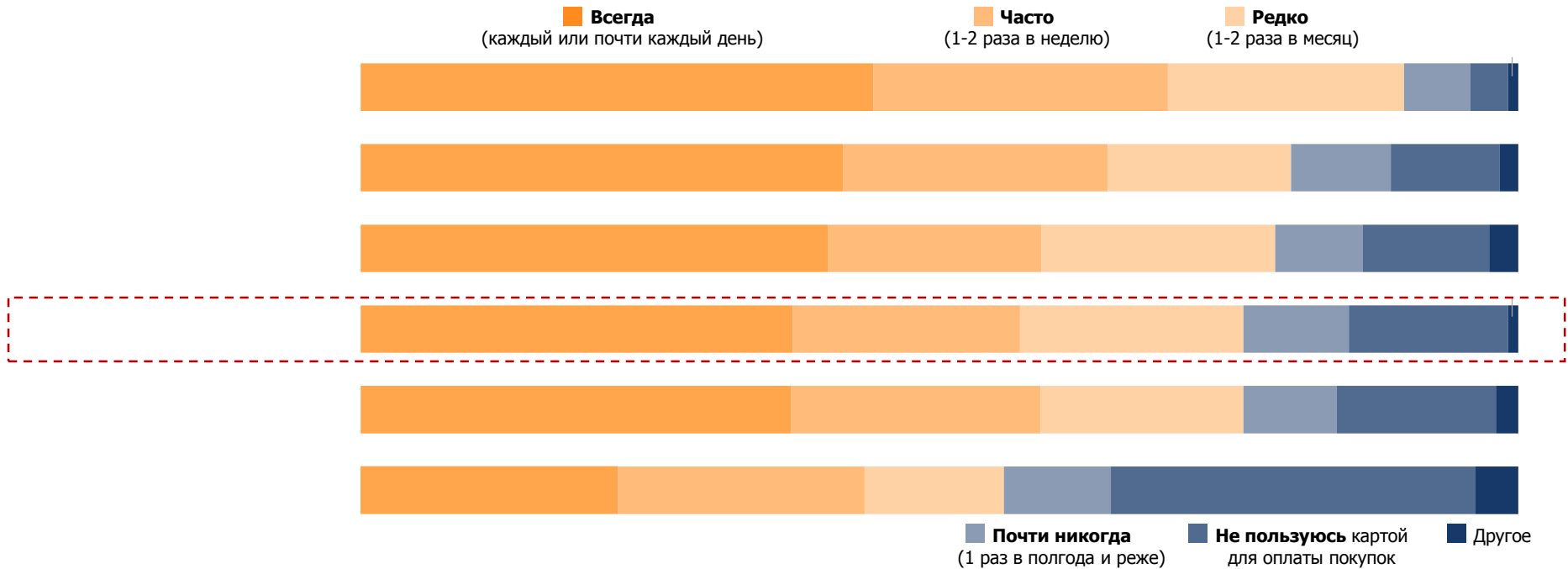
**Считаете ли вы дебетовую карту банка ... основной?**



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса

## Как часто вы оплачиваете покупки дебетовой картой?

Структура ответов держателей дебетовой карты банка, %



Источник: Frank RG

## Процент подключения к программе лояльности и удовлетворённость картой

Структура ответов держателей дебетовой карты банка, %

Подключение к reward-программам, %

Средняя удовлетворенность картой

Оценка по шкале от 1 до 10

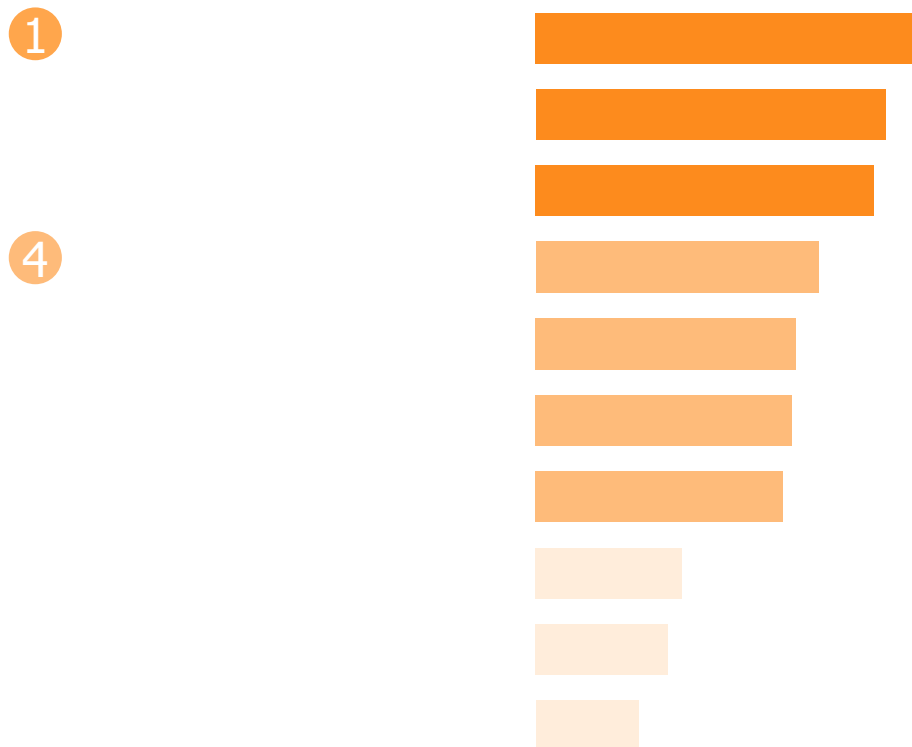


Источник: Frank RG

## Факторы выбора дебетовой карты с reward-программой

### Приоритетность критериев выбора дебетовой карты с reward-программой

Оценка важности по шкале от 1 до 10

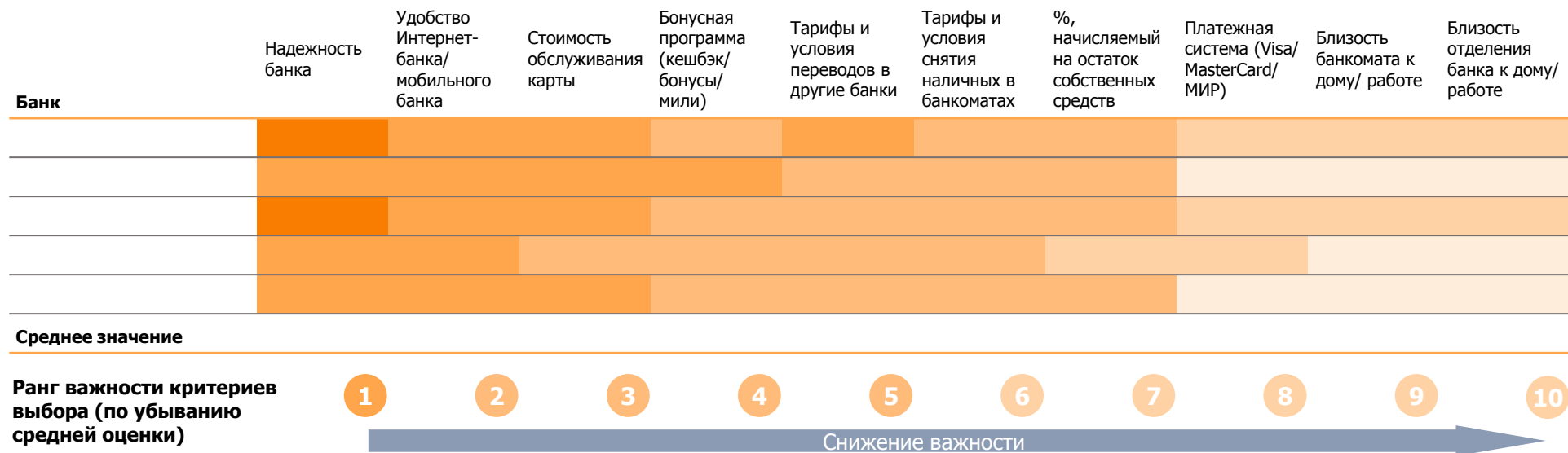


Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 2 000+ держателей банковских дебетовых карт, 2021 г.

