FRANK RG

Мониторинг банковских reward-программ в России

—

Итоги I квартала 2023

DEMO

Апрель 2023

FRANK RG

Содержание

Приветствие проектной команды

Об исследовании

1. Основные тенденции рынка [1]

2. Обзор изменений [2]

3. Акции по картам [3]

4. Case study: обзор новых карт [4]

4.1 Обзор карты … [4.1]

5. Сравнительная выгода по кредитным картам с reward-программами [5]

6. Сравнительная выгода по дебетовым картам с reward-программами [6]

Приложения

Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

Представляем отчет за 1 квартал 2023 г. по рынку банковских карт с программами вознаграждений «Мониторинг банковских reward-программ в России».

Структурные изменения в экономике, регуляторные изменения карточных расчетов, а также изменения взаимоотношений с платежными системами и партнерами ставят перед банками сложные задачи быстрого реагирования на изменения, оптимизации линейки и сокращения расходов, не ухудшая при этом клиентский опыт. В 1 квартале 2023 банки продолжили активные корректировки программ лояльности карт, изменяя размеры бонусных начислений, стоимость обслуживания, а также проценты на остаток собственных средств по счетам и картам.

Данный отчет содержит оперативную информацию о новых трендах, карточных продуктах, изменениях условий программ, акциях по картам, а также расчет средней выгоды и рэнкинг банковских карт с reward-программами.

Его цель – дать банкам возможность ежеквартально отслеживать изменения рынка, а также предоставить актуальный инструмент сравнения программ на основе единой методологии (Калькулятор выгоды), упростить процесс моделирования новых условий программ.

Будем признательны за ваши комментарии, вопросы и запросы по развитию данного исследования.

Желаем удачи и достижения новых уровней клиентской лояльности.

С уважением,

Команда Cards Frank RG

Анна Стогниенко
Старший проектный лидер
stognienko@frankrg.com

Анастасия Шишкина
Старший аналитик
shishkina@frankrg.com

Дарья Богдашкина
Ведущий аналитик
bogdashkina@frankrg.com

Яна Хромова
Аналитик
khromova@frankrg.com

Мадина Богиева
Ассистент аналитика
bogieva@frankrg.com

Наталия Сажинова
Ассистент аналитика
sazhinova@frankrg.com

Дарья Петракова
Младший аналитик
petrakova@frankrg.com

Наталья Беляева
Ассистент аналитика
belyaeva@frankrg.com

FRGREW1Q2023

Об исследовании

Цели и методика исследования (1/2)

Цели и задачи исследования:

- Определить основные тенденции развития практики управления reward-программами;
- Описать основные изменения с момента проведения предыдущего исследования (4 квартал 2022 г.);
- Сравнить уровень клиентской выгоды и условия по карточным программам вознаграждений.

Сроки проведения исследования: январь – март 2023 г.

Объекты исследования: reward-программы крупнейших банков по портфелю кредитных карт на 01.09.2022 по данным Frank RG, а также других банков и нефинансовых участников исследования.

Проанализировано **609** карт, на которых реализованы **148** программ вознаграждений **32** участников рынка, доля которых составляет свыше **93%** рынка дебетовых карт и около **99%** рынка кредитных карт.

Составлен каталог программ с количественными и качественными параметрами reward-программ – более 200 ключевых параметров.

На основании расчетной модели «Калькулятор выгоды» проведено сравнение программ вознаграждений банков по критерию выгодности для клиента.

Источники исследования: открытые данные участников исследования (официальные сайты, колл-центры).

FRGREW1Q2023

Цели и методика исследования (2/2)

Ограничения методики:

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

FRGREW1Q2023

Участники исследования

Анализ продуктового предложения проводился на основании каталога 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, IT, e-commerce), предлагающих клиентам собственные программы лояльности на основе банковских карт.

Каталог включает следующие банки / reward-программы:

ТОП-20 банков на рынке кредитных карт*

1. СберБанк
2. Тинькофф Банк
3. Альфа-Банк
4. ВТБ
5. Совкомбанк
6. МТС Банк
7. Почта Банк
8. Банк Хоум Кредит
9. Банк Русский Стандарт
10. ОТП Банк
11. Райффайзен Банк
12. ФК Открытие
13. Газпромбанк
14. Росбанк
15. Ренессанс Кредит
16. Кредит Европа Банк
17. Банк УРАЛСИБ
18. Россельхозбанк
19. АТБ

Прочие банки

20. Промсвязьбанк
21. ЮниКредит Банк
22. Московский Кредитный банк
23. УБРиР
24. Авангард
25. Банк Санкт-Петербург
26. СМП Банк
27. Банк АК Барс
28. Банк Зенит
29. ВБРР
30. ДОМ.РФ
31. БКС Банк

Небанковские reward-программы

32. Юmoney

* Источник: Frank RG, Мониторинг объемов рынка банковской розницы, 01.04.2022

FRGREW1Q2023

1 Основные тренды рынка

Основные тенденции развития рынка reward-программ в 1 квартале 2023 г. (X/X)

Корректировка …

Несмотря на …, банки продолжают …

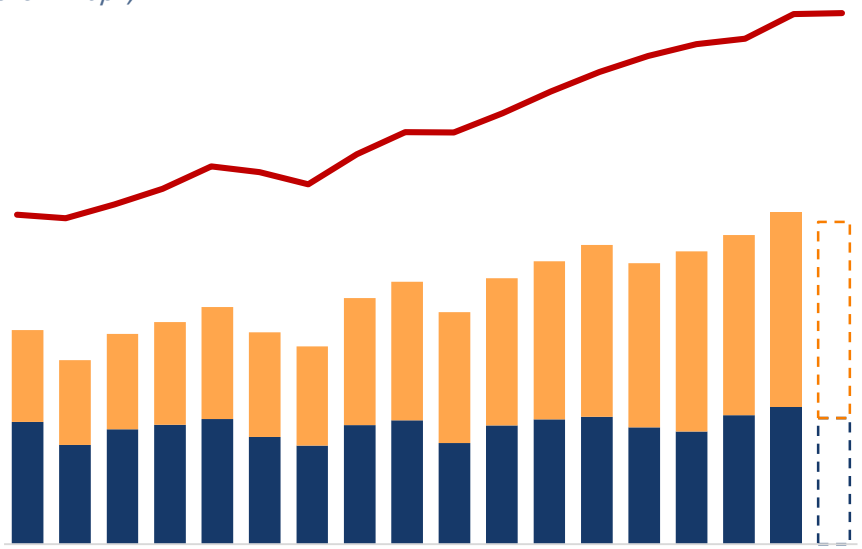
Банки ведут …

- **Сокращение …**

  Банки продолжают …
  - После … прекратил выдачу …
  - … прекращает действие. партнерской программы …
  - … пакет услуг ….
- **Продолжение …**
  - … дополнили линейки новыми картами Mir Supreme в 1 квартале;
  - Банки постепенно переводят отдельные продукты …

Обороты … , млрд руб. **и число … карт,** млн ед.

Число … карт, млн шт.



… картам, млрд руб.

Источник: XX XX

FRGREW1Q2023

Основные тенденции развития рынка reward-программ в 1 квартале 2023 г. (X/X)

Повышение привлекательности условий действующих линеек для …

- **Корректировка условий и …**
  - **…** – единственный банк, который повысил процент, начисляемый на …
  - Флагманская кредитная карта …
  - Банки улучшают условия по картам …
  - Стремясь повысить …
- **Появление новых …**
  - …
  - …
  - …

Привлечение новых клиентов с помощью …

- **В 1 квартале банки сосредоточились на …**
  - …

Новые …

  - Банки …

FRGREW1Q2023

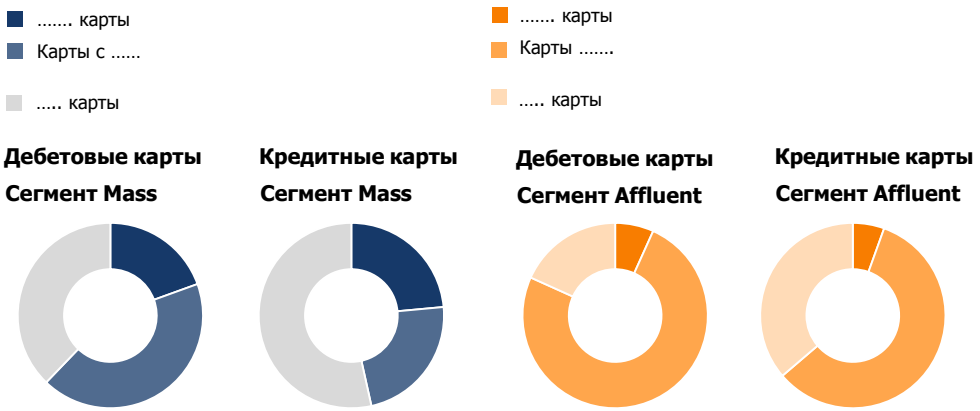
Основные индикаторы рынка reward-программ

- В течение 1 квартала 2023 средняя выгода …
- В исследуемом периоде средний размер ограничений …
- Средняя стоимость обслуживания …:
  - В дебетовых картах …
  - В кредитных картах …
  - Премиальный сегмент …
- В структуре рынка с точки зрения платности карт …:
  - По дебетовым картам …
  - Доля платных кредитных карт …

Основные индикаторы рынка банковских reward-программ, 1 квартал 2023

Показатели		…		…. сегмент	
		1Q2023	Δ к 4Q2022*	1Q2023	Δ к 4Q2022*
Средний лимит начисления вознаграждения (cap rate), руб./мес.		XX,XX	+XX	XX,XX	-XX
Средняя выгода, % от трат		XX,X%	XX п.п.	XX,X%	XX п.п.
Средняя стоимость обслуживания, руб. в год	ДК	XX,XX	XX,XX	XX,XX	XX,XX
	КК	XX,XX	XX,XX	XX,XX	XX,XX

Распределение карт по условиям платности обслуживания, 1 квартал 2023



Источник: Frank RG

* На 31.03.2023 г. по отношению к предыдущей оценке рынка на 31.12.2022 г. в рамках «Мониторинга банковских карт с reward-программами»

FRGREW1Q2023

Основные характеристики рынка reward-программ: структура рынка

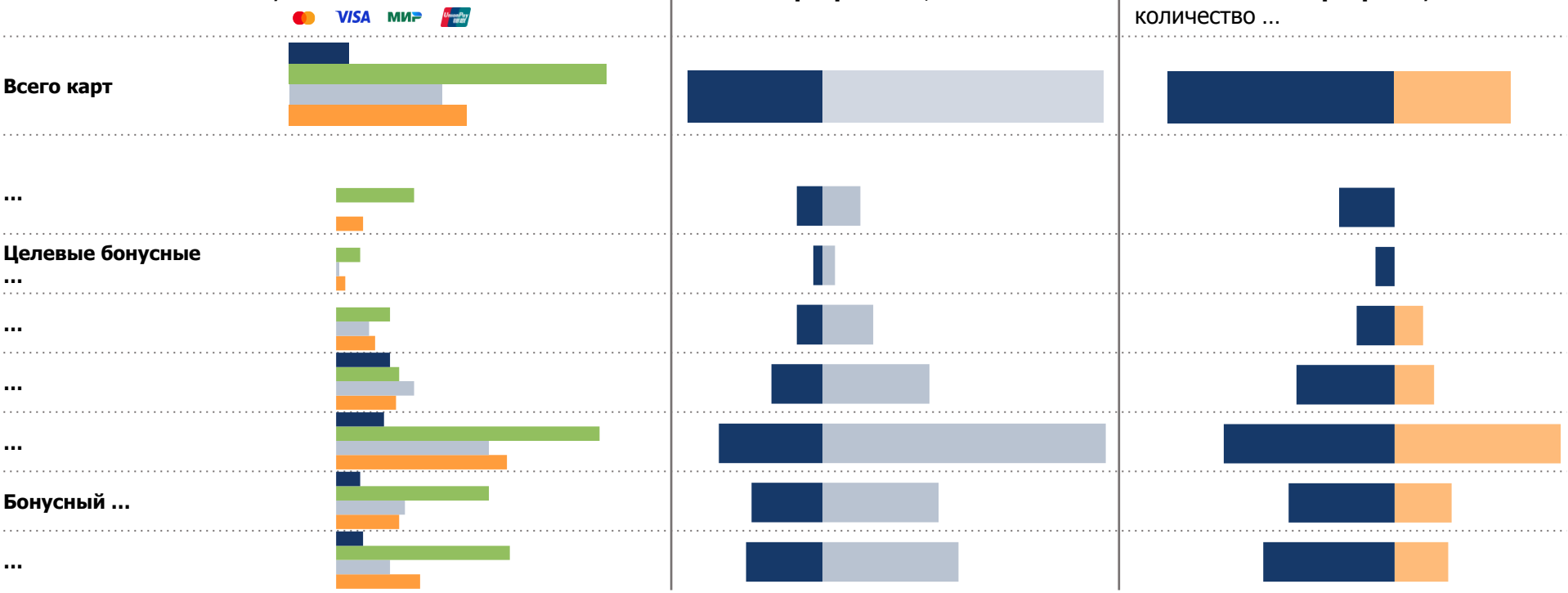
В исследовании представлены 609 банковских карт с reward-программами в 32 банках и компаниях.

Появление новых карт … Структура объема карт …, по-прежнему … карты (XX%) … картами (XX%) и … сегмент (XX%) над … (XX%). Предложение карт ….

Распределение карт с reward-программами по платежным системам*, количество …

Дебетовые vs. кредитные карты в reward-программах, количество …

Распределение категорий карт по типам reward-программ, количество …



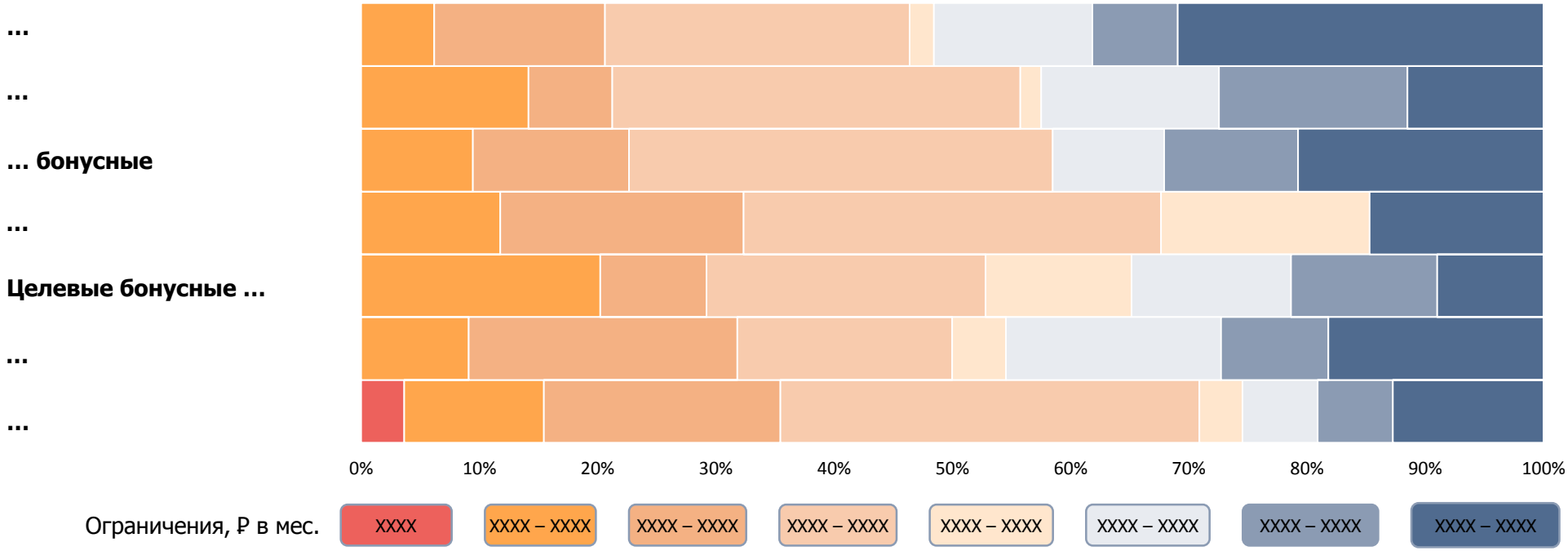
Источник: Frank RG, 2023 г.

FRGREW1Q2023

Ограничение суммы начисляемой выгоды: массовые карты (X/X)

Ограничения выгоды

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



Ключевые изменения

- В 1 квартале наибольшим изменениям …
- В … программах снизилась доля карт с …

Источник: Frank RG, 2023 г.

FRGREW1Q2023

Ограничение суммы начисляемой выгоды

Ограничения выгоды

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

Тип программы	**Размер ограничения начисляемого вознаграждения,** р. в мес.	**Δ к 4Q2022,** р.
…		**XXX**
Cashback		**XXX**
…		**XXX**
…		**XXX**
…		**XXX**
…		**XXX**
…		**XXX**
В среднем по рынку		**XXX**

- В среднем за 1 квартал 2023 года …
- Снижения в ограничениях отмечаются в …
- Наибольшим ростом лимитов … программы (XXX).
- Лимиты также существенно выросли в … программах (XXX).

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

Тип программы	**Размер ограничения начисляемого вознаграждения,** р. в мес.	**Δ к 4Q2022,** р.
…		**XXX**
…		**XXX**
…		**XXX**
Универсальная бонусная		**XXX**
…		**XXX**
…		**XXX**
…		**XXX**
В среднем по рынку		**XXX**

- По премиальным картам в среднем ограничения начисления вознаграждений … на XXX, составив XXX.
- Значительный … среднего размера ограничений произошел по …, … составил XXX и XXX соответственно.
- В … также произошло увеличение лимитов начислений XXX.
- Сильное … лимитов начислений отмечается в … (XXX).