## Факторы выбора дебетовой карты с reward-программой: критерии важности в разрезе банков (1/2)

### Критерии важности при выборе дебетовой карты

Оценка важности по шкале от 1 до 10







## Факторы выбора дебетовой карты: разрыв между важностью и удовлетворённостью (1/3)

Разрыв в оценках важности и удовлетворенности кредитными картами, баллов

Оценка важности по шкале от 1 до 10

| Банк | Надежность банка | Удобство онлайн-банка | Стоимость обслуживания карты | Бонусная программа (кешбэк/ бонусы/ мили) | Тарифы и условия снятия наличных | % на остаток собственных средств | Тарифы и условия переводов в другие банки | Близость банка/ банкомата к дому/ работе | Платежная система (Visa/ MCd/ МИР) |
|------|------------------|-----------------------|------------------------------|---|----------------------------------|----------------------------------|---|--|------------------------------------|
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |
|      |                  |                       |                              |   |                                  |                                  |   |  |                                    |

Источник: Frank RG

Ранг разрыва в оценках важности и удовлетворенности (по возрастанию)

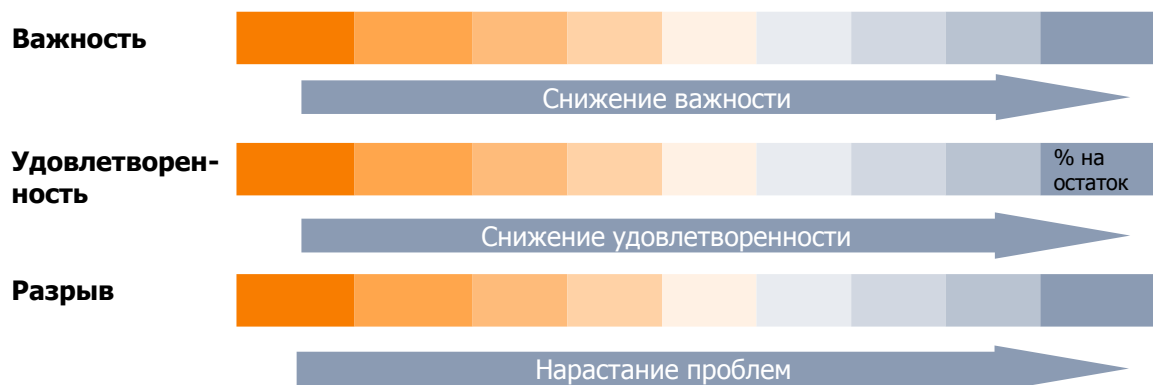


Столбцы в таблице располагаются по убыванию важности для клиента того или иного критерия. Существенное отличие номера столбца от ранга разрыва в оценках важности и удовлетворенности указывает на потенциальные точки роста продуктового предложения/ сегментирования клиентской базы.

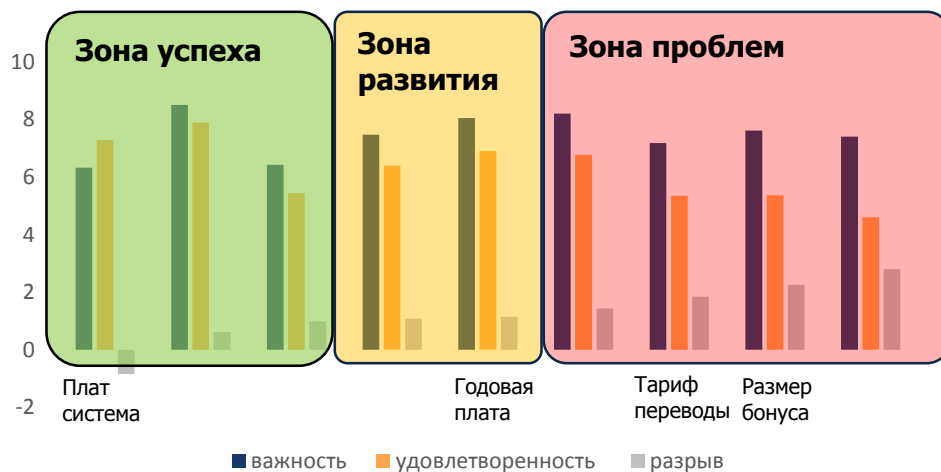
## Факторы выбора дебетовой карты: анализ разрывов между оценками уровня важности и удовлетворенности (3/3)

Усредненное ранжирование факторов выбора

Основные выводы:



Размер бонуса



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса

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

### % Рекомендующих карту

• ...



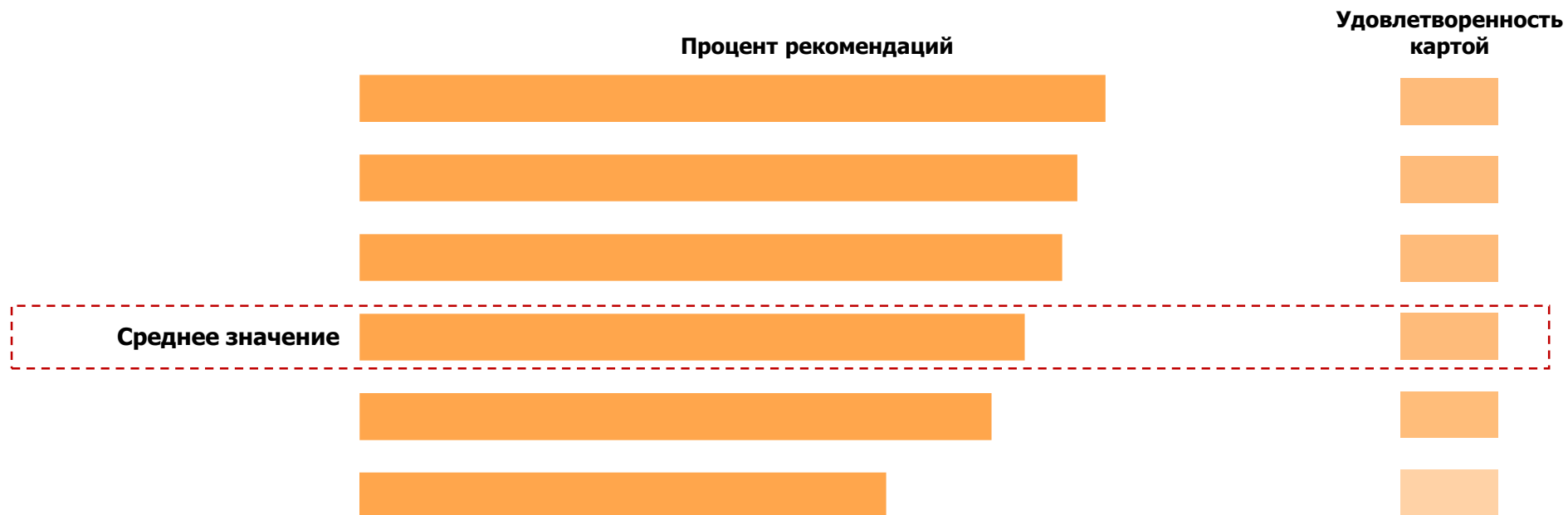
### Средний показатель удовлетворенности картой (CSI карты)