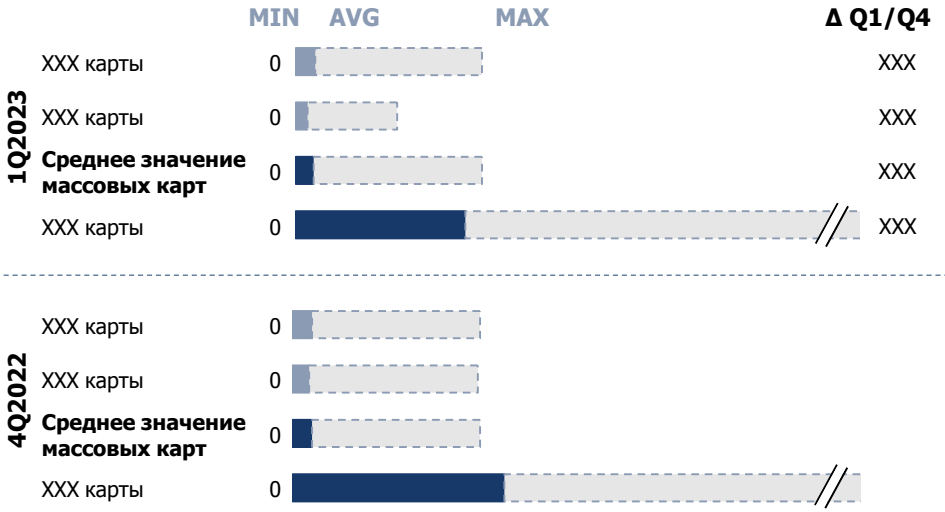
Источник: Frank RG, 2023 г.

FRGREW1Q2023

Стоимость обслуживания …

Стоимость карт

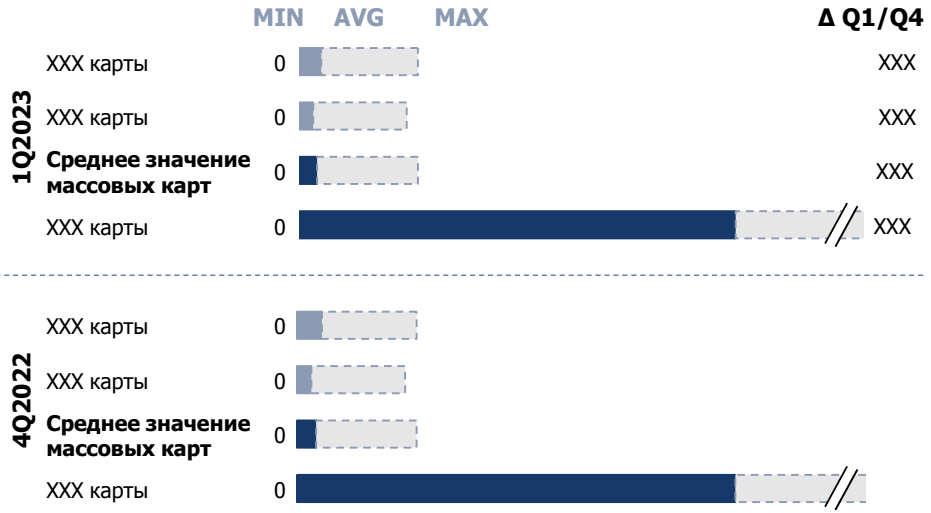
Дебетовые карты: средняя, минимальная и максимальная стоимость обслуживания*, ₽ в год



Источник: Frank RG, 2023 г.

- В первом квартале 2023 года средняя стоимость всех дебетовых карт … : для … сегмента и … карт …, а по …. картам отмечается … стоимости … (XX).
- Средняя стоимость кредитных карт для … сегмента также продемонстрировала … на XX%. Стоимость по … картам … на XX% и в среднем составила XX. По … картам …, на уровне XX%.

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



Источник: Frank RG, 2023 г.

- В … сегменте стоимость дебетовых карт … на XX%, при этом максимальное значение …
- Средняя стоимость … кредитных карт … на XX%, … стоимости.

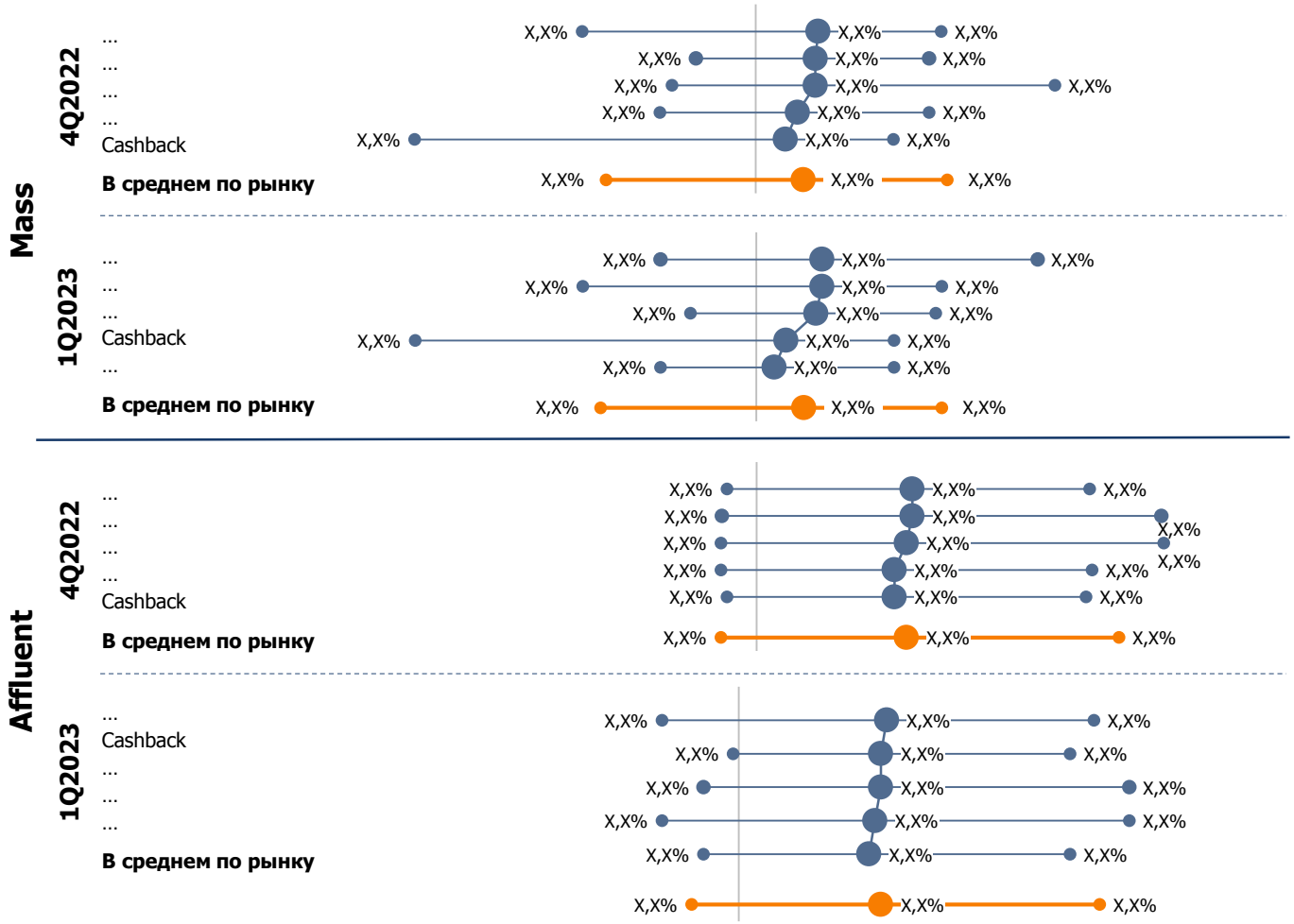
* Включая выпуск карты, годовое обслуживание, плату за подключение программ лояльности. Стоимость СМС-информирования не учитывается.
** Экстремальное значение вызвано стоимостью пакета услуг «Почетный клиент» Почта Банка

FRGREW1Q2023

Значение … выгоды …

Выгода

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



Сегмент Mass

- В 1 квартале 2023 года средняя выгода по картам массового сегмента …
- … и программы …, исходя из средних значений выгоды и максимальной доходности, … в массовом сегменте.
- Наибольшую доходность демонстрируют карты с программой …, так как … в отличие от …

Сегмент Affluent

- Значение средней выгоды в сегменте Affluent … на XX по сравнению с предыдущим кварталом, диапазон значений средней выгоды … на XX.
- Самое высокое значение средней выгоды демонстрируют программы …, при этом средние значения выгоды … премиального сегмента распределены …

Источник: Frank RG, 2022 г. Расчет на профилях трат «Базовый», сегменты Mass Regions и Affluent Moscow (см. Приложение 2).