Источник: Frank RG

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

Структура ответов держателей дебетовой карты банка, %

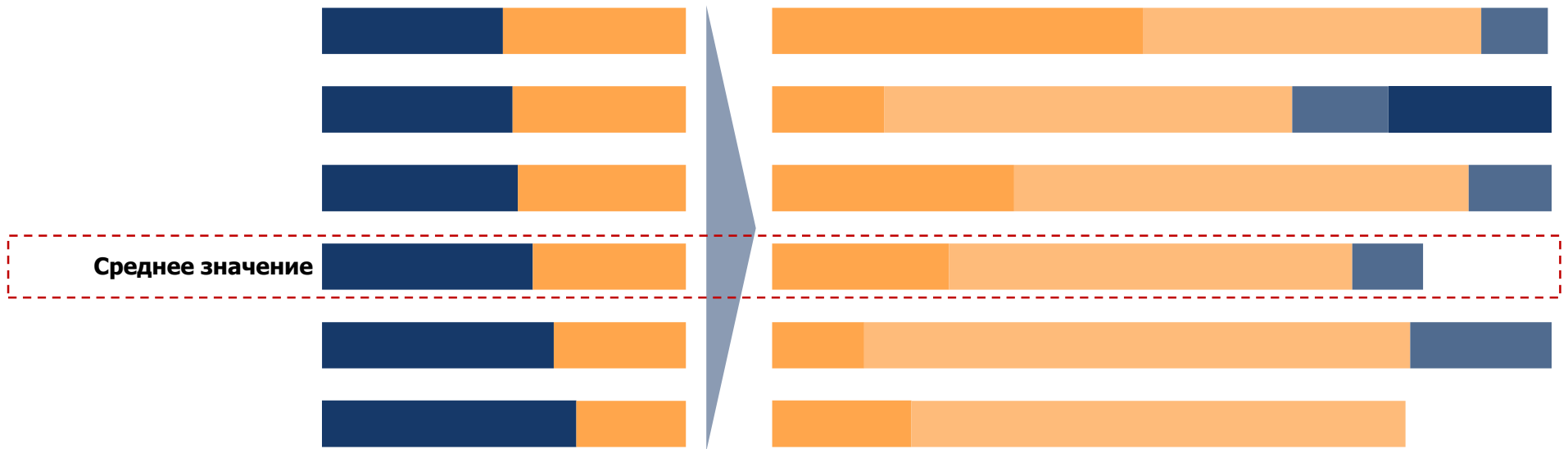


Источник: Frank RG

- ...

## Кросс-селл: XX держателей дебетовых карт с reward-программами имеют кредитные карты в том же банке

Проникновение держателей дебетовых карт в кредитные карты, %



Источник: Frank RG

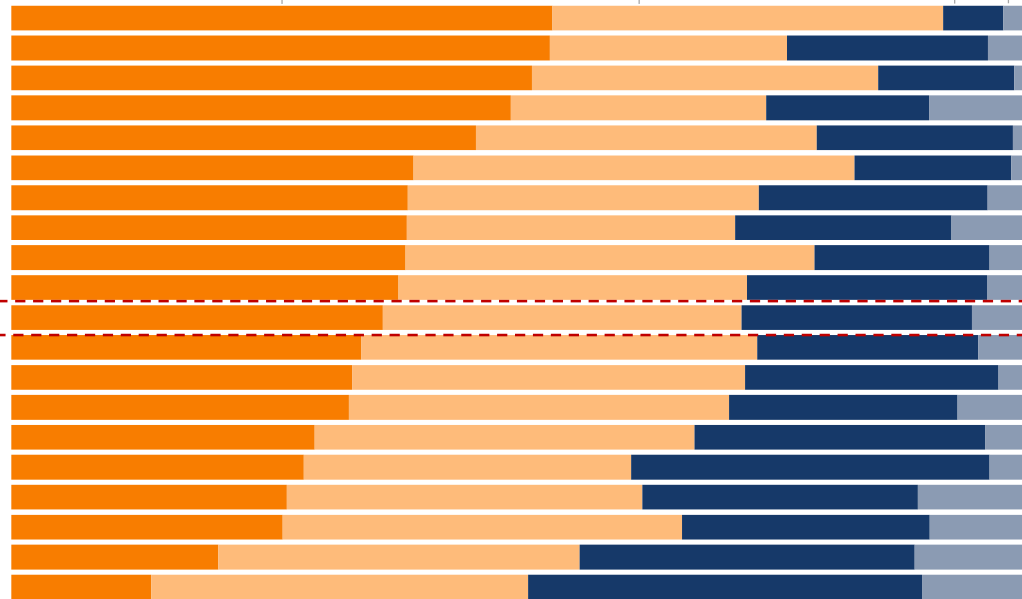
\*Округление долей происходит до целых, поэтому допускается погрешность в 1%

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

# Проникновение в онлайн-банк: частота и характер операций

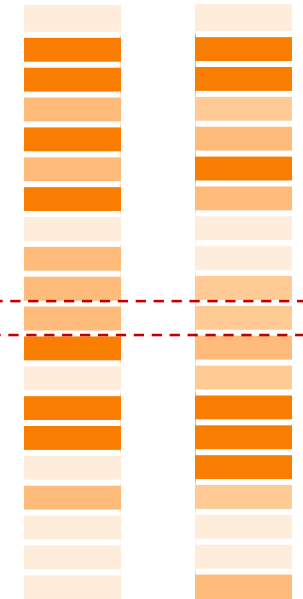
Частота пользования онлайн-банком

Постоянно (почти каждый день)      Часто (1-2 раза в неделю)      Иногда (1-2 раза в месяц)      Редко (реже 1 раза в месяц)



Цели пользования онлайн-банком, % ответов

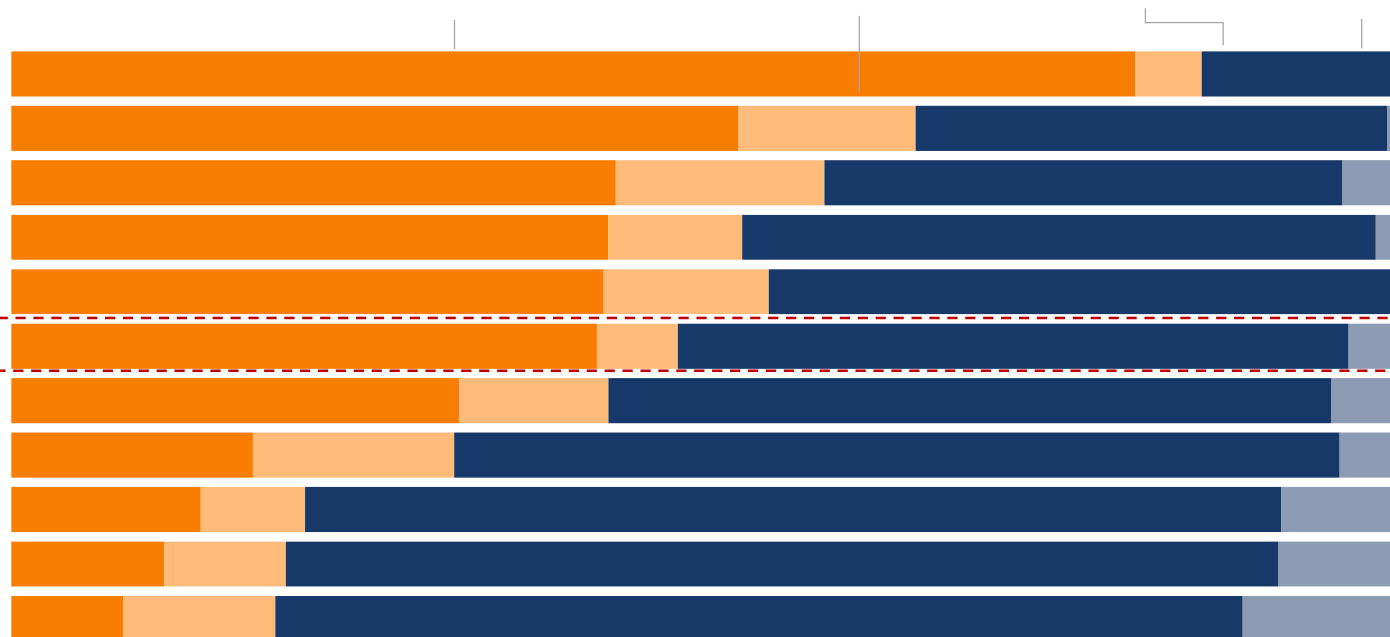
Активное проникновение (операции)      Проникновение операций и информационные цели



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

## XX% держателей дебетовых карт пользуются сервисами Pay

«Пользуетесь ли вы сервисом бесконтактной оплаты с телефона (напр., Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay) в банке [XXX]?  
Структура ответов держателей дебетовой карты банка, %»



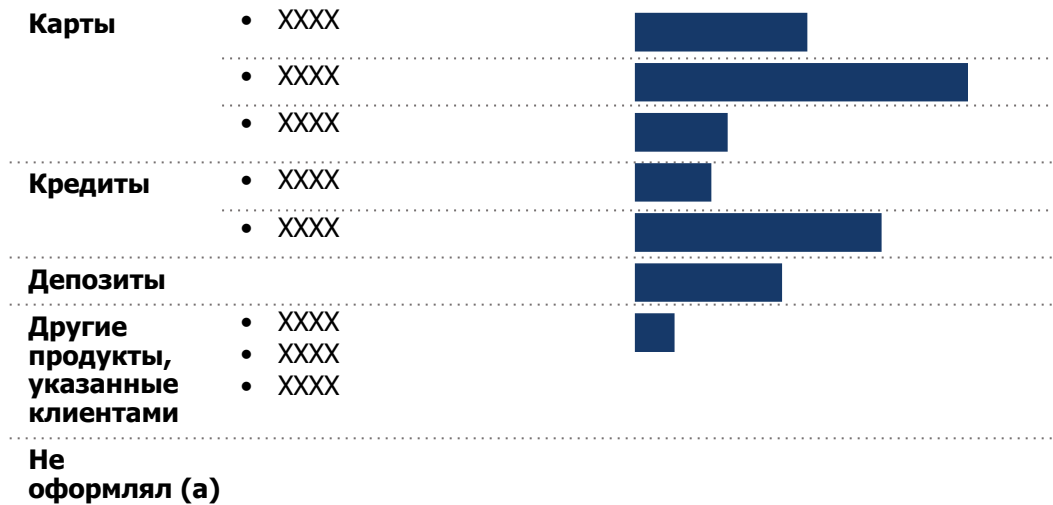
Источник: Frank RG

•

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

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

• ...



Среднее кол-во продуктов на 1 клиента в своем банке, оформленных за последние 2 года

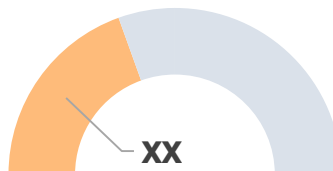


Источник: Frank RG



## Кросс-селл: оформление продуктов через онлайн-банк держателями дебетовых карт (1/2)

Продукты банка, оформляемые держателями дебетовых карт с reward-программами через онлайн-каналы, % от общего количества ответов

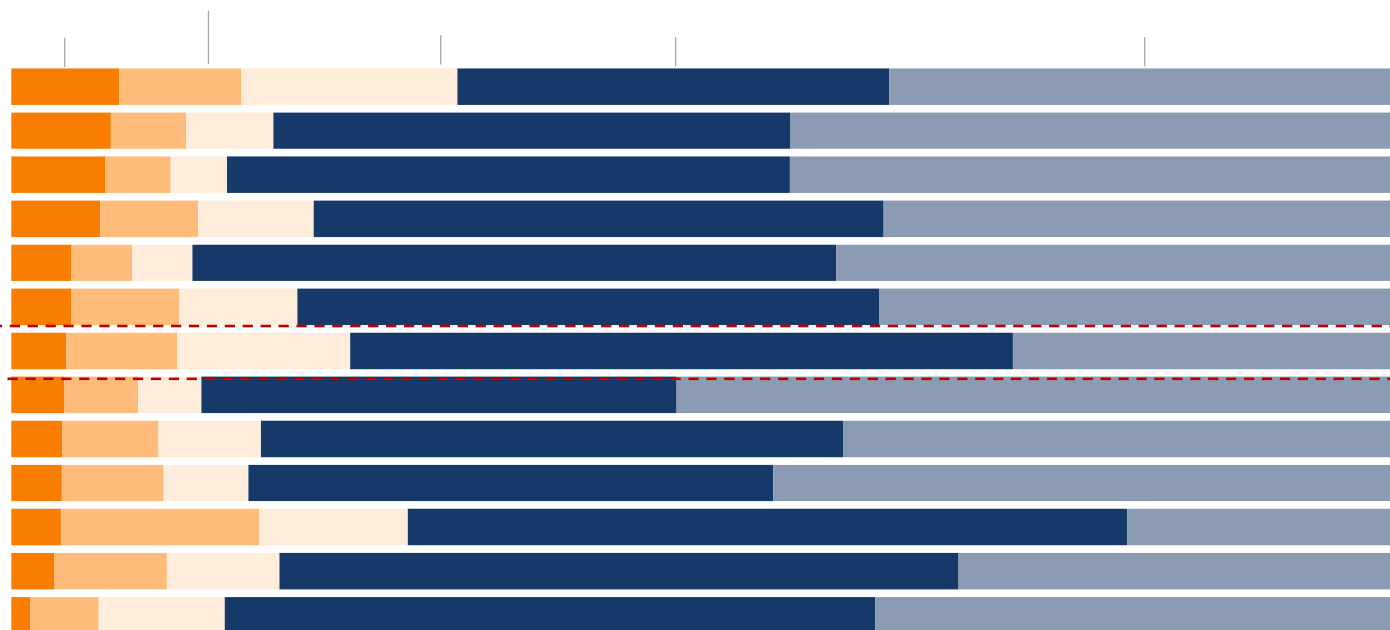


Среднее кол-во продуктов на 1 клиента в своем банке, оформленных за последние 2 года

Источник: Frank RG

## Виртуальная карта есть у XX% держателей дебетовых карт

Структура ответов держателей дебетовой карты банка, %



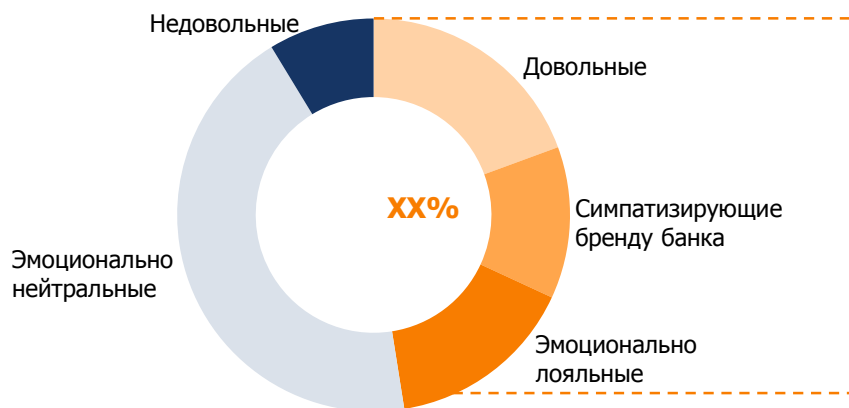
Источник: Frank RG

- ...
- ...

## Измерение клиентской лояльности держателей дебетовых карт (2/3)

Для измерения структуры клиентской базы с точки зрения лояльности респондентам предлагалось ответить на последовательные вопросы: G2 «Как вы воспринимаете банк?» и G3 «Представьте, что вам необходимо выбрать новую карту. Как вы будете выбирать банк?».