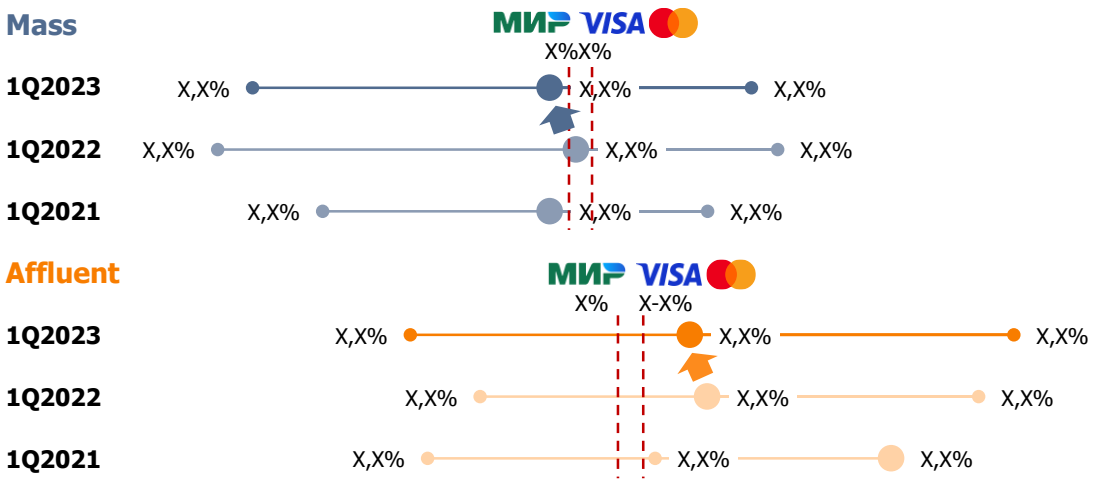
FRGREW1Q2023

Вознаграждения по reward-программам в … сегменте …

- Дебетовые карты являются для банка не доходным продуктом, а инструментом аквизиции клиента. Финансовые модели подразделений, управляющих портфелями дебетовых карт, ориентируются на безубыточность продукта. Источником финансирования reward-программ остаются межбанковские interchange-комиссии, которыми банки готовы полностью делиться с клиентами, использующими карту как карту первого выбора (для всех покупок и ежедневных операций).
- **Распределение доходов** от interchange **…** между сегментами клиентов по доходам: средняя выгода карт массового сегмента … interchange*, в affluent сегменте – **…** … доходности карт … сегмента над ставками … компенсируется за счет ….

Средняя выгода по дебетовым картам с программами, % от POS-оборота

Прогнозируемая средняя ставка interchange* в 2023 г.



- Конкуренция на рынке сосредоточена на … сегменте, где показатели средней доходности … от ставки **…**
- В 2019-2021 гг. банки приближались к … по своим reward-программам, когда … от interchange позволяли финансировать … , и % по картам.
- Средний размер ставки interchange …, однако решение ЦБ об ограничении вознаграждений за оплату в … категориях **…**
- В данный момент программы лояльности в … сегменте являются …, … за счет доходности по … картам.
- По сравнению с предыдущим годом борьба за … клиентов …. В связи с санкционными ограничениями функционала карт и банков, а также … в стране, банки .. условия карт, стремясь **…**

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).

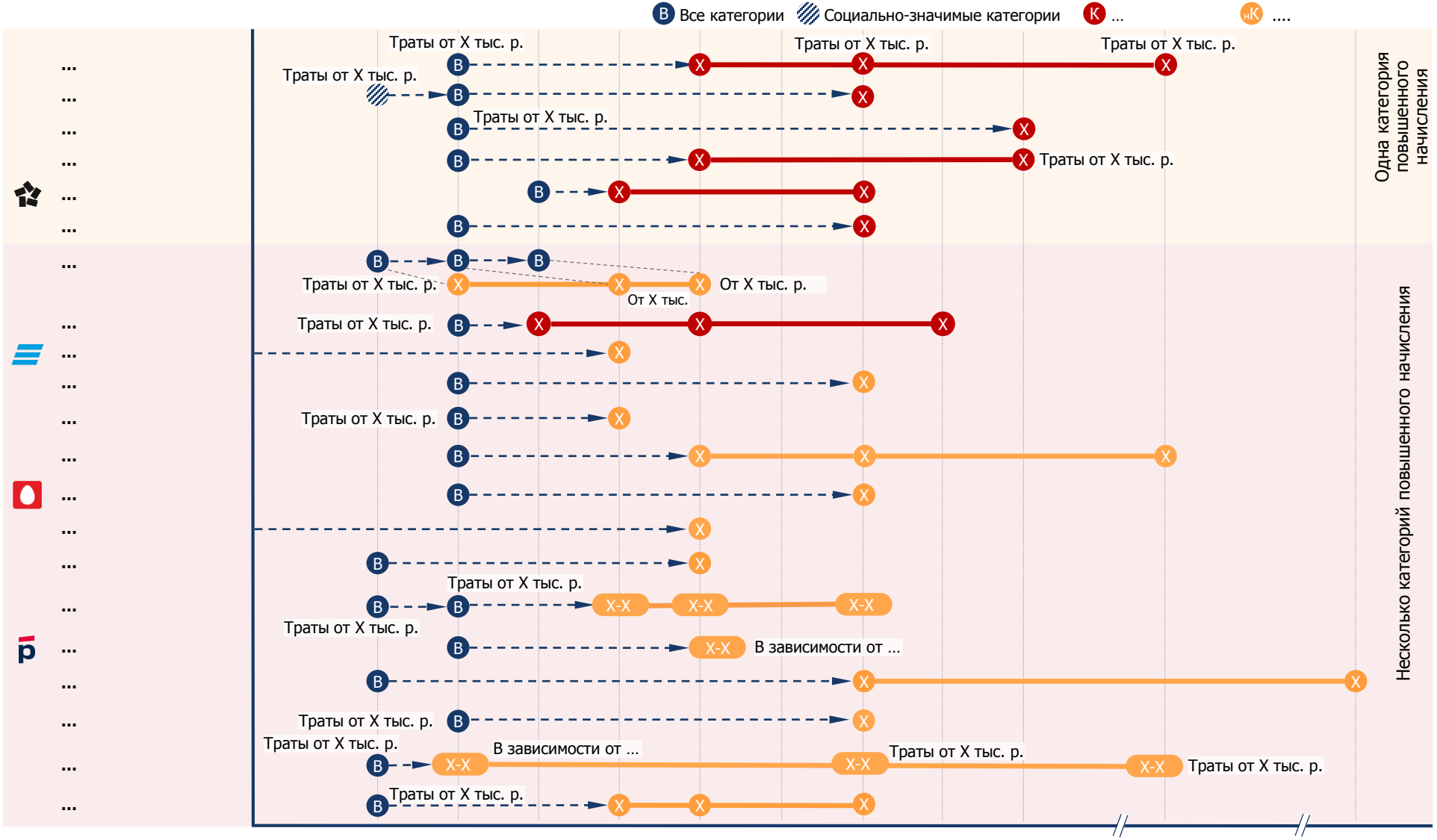
Источник: Visa, MasterCard, Frank RG, 2023 г.

* - расчеты Frank RG, 2023 г., см. методологию расчета в Приложении 3.

FRGREW1Q2023

Массовые карты

Основные механики reward-программ флагманских карт: категории (X/X)