### Структура клиентской базы активных держателей дебетовых карт с reward-программами



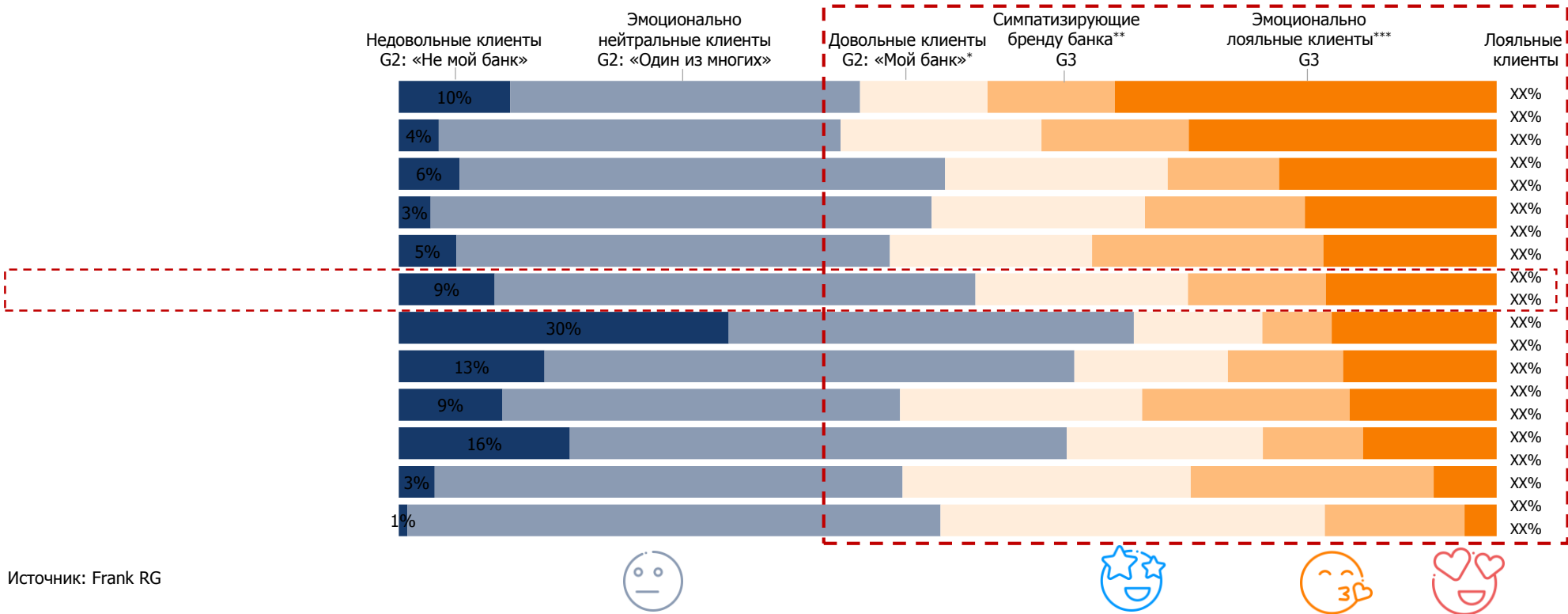
Источник: Frank RG

### Методология расчета

|                               | Вопрос   | Ответ  | Формула  |
|-------------------------------|--|--|--|
| <b>Недовольные клиенты</b>    | G2: «Как вы воспринимаете банк?»   | «Не мой банк» (Мне некомфортно с этим банком)  | В % к общему числу ответивших на G2 <b>[1]</b> |
| <b>Нейтральные клиенты</b>    |  | «Один из многих»   | В % к общему числу ответивших на G2 <b>[2]</b> |
| Лояльные клиенты, в т.ч.      | G3: «Представьте, что вам необходимо выбрать новую карту. Как вы будете выбирать банк?».<br>(отвечают только выбравшие ответ «Мой банк» на предыдущий вопрос G2) | «Мой банк» (Единственный / основной / один из основных)  | В % к общему числу ответивших на G2 <b>[3]</b> |
| <b>Довольные</b>              |  | -  | <b>= [3] - [4] - [5]</b>                       |
| <b>Симпатизирующие бренду</b> |  | «Открою в банке XXX, только если условия и тарифы у него такие же выгодные, как и у другого банка» | В % к общему числу ответивших на G2 <b>[4]</b> |
| <b>Эмоционально лояльные</b>  | «Открою в банке XXX, потому что я всегда им пользуюсь»   | В % к общему числу ответивших на G2 <b>[5]</b>   |  |

# Измерение клиентской лояльности: анализ в разрезе банков (3/3)

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



Источник: Frank RG

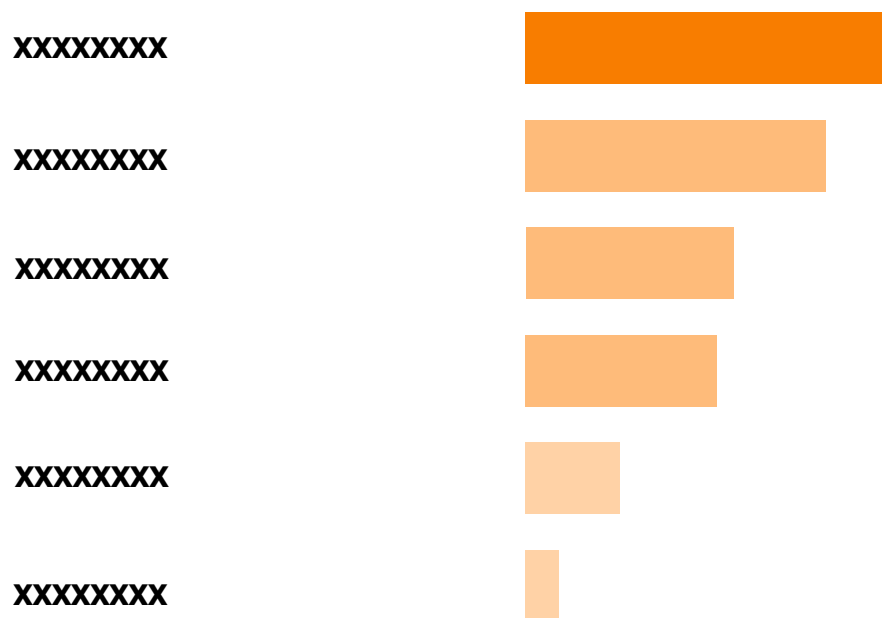


- ...
- ...
- ...

## Критерии выбора дебетовой карты с reward-программой (1/2)

Респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Представьте, что вы выбираете новую карту с бонусной/кэшбек программой. Что бы вы выбрали?», выбрав только один вариант ответа из списка.

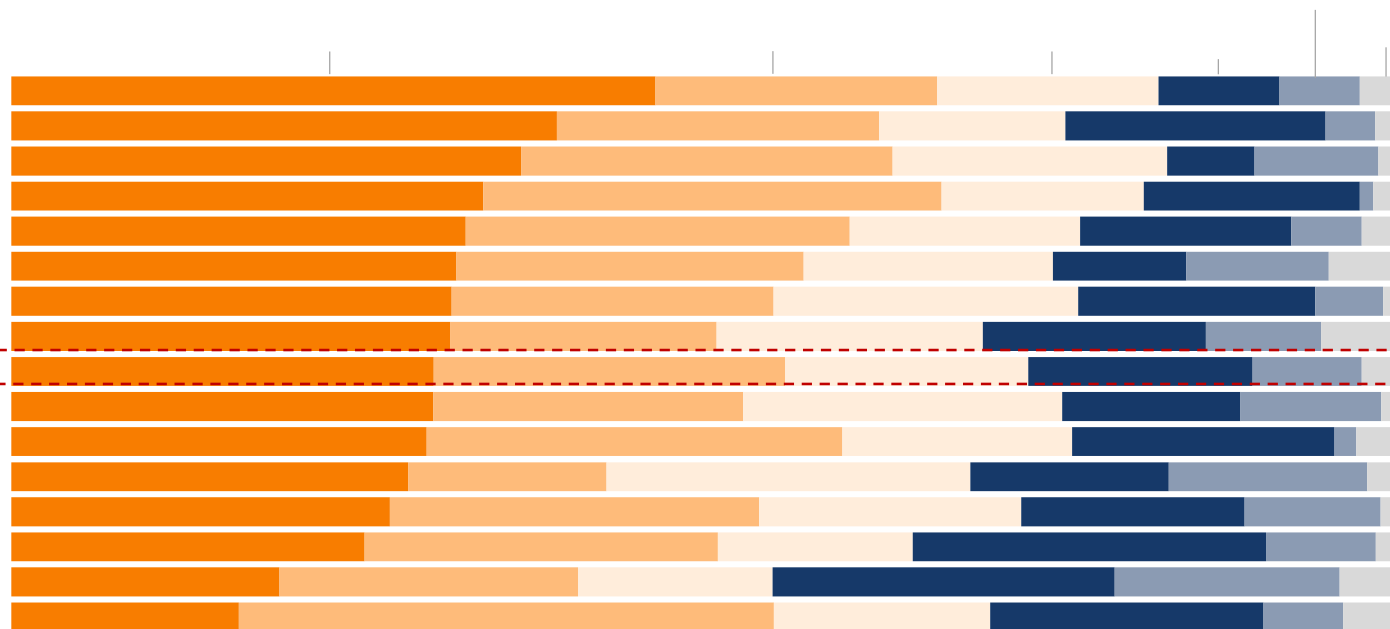
### Приоритетность критериев выбора дебетовой карты с reward-программой



Источник: Frank RG

## Критерии выбора дебетовой карты с reward-программой: анализ в разрезе банков (2/2)

«Представьте, что вы выбираете новую карту с бонусной/кэшбек программой. Что бы вы выбрали?»  
Структура ответов держателей кредитной карты банка, в % от общего количества упоминаний



Источник: Frank RG

- ...