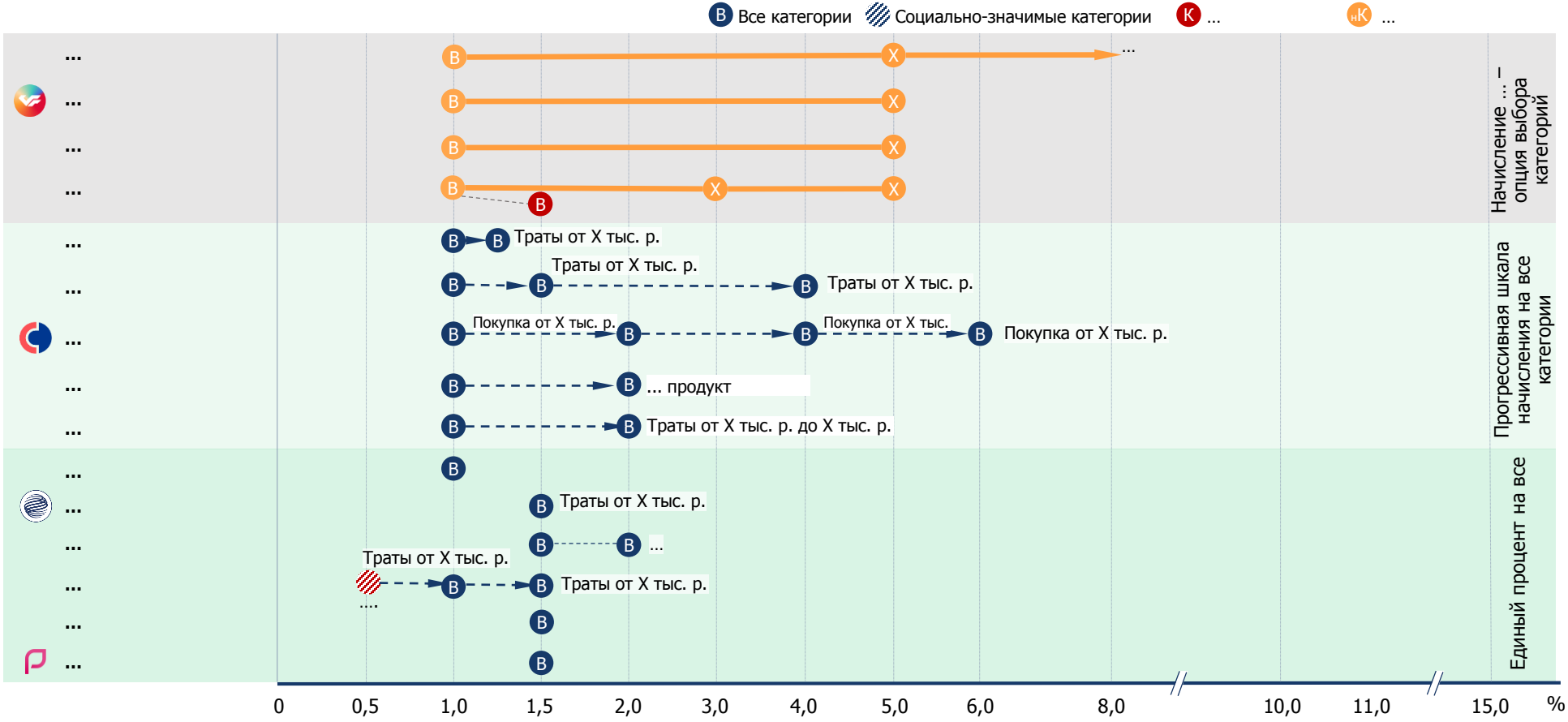


Источник: Frank RG, публичные тарифы банков на 31.03.2023, без учета партнерских начислений

FRGREW1Q2023

Массовые карты

Основные механики reward-программ флагманских карт: начисление на все (X/X)



Источник: Frank RG, публичные тарифы банков на 31.03.2023, без учета партнерских начислений

FRGREW1Q2023

FRANK RG

2 Изменения в продуктовых линейках

Закрытые продукты
Анализ новых карт
Изменения по продуктам

В 1 квартале 2023 года банки … изменяли …

Структура изменений продуктов в банках в 1Q2023, количество банков

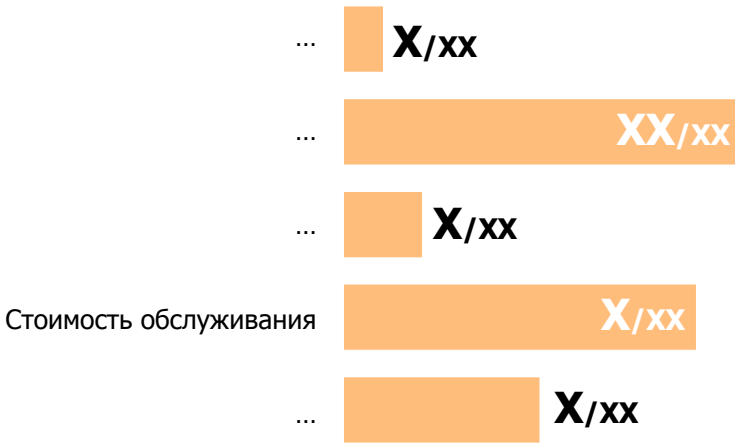


Таблица. Изменения банков в 1Q2023

Название	Изменения банков в 1Q2023		
	Январь	Февраль	Март
…			
…			
…	…	…	…
Стоимость обслуживания	…	…	…
…			
…			
…			
Механика начислений	…	…	…
…			

- В 1 квартале 2023 года банки … меняли … по сравнению с предыдущим периодом.
- Наиболее подверженными изменениям оказались такие аспекты, как … и … (XX и XX банков из исследуемых XX соответственно).
- Из стоимостных характеристик банки чаще всего меняли …
- Ключевая ставка …, вследствие чего динамика изменений … (XX банков из XX).

Источник: Frank RG

FRGREW1Q2023

Ключевые выводы: изменения в продуктовых линейках в 1 квартале 2023 года

Новая программа лояльности:

…

XX

…

NEW

Открыто в массовом и премиальном сегменте

За исследуемый период

XX **карт**

OPEN

Закрыто в массовом и премиальном сегменте

За исследуемый период

XX **карт**

CLOSED

Ключевые изменения на рынке лояльности и карточных продуктов

В 1 квартале на рынке карточной лояльности произошли изменения сразу в XX программах лояльности:

- В феврале **XXX** запустил новую программу лояльности на .. продукте **…** Банк предлагает … Помимо … выбора категорий клиент может … в дополнительной категории в размере XX-XX%.
- **XXX** … текущую программу лояльности с … кешбэком …, добавив …: .. в размере XX-XX% на … (в зависимости от …); … в размере XX% за … и XX% …; … до XX-XX% за …, оплаченные с помощью … или …; … в размере XX% за …, включая **…**

… банков перестали предлагать к оформлению карты на **….** Основное карточное предложение сфокусировано на **…**

За исследуемый период Карты **XXX** появились в линейке еще XX банков – **XXX, XXX** … .

Банки … количество карт в линейке продуктов

- Продолжается тренд на … карт … (**XXX**).
- С конца марта **XXX** прекращает выдачу карт с …
- **XXX** закрыл … карт, в том числе … карты **…**
- Карты …, которые были выпущены банком **XXX**, попавшим XX … 2023 года в SDN-лист, прекратили работать …, в связи с чем банк **…**
- **XXX** закрыл ко-брендовые карты **…**

FRGREW1Q2023

Ключевые выводы: изменения по картам с программами лояльности в 1 квартале 2023 года

XXX - основной параметр изменений в 1 квартале 2023 года

Несмотря на стабильность … за последние полгода банки продолжают … по текущему счету (**XXX**).

Стоимость карточных продуктов менялась …:

- XX банка … комиссию за … в рамках существующих продуктов (**XXX**). **XXX** убрал …, оставив только … за XX.
- **…** убрали комиссию за .. карт … **XXX** начал выпускать карту на платежной системе …, комиссия **…** составляет XX.
- Помимо отсутствия комиссии за … карты … в **XXX**, … по карте также стало **…**
- Банки продолжали корректировать … карточных продуктов: **XXX** и **XXX** по карте, **XXX** предлагает лишь … месяц … участия в программе лояльности, **XXX** стоимость за …

Важные изменения в программах лояльности

В 1 квартале банки активно корректировали … в reward-программах:

- **XXX** представил новую программу лояльности на … продукте **…** С … банк предлагает …, а также … до XX%.
- **XXX** расширил программу лояльности, добавив категории … Последняя категория включает в себя получение кешбэка в том числе за …
- Начисление кешбэка за … также внедрил **XXX**, вознаграждение производится на сумму до XX в месяц.
- … скорректировал программу лояльности для … клиентов: в рамках акции в первые … месяца участники получают повышенное начисление в категориях XX% с пакетом услуг и XX% без подключения.
- В начале года **…** вернул кешбэк XX% по … карте …
- **XXX** по части карт ввел условия … для получения кешбэка.

FRGREW1Q2023

Категории вновь становятся важным элементом маркетинга reward-программ (X/X)

Механики управления категориями повышенного начисления

Категории повышенного начисления	Массовые карты	Премиальные карты
…	XX	XX
…	XX	XX
Предлагаются на выбор клиента		
…		
…		
…	XX	XX
…		

Несмотря на лидирующую позицию карт с …, ряд банков всё еще активно использует … в своих механиках бонусных программ:

- Категории повышенного начисления по … картам для … сегмента предлагают XX исследуемых банка из XX, однако механики управления ими …
- По … картам чаще применяются …, чем по … картам. Это связано с разницей … поведения разных … сегментов.
- В то время как рынок reward-программ движется в сторону …, остаются игроки со …, включающими в себя … набор опций, … программ, … условия для получения максимального вознаграждения, … ограничения.

*Начисление на все покупки или базовый % на все + повышенный % в категориях

Источник: Frank RG, 2023

FRGREW1Q2023

Массовые карты

По массовым картам банки предлагают максимальный выбор категорий (X/X)

Категории повышенного начисления	Меняются банком*		Предлагаются на выбор клиенту													Фиксированы								
	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
…	●		●	●	●	●	●	C	C	C	C	C	A	A		●	●	●	●	●	●		●		
…	●	●	●	●	●	●	●	C	C	C	C	C		A	●					●		●			
…	●	●	●	●	●	●	●	C	C	C	C	C	A		●		●					●			
…	●	●			●	●		C	C		C	C										●			
…	●			●		●		C			C														
Автоуслуги				●					C			C		A											
…					●	●		C	C		C	C			●										
…	●	●		●	●	●	●	C	C	C	C	C		A		●		●			●				
…	●	●		●	●	●	●	C	C	C	C	C		A		●									
…	●			●	●	●	●	C	C	C	C	C	A	A	●		●						●		
…				●	●			C		C	C				Б						●		●		
…	●	●	●	●	●	●	●	C	C		C	C	A	A	●			●		●					
…	●	●				●	●	C	C			C		A				●							
…		●		●			●	C	C	C	C	C				●									
…		●		●			●	C		C	C	C				●									
…		●		●	●			C	C	C	C	C				●									
Одежда и обувь	●	●	●	●	●		●	C	C	C	C	C	A	A	Б				●	●					
…		●	●			●		C	C		C	C			●										
…								C	C															●	●
Дом, ремонт	●	●	●	●	●	●	●	C	C	C	C		A		Б				●						
…	●		●		●				C	C	C	C		A	●										
…		●	●		●	●	●	C	C		C	C													
Электроника				●	●		●	C	C	C	C	C	A		●										
…												●													●

● есть C выбор из … Б подключение доступно за … A определяется …

* Для программ банков с периодически меняющимися категориями список указан на горизонте 2-х лет

Источник: Frank RG

NEW

FRGREW1Q2023

Исследуемые reward-программы банков: январь – март 2023 гг. (X/X)

Банк	Cashback	Бонусный cashback	Универсаль-ная бонусная	Целевая бонусная (retail)	Целевая бонусная (travel)	Целевая бонусная (прочие)	Гибридная	Сбережения	Заемщик
XXXX	—	● 2	—	—	—	—	—	—	—
XXXX	● 1 ✓ 1	—	—	—	● 1 ✓ 1	—	● 2	—	—
XXXX	● 4	—	● 3	—	—	● 1	—	—	—
XXXX	—	✓ 1	✓ 1	—	✓ 1	✓ 1	● 2	—	—
XXXX	—	✓ 1	● 1 ✓ 1	—	● 2 ✓ 1	—	● 2	—	—
XXXX	● 3	—	—	—	● 2	—	—	—	—
XXXX	—	● 2	—	—	—	—	—	—	—
XXXX	● 2	● 2	—	● 2	● 4	● 6	—	—	—
XXXX	—	✓ 1	—	—	✓ 1	✓ 1	● 2	—	—
XXXX	● 2 ● 1	—	—	—	—	—	—	—	—
XXXX	—	✓ 1 ✓ 3	—	—	✓ 1 ✓ 3	● 1 ✓ 1 ✓ 2	● 2	—	—
XXXX	—	● 2	—	—	—	—	—	—	—
XXXX	● 1 ✓ 1	✓ 3	—	✓ 6	● 1 ✓ 4	✓ 1	● 4	—	—
XXXX	—	● 1	—	—	—	—	—	—	—
Всего ●/●/✓✓	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**	**XX/XX/XX**

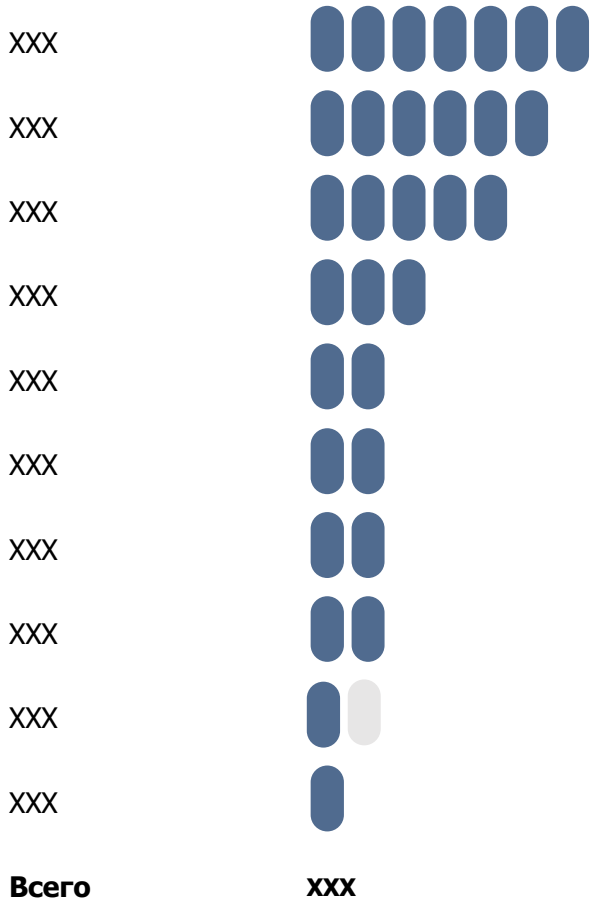
● существующие программы ● новые программы ✓✓ опции гибридных программ

Источник: Frank RG, 2023 г.

FRGREW1Q2023

Развитие партнерских программ

- В 1 квартале 2023 года … закрыл дебетовую карту …
- **XXX** Банк закрыл кредитные карты с партнерами …, при этом данная программа …
- … не имеют в своих линейках … карт с конкретным партнёром, но предлагают … в рамках … программ лояльности.
- … остаётся наиболее распространенной категорией для кобрендовых карточных продуктов. Также распространены такие категории как …, в остальных направлениях количество карт не превышает XX.
- В текущем квартале банки … с партнерскими программами лояльности.



существующие программы · новые программы · закрытые программы · x нет программ

FRGREW1Q2023

Партнерские программы и опции (X/X)

Банк	Программа	Категории партнеров									
		АЗС	XXX	РЖД	XXX	E-com	XXX	Спорт	Компьютерные игры	XXX	Прочее
XXXX	XXXX		✓2	✓1	✓1		✓4			✓1	
XXXX	XXXX		●								
	XXXX						●				
	XXXX									●	
XXXX	XXXX						●				
XXXX	XXXX	●									
XXXX	XXXX	●									
XXXX	XXXX	●									
	XXXX	●									
	XXXX		●								
	XXXX										●
	XXXX		✓1								
XXXX	XXXX									●	
XXXX	XXXX						●				
	XXXX						●				
XXXX	XXXX							●			
XXXX	XXXX			●							
	XXXX						●				
XXXX	XXXX	●									

● существующие программы ● новые программы ✗ закрытые программы ✓ ✓ опции гибридных и мультибрендовых программ

Источник: Frank RG, 2023 г.

FRGREW1Q2023

2.1 Закрытые продукты

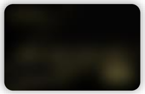
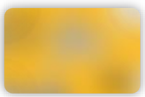
Закрытые продукты за 1 квартал 2023 года (X/XX)

Банк	Продукт	Reward-программа
Март		
XXXXX	XXXXX	....
XXXXX	XXXXX	....
XXXXX	XXXXX	....
XXXXX	XXXXX	....

FRGREW1Q2023

2.2 Анализ новых карт

Анализ новых карт (X/XX)

Карта	Плат. система	Процент на остаток СКС	Стоимость обслуживания: SMS	Стоимость обслуживания: Карты / Пакета услуг	Reward - программа	Дополнительные привилегии: Финансовые продукты	Дополнительные привилегии: Небанковские сервисы и акции
Январь							
XXXXX, XXXXX							
	МИР VISA UnionPay	....	....	....	....	....	....
Февраль							
XXXXX, XXXXX							
	МИР VISA UnionPay	....	....	....	....	....	....
XXXXX, XXXXX							
	МИР VISA UnionPay	....	....	....	....	....	....

Источник: Frank RG, 2023 г.

FRGREW1Q2023

2.3 Изменения по продуктам

Изменения (X/XX)

Таблица XX. Обзор изменений

Продукт	Параметр	Прошлые условия продукта	Новые условия продукта
			Ак Барс Банк
Март			
XXXXX	.....	....	....
XXXXX	.....	....	....
			Альфа Банк
Февраль			
XXXXX	.....	....	....
XXXXX	.....	....	....
Апрель			
XXXXX	.....	....	....

FRGREW1Q2023

3 Акции по картам с reward-программами

Ключевые выводы: акции за первый квартал

Количество …

XXX

Доля …

XX%

Активно не занимались проведением акций

XX банков

Банки в первом квартале 2023 года менее активны, чем в четвертом

В 1 квартале 2023 года были активны XXX … . Среднее количество XX … . Более XX … .

На долю XX участников … .

Количество акций, направленных на … XX … .

Наиболее распространенными механизмами … :

- XXX – XX,XX%;
- XXX – XX,XX%;
- XXX – XX,XX%;
- XXX – XX,XX%;
- XXX – XX,XX%;
- XXX – XX,XX%.