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

## XXXXXX – основной тренд рынка дебетовых карт

### XXXXXX

- XXXXX
- XXXXX



XXXXXX

XXXXXX

**X/XX** XXXXXXXX

XXXXXX

### XXXXXX

#### Фокус в XXXXX

- XXXX
- XXXX
- XXXXX

XXXXXX

**X/XX** XXXXXXXX

Эксперты банков-участников исследования



## XXXX остаются основным каналом XXXX



1

XXXXXX  
XXXXXXX  
XXXXXXX



XXXXX

XXXXXX

Эксперты банков-участников исследования



2

XXXXXX  
XXXXXXX  
XXXXXXX



XXXXXX

XXXXXX

Эксперт банка-участника исследования



3

XXXXXX  
XXXXXXX  
XXXXXXX



XXXXXX

XXXXXX

Эксперты банков-участников исследования

## XXXX – один из основных источников привлечения новых клиентов

XXXX.....



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

xxxxx



xxxxx



xxxxx



xxxxxx

**Эксперты банков-участников исследования**

## Ключевые критерии при корректировке продуктовой линейки банками

Критерии корректировки условий продукта и продуктовой линейки



XXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX

XXXXX

Эксперты банков-участников исследования

## KPI управления портфелем дебетовых карт

Основные KPI дебетовых карт,  
в порядке убывания по количеству упоминаний

XXXXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXXXXXX

XXXXXX

XXXXXX

XXXXXXXXXX

XXXXXX

XXXXXX



XXXXXX

XXXXXX

XXXXXXXX

XXXXXXXX

XXXXXXXX

XXXXXXXX

Эксперты банков-участников исследования

# **10      Рейтинг дебетовых карт**

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

| Параметры   | Номинация  |
|---|--|
| <b>Главные номинации (интегральный рейтинг)</b>           |  |
| 1 Дебетовые карты с reward-программами (массовый сегмент) | Лучшая дебетовая карта для массовых клиентов                       |
| 2 Дебетовые карты с reward-программами (affluent сегмент) | Лучшая дебетовая карта для состоятельных клиентов                  |
| <b>Номинации по выгоде</b>                                |  |
| 3 Карты с кешбэк (массовый сегменте)                      | Самая выгодная дебетовая карта с кешбэк                            |
| 4 Карты с кешбэк (affluent сегмент)                       | Самая выгодная дебетовая карта с кешбэк для состоятельных клиентов |
| 5 Ко-бренды с ритейлерами                                 | Самая выгодная карта для ежедневных покупок                        |
| 6 Детские карты   | Самая выгодная детская карта                                       |
| 7 Карты для активной молодежной аудитории                 | Самая выгодная карта для молодежи                                  |
| 8 Карты для путешественников (affluent сегмент)           | Самая выгодная дебетовая карта для путешественников                |
| <b>Специальные номинации</b>                              |  |
| 9 Удобство ДБО  | Лучший мобильный банк для daily banking                            |

- Дебетовые карты анализируются на основании интегрального рейтинга, сочетающего в себе оценку тарифов и условий обслуживания, клиентского опыта, каналов ДБО и факторов надежности банка. Подробное описание методологии расчета интегрального рейтинга на следующих страницах раздела.
- В дополнительных номинациях сравнивалась чистая выгода клиента от владения дебетовой картой с reward-программой за 2 года по наиболее популярным / перспективным направлениям развития рынка кредитных карт с reward-программами: карты с кешбэк, карты для ежедневных покупок (ко-бренды с продуктовыми ритейлерами), детские и молодежные карты, карты для путешественников.
- В качестве специальной номинации сравнивался функционал мобильных приложений банков. Полный рейтинг и методология – в разделе 3.Digital Banking настоящего отчета.
- Методология рейтинга на следующих страницах настоящего раздела.

## Рейтинг дебетовых карт с reward-программами

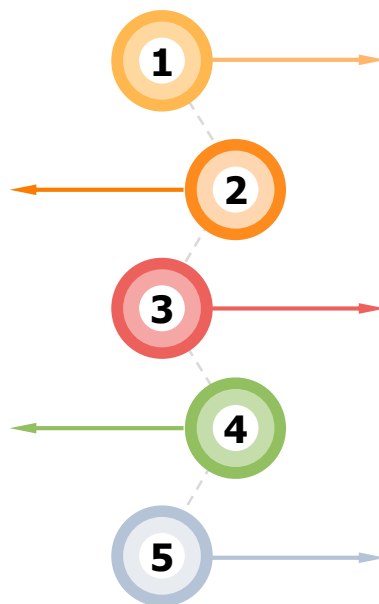
### Интегральный рейтинг

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 дебетовых карт. Получено и проанализировано свыше 9 000 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 дебетовых карт.

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

Банки-участники проанализированы по 5 основным группам:

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

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

### Дополнительные номинации

В дополнительных номинациях сравнивалась чистая выгода клиента от владения картой за 2 года по наиболее популярным / перспективным направлениям развития рынка дебетовых карт: карты с кешбэк, карты для путешественников, детские карты, карты для молодежи (молодых людей, ведущих активный образ жизни).

Также в качестве дополнительной номинации сравнивался функционал мобильных приложений банков.

## Основные параметры интегрального 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.

#### НАДЕЖНОСТЬ БАНКА

- Средний балл надежности банка исходя из оценок ведущих российских и международных рейтинговых агентств



## Интегральный рейтинг дебетовых карт в массовом сегменте

| №  | Банк   | Название карты | Чистая выгода<br>(XX%) | Условия программы<br>(XX%) | ДБО<br>(XX%) | Клиентский опыт<br>(XX%) | Надежность банка<br>(XX%) | Рейтинг<br>(100%) |
|----|--|----------------|------------------------|----------------------------|--------------|--------------------------|---------------------------|-------------------|
| 1  |  открытие<br>Банк | Opencard       | B                      | B                          | B            | A                        | A                         | 82,3%             |
| 2  |  | xxxxx          | B                      | B                          | B            | A                        | A                         | x                 |
| 3  |  | xxxxx          | A                      | C                          | B            | A                        | B                         | x                 |
| 4  |  | xxxxx          | B                      | B                          | C            | A                        | A                         | x                 |
| 5  |  | xxxxx          | D                      | A                          | B            | A                        | A                         | x                 |
| 6  |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |
| 7  |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            |                          | x                         | x                 |
| 8  |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |
| 9  |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |
| 10 |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |
| 11 |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |
| 12 |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |
| 13 |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            |                          | x                         | x                 |
| 14 |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |
| 15 |  | xxxxx          | x                      | x                          | x            | -                        | x                         | x                 |