Краткосрочные и долгосрочные акции

В течение квартала действовало XX … краткосрочных акций (…). Средний срок XX … . Чаще всего … предлагает … … наблюдался в XX и … XX … . Пик ввода краткосрочных акций … XX, XX … .

Количество долгосрочных акций … до XX акций, средний срок … XX … . В основном … XXXXX банк и … XXXXX … . Наибольшее количество долгосрочных акций было в … XX … .

FRGREW1Q2023

Ключевые выводы: Тематика акций за 1 квартал 2023 года

Большая часть … XX

- XXX … .
- XXX … .

Акционные предложения банков

… :

- **В XXX** XXX новых … .
- **XXX** ввёл XX … .

Некоторые игроки … :

- **В XXX** были реализованы XX … . **XXX** и **XXX** внедрили по XX … .
- **XXX** реализовал XX новые акции …. .
- **XXX** … .

Акция для XXX

XXX предоставлял XX … …. .

Акция для XXX

В 1 квартале 2023 года **XXX** проводил XX … . Условия … …. … .

XXX запустил … … . В результате выполнения … … .

XXX … в размере XX … … .

Акция XXX

XX банка представили XX … :

- **XX** запустил … .
- В **XX** клиент … .

FRGREW1Q2023

3.1 Новые акции

Новые акции. Цель: привлечение новых клиентов (X/XX)

Таблица XX. Прочие акции

Банк	Продукт	Название акции	Период проведения	Статус	Описание
XXXXX	Карта …….	…….	01.02.2023 - 31.03.2023	✗	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Карта …….	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
XXXXX	Вся дебетовая карточная линейка банка	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
XXXXX	Карта …….	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Вся карточная линейка банка	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
XXXXX	Карта …….	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. …….
XXXXX	Карты ……, ……, ……, …….	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Карта …….	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. …….

✗ - акция закрыта, ✓ - действующая акция

FRGREW1Q2023

Новые акции. Цель: рост транзакционной активности (X/XX)

Банк	Продукт	Название акции	Период проведения	Статус	Описание
	Карты ……, ……, ……, …….	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Карта …….	…….	01.02.2023 - 31.03.2023	✗	……. ……. ……. ……. ……. …….
	Вся карточная линейка банка	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Вся карточная линейка банка	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Карта …….	…….	03.03.2023 - 12.03.2023	✗	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Вся карточная линейка банка с ПЛ XXXXX	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….
	Карта …….	…….	…….	✓	……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. ……. …….

✗ - акция закрыта, ✓ - действующая акция

FRGREW1Q2023

4 Case study: обзоры новых карт

XXX – новая кредитная карта XXX

XXX

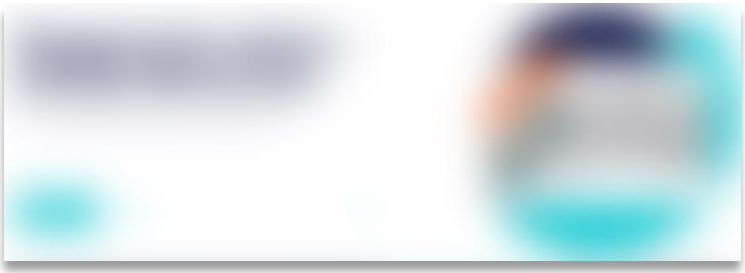
Параметр	
Категория карты	.....
Стоимость карты	
Стоимость обслуживания в год	.....
СМС-информирование в год	.....
Снятие наличных в банкоматах	.....
Grace-период	.....
Процентная ставка по безналичным операциям	.....
Процентная ставка по наличным операциям	.....
Минимальный платеж	.....
Кредитный лимит	.....
Программа лояльности	
Кешбэк на категории: «Супермаркеты», «Кафе и рестораны», «Общественный транспорт и такси»	....
Максимальное количество бонусов в месяц	....
Ограничения	
Ежемесячный лимит по снятию наличных	.....

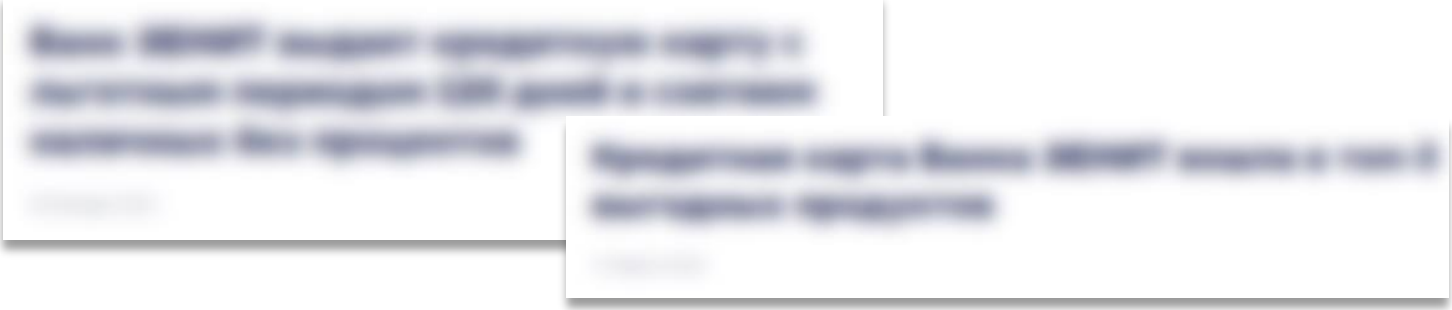
Тип продукта	Флагманский продукт	Кобренд	Нишевый продукт	
Сегмент	Массовый	Высокодоходный	UHNW	
Целевая аудитория	Геймеры	Автолюбитель	Без ограничений	Миллениалы
	Пенсионер	Семейная	Детская	Гурманы
Категория карты	Кредитная	Дебетовая	Карта рассрочки	Карта с овердрафтом
	Кредитная карта с услугой рассрочки	Универсальная		
Стоимость	Платно	Бесплатно	Критерии бесплатности	
Rewards	Cashback	Бонусный cashback	Бонусная программа	Гибрид
	% на остаток	Благотвори-тельная		
Уникальность	По дизайну	По Rewards	По grace	По рассрочке
Оформление карты	ДБО	ДБО + курьер	ДБО + Отделение	Отделение

FRGREW1Q2023

Продвижение карты: …. источники и рейтинги ….

1. **Освещение в … источниках.**
   ….
   ….
2. **Сайт банка.**
   ….
   ….
3. **Страница карты**. …..:
   - ….
   - ….
   - ….
   - ….





FRGREW1Q2023

Расчет выгодности reward-программы карты XXX и сравнение с предложениями других банков (mass сегмент)

Доходность* в сегменте: Mass (Регионы) при ежемесячных тратах по карте - 20 тыс. ₽

№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
2.	**XXXXX**	**XXXXX**	**X,XX%**
3.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
4.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
5.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
6.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
7.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
8.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
9.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
10.	XXXXX	XXXXX	X,XX%

Доходность* в сегменте: Mass (Москва) при ежемесячных тратах по карте - 55 тыс. ₽

№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
2.	**XXXXX**	**XXXXX**	**X,XX%**
3.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
4.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
5.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
6.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
7.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
8.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
9.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
10.	XXXXX	XXXXX	X,XX%

Источник: официальные сайты банков, расчеты Frank RG, 2023

*Доходность карты - размер чистой выгоды по карте для клиента, рассчитываемой как сумма всех полученных по карте доходов за вычетом расходов на ее обслуживание в % к тратам по карте.

FRGREW1Q2023

Расчет выгодности reward-программы карты XXX и сравнение с предложениями других банков (affluent сегмент)

Доходность* в сегменте: Affluent (Регионы) при ежемесячных тратах по карте – 67,5 тыс. ₽

№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
2.	**XXXXX**	**XXXXX**	**X,XX%**
3.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
4.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
5.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
6.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
7.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
8.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
9.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
10.	XXXXX	XXXXX	X,XX%

Доходность* в сегменте: Affluent (Москва) при ежемесячных тратах по карте – 162,5 тыс. ₽

№	Банк	Название программы	Выгода
1.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
2.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
3.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
4.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
5.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
6.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
7.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
8.	**XXXXX**	**XXXXX**	**X,XX%**
9.	XXXXX	XXXXX	X,XX%
10.	XXXXX	XXXXX	X,XX%

Источник: официальные сайты банков, расчеты Frank RG, 2023

*Доходность карты - размер чистой выгоды по карте для клиента, рассчитываемой как сумма всех полученных по карте доходов за вычетом расходов на ее обслуживание в % к тратам по карте.

FRGREW1Q2023

SWOT-анализ

Преимущества

Ежедневный банкинг

- Обслуживание .... .
- .... дней .... .
- .... не привязаны друг к другу .... .
- Лимит .... составляет .... .
- Для оформления .... .

Reward-программа

- Возможность .... .

Недостатки

Ежедневный банкинг

- Процентная ставка .... .
- Комиссия .... .
- .... .

Reward-программа

- Ограничение .... .
- .... .