## Интегральный рейтинг дебетовых карт в премиальном сегменте

| №  | Банк | Название карты | Доходность<br>(15%) | Условия программы<br>(25%) | ДБО<br>(25%) | Клиентский опыт<br>(10%) | Надежность банка<br>(20%) | Рейтинг<br>(100%) |
|----|------|----------------|---------------------|----------------------------|--------------|--------------------------|---------------------------|-------------------|
| 1  | XXXX | XXXX           | B                   | A                          | B            | A                        | A                         | XX,X%             |
| 2  | XXXX | XXXX           | A                   | B                          | B            | -                        | A                         | XX,X%             |
| 3  | XXXX | XXXX           | D                   | B                          | B            | A                        | A                         | XX,X%             |
| 4  | XXXX | XXXX           | D                   | B                          | B            | A                        | A                         | XX,X%             |
| 5  | XXXX | XXXX           | B                   | C                          | B            | C                        | B                         | XX,X%             |
| 6  | XXXX | XXXX           | C                   | B                          | A            | -                        | A                         | XX,X%             |
| 7  | XXXX | XXXX           | B                   | B                          | C            | B                        | A                         | XX,X%             |
| 8  | XXXX | XXXX           | C                   | B                          | A            | -                        | A                         | XX,X%             |
| 9  | XXXX | XXXX           | B                   | B                          | B            | -                        | B                         | XX,X%             |
| 10 | XXXX | XXXX           | C                   | A                          | C            | -                        | A                         | XX,X%             |
| 11 | XXXX | XXXX           | C                   | B                          | C            | -                        | A                         | XX,X%             |
| 12 | XXXX | XXXX           | C                   | C                          | C            | -                        | A                         | XX,X%             |
| 13 | XXXX | XXXX           | A                   | D                          | B            | -                        | A                         | XX,X%             |
| 14 | XXXX | XXXX           | C                   | C                          | C            | -                        | A                         | XX,X%             |

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

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по интегральному рейтингу (1/2)

### Лучшая дебетовая карта в массовом сегменте





1.  **открытие**  
Банк

**Opencard**

**Рейтинг:**  
**71,6%**




### ТОП-5 дебетовых карт в массовом сегменте

| № | Банк  | Название карты | Рейтинг |
|---|---|----------------|---------|
| 1 |  <b>открытие</b><br>Банк | Opencard       | 82,3%   |
| 2 |  <b>ВТБ</b>              | Мультикарта    | 80,0%   |
| 3 | <b>НЮМЕ CREDIT BANK</b>   | Польза         | 76,1%   |
| 4 |  <b>ГАЗПРОМБАНК</b>    | Умная карта    | 74,3%   |
| 5 |  <b>СБЕР БАНК</b>      | СберКарта      | 68,5%   |

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

### Лучшая дебетовая карта в премиальном сегменте

1.  **открытие**  
Банк

**Opencard**

**Рейтинг:**  
**71,8%**



### ТОП-5 дебетовых карт в премиальном сегменте

| № | Банк  | Название карты                                 | Рейтинг |
|---|---|--|---------|
| 1 |  <b>открытие</b><br>Банк | Opencard                                       | 71,8%   |
| 2 |  <b>Альфа Банк</b>       | Альфа-карта Premium                            | 67,3%   |
| 3 |  <b>ВТБ</b>            | Мультикарта Привилегия                         | 66,8%   |
| 4 |  <b>МТС БАНК</b>       | МТС Деньги Premium                             | 62,3%   |
| 5 |  <b>СБЕР БАНК</b>      | Карта с большими бонусами. Пакет «СберПремьер» | 61,6%   |

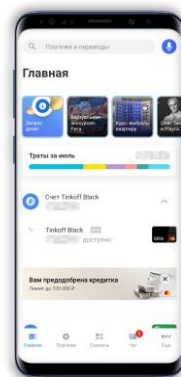
## Frank Cards & Rewards Award 2021. Специальные номинации

### 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%   |

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (1/6)

### Самая выгодная детская карта





# 1. Альфа Банк

Детская карта

Выгода:  
2,66%



#### ТОП-5 детских карт по выгоде\*

| № | Банк  | Название карты                         | Выгода |
|---|---|--|--------|
| 1 | <b>А</b> льфа Банк  | Детская карта                          | 2,66%  |
| 2 |  ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК<br>РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ | Молодежная карта                       | 2,59%  |
| 3 |  СБЕР БАНК                              | Молодежная карта (Больше, чем спасибо) | 2,43%  |
| 4 |  МТС БАНК                              | Деньги Weekend 14+                     | 2,43%  |
| 5 |  СОВКОМБАНК                            | Детская карта «Халвёнок»               | 1,39%  |

\* 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 14 тыс. руб. на профиле клиентских трат #52 «Студент».

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (2/6)

### Самая выгодная карта для молодежи

# 1. СБЕР БАНК

СберКарта

Выгода:  
3,60%



### ТОП-5 дебетовых карт по выгоде для молодежи\*

| № | Банк                    | Название карты          | Выгода |
|---|-------------------------|-------------------------|--------|
| 1 | СБЕР БАНК               | СберКарта               | 3,60%  |
| 2 | БКС БАНК                | Комфорт                 | 3,57%  |
| 3 | ПСБ                     | Твой плюс               | 3,26%  |
| 4 | HOME CREDIT BANK        | Польза                  | 3,19%  |
| 5 | БАНК<br>САНКТ-ПЕТЕРБУРГ | Visa Platinum Cash Back | 3,04%  |

\* 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 65 тыс. руб. на профиле клиентских трат #4 «Миллениал Mass Moscow».

Источник: Frank RG, 2021 г.



## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (3/6)

### Самая выгодная массовая дебетовая карта с кешбэком

**1.**  **БАНК  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

**Visa Cash Back**

**Выгода:  
2,13%**



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

| № | Банк  | Название карты | Выгода |
|---|---|----------------|--------|
| 1 |  БАНК<br>САНКТ-ПЕТЕРБУРГ | Visa Cash Back | 2,13%  |
| 2 |  МЕГАФОН                 | Максимум       | 2,05%  |
| 3 |  Тинькофф               | Tinkoff Black  | 1,95%  |
| 4 |  АТБ                   | Кэш-бэк карта  | 1,87%  |
| 5 |  Кредит ЕвропаБанк     | Card Plus      | 1,86%  |

\* 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 (4/6)

### Самая выгодная карта с кешбэком для состоятельных клиентов






#### 1. ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

**MC World BE**  
**«Каникулы»**

**Выгода:**  
**3,63%**



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

| № | Банк  | Название карты                            | Выгода |
|---|---|---|--------|
| 1 |  ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК<br>РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ | Mastercard World Black Edition «Каникулы» | 3,63%  |
| 2 |  СМП БАНК                                | MIR Supreme                               | 3,38%  |
| 3 |  БАНК<br>САНКТ-ПЕТЕРБУРГ                | Visa Platinum Cash Back                   | 3,33%  |
| 4 |  Тинькофф                              | Tinkoff Black (Tinkoff Pro)               | 2,89%  |
| 5 |  ЮниКредит Банк                        | Пакет Extra                               | 2,67%  |

\* 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».

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (5/6)

### Самая выгодная карта для ежедневных покупок


1.  **ВТБ**

**ВТБ-Магнит**

**Выгода:**  
**2,97%**



### ТОП-5 дебетовых кобрендовых карт для ежедневных покупок по выгоде\*

| № | Банк  | Название карты    | Выгода |
|---|---|-------------------|--------|
| 1 |  <b>ВТБ</b>          | ВТБ-Магнит        | 2,97%  |
| 2 |  Тинькофф            | Азбука Вкуса      | 2,44%  |
| 3 |  Тинькофф           | Магнит            | 2,38%  |
| 4 |  Тинькофф          | Перекресток       | 1,73%  |
| 5 |  <b>Альфа Банк</b> | Карта «Пятёрочка» | 1,54%  |

\* 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 20 тыс. руб. на профиле клиентских трат #5 «Базовый Mass Regions».

Источник: Frank RG, 2021 г.

## Frank Cards & Rewards Award 2021. Номинации по выгоде для клиентов (6/6)

### Самая выгодная дебетовая карта для путешествий

# 1. ЮниКредит Банк

Пакет Prime

Выгода:  
6,11%



ТОП-5 дебетовых карт для путешествий по выгоде\*

| № | Банк           | Название карты                       | Выгода |
|---|----------------|--------------------------------------|--------|
| 1 | ЮниКредит Банк | Пакет Prime (Без границ)             | 6,11%  |
| 2 | Альфа Банк     | AlfaTravel Premium                   | 5,86%  |
| 3 | ГАЗПРОМБАНК    | Visa Infinite (Газпромбанк – Travel) | 5,74%  |
| 4 | СБЕР БАНК      | Сберкарта Тревел                     | 4,14%  |
| 5 | открытие Банк  | OpenCard Travel. Статус Плюс         | 4,09%  |
























\* 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.

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

## Выгода. Дебетовые карты. Cashback. Сегмент Mass Moscow

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


























| №   | Банк | Название программы | Выгода  | №   | Банк | Название программы | Выгода  |
|-----|------|--------------------|---|-----|------|--------------------|---|
| 1.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 13. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 2.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 14. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 3.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 15. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 4.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 16. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 5.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 17. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 6.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 18. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 7.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 19. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 8.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 20. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 9.  | XXXX | XXXX               | XX%  | 21. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 10. | XXXX | XXXX               | XX%  | 22. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 11. | XXXX | XXXX               | XX%  | 23. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 12. | XXXX | XXXX               | XX%  |     |      |                    |   |

Источник: Frank RG, 2021 г.

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

## Выгода. Дебетовые карты. Cashback. Сегмент Affluent Regions

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




























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

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «31-Affluent Regions».

## Выгода. Дебетовые карты. Универсальные карты «Travel». Сегмент Affluent Moscow

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

| №   | Банк | Название программы | Выгода  | №   | Банк | Название программы | Выгода   |
|-----|------|--------------------|---|-----|------|--------------------|--|
| 1.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 15. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 2.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 16. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 3.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 17. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 4.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 18. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 5.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 19. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 6.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 20. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 7.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 21. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 8.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 22. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 9.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 23. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 10. | XXXX | XXXX               | XX%    | 24. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 11. | XXXX | XXXX               | XX%    | 25. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 12. | XXXX | XXXX               | XX%    | 26. | XXXX | XXXX               | XX%   |
| 13. | XXXX | XXXX               | XX%   | 27. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 14. | XXXX | XXXX               | XX%  |     |      |                    |  |

Источник: Frank RG, 2021 г.

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



## Выгода. Дебетовые карты. Карты «Travel» (кобренды). Сегмент Affluent Regions

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















| №   | Банк | Название программы | Выгода | №   | Банк | Название программы | Выгода |
|-----|------|--------------------|--------|-----|------|--------------------|--------|
| 1.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 18. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 2.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 19. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 3.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 20. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 4.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 21. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 5.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 22. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 6.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 23. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 7.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 24. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 8.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 25. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 9.  | XXXX | XXXX               | XX%    | 26. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 10. | XXXX | XXXX               | XX%    | 27. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 11. | XXXX | XXXX               | XX%    | 28. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 12. | XXXX | XXXX               | XX%    | 29. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 13. | XXXX | XXXX               | XX%    | 30. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 14. | XXXX | XXXX               | XX%    | 31. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 15. | XXXX | XXXX               | XX%    | 32. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 16. | XXXX | XXXX               | XX%    | 33. | XXXX | XXXX               | XX%    |
| 17. | XXXX | XXXX               | XX%    |     |      |                    |        |

Источник: Frank RG, 2021 г.

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

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

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








| №  | Банк | Название программы | Выгода  | №   | Банк | Название программы | Выгода  |
|----|------|--------------------|---|-----|------|--------------------|---|
| 1. | XXXX | XXXX               | XX%  | 8.  | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 2. | XXXX | XXXX               | XX%  | 9.  | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 3. | XXXX | XXXX               | XX%  | 10. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 4. | XXXX | XXXX               | XX%  | 11. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 5. | XXXX | XXXX               | XX%  | 12. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 6. | XXXX | XXXX               | XX%  | 13. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 7. | XXXX | XXXX               | XX%  | 14. | XXXX | XXXX               | XX%  |

Источник: Frank RG, 2021 г.

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

## Выгода. Дебетовые карты. Карты для автолюбителей. Сегмент Mass Moscow

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








| №  | Банк | Название программы | Выгода  | №  | Банк | Название программы | Выгода  |
|----|------|--------------------|---|----|------|--------------------|---|
| 1. | XXXX | XXXX               | XX%  | 5. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 2. | XXXX | XXXX               | XX%  | 6. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 3. | XXXX | XXXX               | XX%  | 7. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 4. | XXXX | XXXX               | XX%  |    |      |                    |   |

Источник: Frank RG, 2021 г.

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

## Выгода. Дебетовые карты. Карты для геймеров. Сегмент Affluent Moscow

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














| №  | Банк | Название программы | Выгода  | №  | Банк | Название программы | Выгода  |
|----|------|--------------------|---|----|------|--------------------|---|
| 1. | XXXX | XXXX               | XX%  | 5. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 2. | XXXX | XXXX               | XX%  | 6. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 3. | XXXX | XXXX               | XX%  | 7. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 4. | XXXX | XXXX               | XX%  | 8. |      |                    |   |

Источник: Frank RG, 2021 г.

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

## Выгода. Дебетовые карты. Детские карты

Таблица. Выгода по дебетовым картам для детей в сегменте Студент, % от трат\*

| №  | Банк | Название программы | Выгода  | №   | Банк | Название программы | Выгода  |
|----|------|--------------------|---|-----|------|--------------------|---|
| 1. | XXXX | XXXX               | XX%  | 8.  | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 2. | XXXX | XXXX               | XX%  | 9.  | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 3. | XXXX | XXXX               | XX%  | 10. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 4. | XXXX | XXXX               | XX%  | 11. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 5. | XXXX | XXXX               | XX%  | 12. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 6. | XXXX | XXXX               | XX%  | 13. | XXXX | XXXX               | XX%  |
| 7. | XXXX | XXXX               | XX%  |     |      |                    |   |

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «52-Студент».

## Выгода. Дебетовые карты. Карты для молодежи. Сегмент Mass Moscow (1/2)

Таблица. Выгода по дебетовым картам для молодежной аудитории в сегменте Mass Moscow, % от трат\*

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

Источник: Frank RG, 2021 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «4-Миллениал Mass Moscow».

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

## 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.

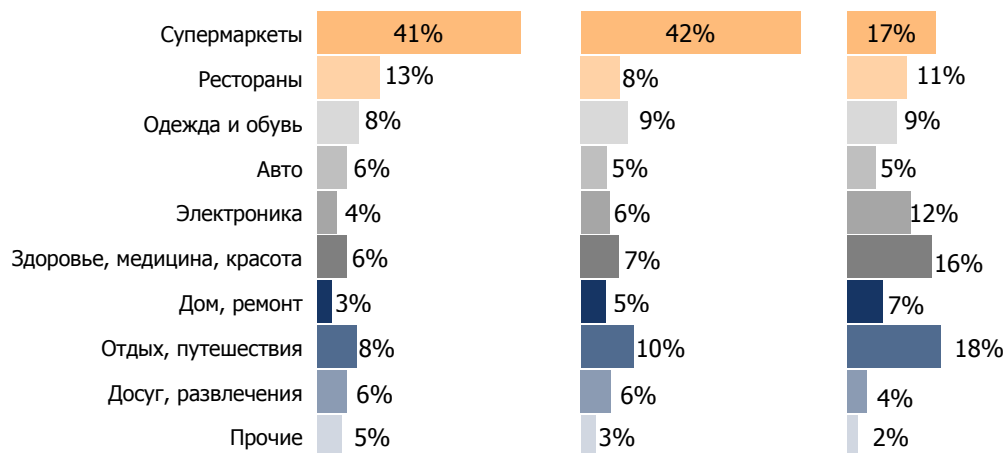
В целях уменьшения влияния случайных факторов, расчеты для разных reward-программ, по возможности, выполнялись для схожих позиций или категорий товаров.

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

Основные параметры профилей клиентов, определенные Frank RG для целей исследования

| Профиль<br>Сегмент<br>Регион | 1. Базовый<br>Mass<br>Москва ... | 5. Базовый<br>Mass<br>Регионы ... | 45. Wellness<br>Affluent<br>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)