Возможности

- Сочетание .... .

Угрозы

- .... , что может снизить интерес .... .
- .... может вызвать сложности .... .

FRGREW1Q2023

FRANK RG

5 Сравнительная выгода по кредитным картам с reward-программами

FRANK RG

Содержание

5.1 Карты с cashback
5.2 Карты с cashback+бонусный cashback
5.3 Карты с опциями начисления «Авто»
5.4 Карты с опциями начисления Travel
5.5 Карты с бонусными программами
5.6 Флагманские предложения банков для премиальных клиентов

Выгода. Кредитные карты. Cashback. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2023 г.
*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «1-Базовый Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 55 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Кредитные карты. Cashback+Бонусный cashback. Сегмент Affluent

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

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

Источник: Frank RG, 2023 г.
*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «41-Базовый Affluent Moscow». Сумма трат по карте составляет 162 500 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Кредитные карты. Опция «Авто». Сегмент Mass

Таблица. Выгода по кредитным картам с категорией начисления «Авто» в сегменте Mass Moscow, % от трат*

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

Источник: Frank RG, 2023 г.
*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «2-Автомобилист Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 55 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Кредитные карты. Опция «Travel». Сегмент Upper Mass

Таблица. Выгода по кредитным картам с опцией «Travel» в сегменте Upper Mass Moscow, % от трат*

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

- кобрендовые карты с опцией «travel»

Источник: Frank RG, 2023 г.

*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «24-Путешественник Upper Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 82 500 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Кредитные карты. Бонусные программы. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2023 г.

* Включает универсальные бонусные и целевые бонусные программы за исключением категорий retail, travel и авто.

** Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «1-Базовый Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 55 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Кредитные карты. Премиальные флагманы. Сегмент Pre Affluent

Таблица. Выгода по флагманским кредитным картам в сегменте Pre Affluent, % от трат*

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

- карты с мильным начислением - карты с бонусной программой - карты с кешбэк (бонусным кешбэк)

Источник: Frank RG, 2023 г.
*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «53-Pre Affluent». Сумма трат по карте составляет 105 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

6 Сравнительная выгода по дебетовым картам с reward-программами

FRANK RG

Содержание

6.1 Карты с cashback
6.2 Карты с cashback+бонусный cashback
6.3 Карты с опциями начисления «Авто»
6.4 Карты с опциями начисления Travel
6.5 Карты с бонусными программами
6.6 Флагманские предложения банков для премиальных клиентов

Выгода. Дебетовые карты. Cashback. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2023 г.

*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «1-Базовый Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 55 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Дебетовые карты. Cashback+Бонусный cashback. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2023 г.

*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «1-Базовый Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 55 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Дебетовые карты. Опция «Авто». Сегмент Mass

Таблица. Выгода по дебетовым картам с категорией начисления «Авто» в сегменте Mass Moscow, % от трат*

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

Источник: Frank RG, 2023 г.

*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «2-Автомобилист Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 55 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Дебетовые карты. Опция «Travel». Сегмент Upper Mass

Таблица. Выгода по дебетовым картам с опцией «Travel» в сегменте Upper Mass Moscow, % от трат*

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

- кобрендовые карты с опцией «travel»

Источник: Frank RG, 2023 г.
*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «24-Путешественник Upper Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 82 500 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Дебетовые карты. Бонусные программы. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2023 г.

* Включает универсальные бонусные и целевые бонусные программы за исключением категорий retail, travel и авто.

** Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «1-Базовый Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 55 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

Выгода. Дебетовые карты. Премиальные флагманы. Сегмент Pre Affluent

Таблица. Выгода по флагманским кредитным картам в сегменте Pre Affluent, % от трат*

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

- карты с мильным начислением - карты с бонусной программой - карты с кешбэк (бонусным кешбэк)

Источник: Frank RG, 2023 г.

*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «53-Pre Affluent». Сумма трат по карте составляет 105 000 руб. в месяц.

FRGREW1Q2023

FRANK RG

Приложение 1

Профили трат клиентов

Методология составления профилей трат клиентов

Доходы, остатки и средние чеки

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

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

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

Остатки моделируются отдельно по спецкарточным счетам (в виде минимального баланса) и отдельно по накопительным/ сберегательным счетам (в виде среднемесячного баланса). Остатки используются в модели для расчета начисляемых % на остаток, а также как условие бесплатности выпуска и обслуживания карт. Значения остатков соответствуют среднерыночным остаткам по счетам клиентов соответствующих сегментов по доходам (проект Frank RG «Клиентские сегменты)». Соотношение минимальных и среднемесячных балансов по счетам составляет 1 к 2.

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

Структура трат

Структура клиентских трат базового профиля массового сегмента основана на данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств», 2021 г. со следующими допущениями:

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

FRGREW1Q2023

Профили клиентов: сегмент Mass Москва (1/12)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

Профили клиентов: сегмент Mass Regions (2/12)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

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

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

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

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

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

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

	9	10	11	12	13	14
Супермаркеты	34,5%	31,2%	25,8%	32,4%	27,0%	25,2%
Одежда и обувь	9,4%	7,4%	6,2%	5,8%	6,1%	7,6%
Рестораны, включая доставку	17,9%	7,6%	18,5%	35%	15,8%	11,1%
Авто	5,5%	27,9%	3,8%	4,2%	6,5%	4,4%
Отдых, путешествия	10,9%	6,5%	5,9%	6,7%	27,4%	6%
Досуг, развлечения	4,2%	3,8%	17,3%	4,1%	4,2%	3,9%
Здоровье, медицина, красота	6,8%	5,1%	3,5%	4,5%	4,2%	33,2%
Электроника	4,8%	5,1%	14,2%	3,0%	4,2%	3,6%
Дом, ремонт	3,0%	2,7%	2,7%	2,4%	2,1%	2,4%
Прочие	2,9%	2,7%	2,1%	2,3%	2,6%	2,3%
В т.ч.						
Покупки за границей	3,4%	1,9%	2,8%	4,4%	3,8%	2,2%
Интернет-магазины	5,1%	4,6%	6,8%	3,3%	3,9%	4,0%
Справочно (не входит в сумму трат)						
ЖКХ	16,8%	16,8%	16,8%	16,8%	16,8%	16,8%

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

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

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

Профили клиентов: сегмент Affluent Moscow (7/12)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

Профили клиентов: сегмент Affluent Moscow (8/12)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

Профили клиентов: сегмент Affluent Regions (9/12)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

Профили клиентов: сегмент Affluent Regions (10/12)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

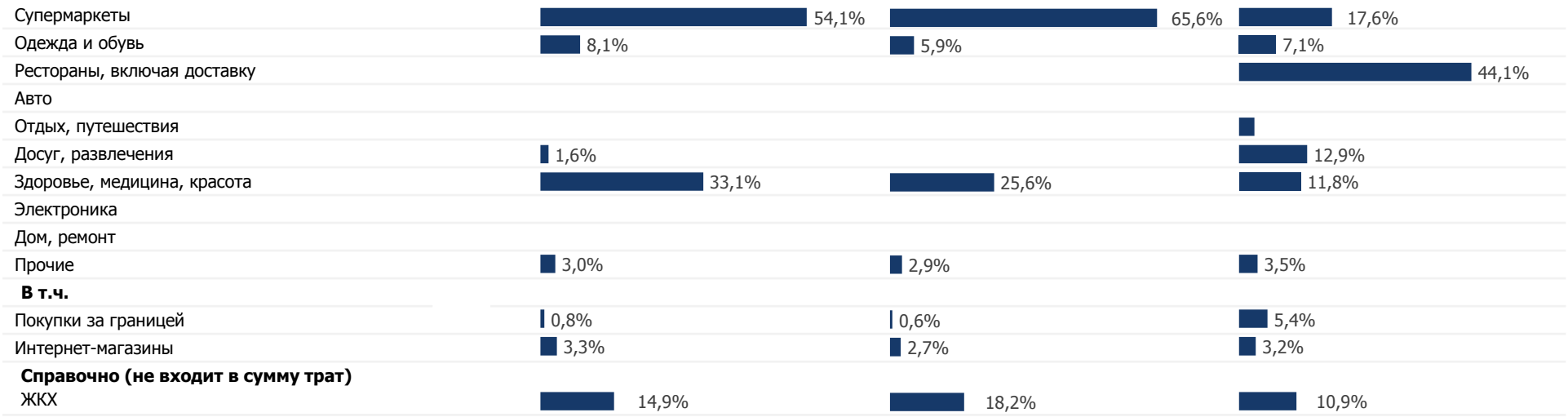
FRGREW1Q2023

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

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте



Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

Профили клиентов: Владельцы премиальных пакетов (12/12)

Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

Структура ежемесячных трат по карте

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

Источник: Данные проекта «Клиентские сегменты» Frank RG, открытые данные СберБанка, 2021 г., Frank RG, 2021 г.
Профили трат по категориям определены с учетом данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» за 2021 г.

FRGREW1Q2023

FRANK RG

Приложение 2.
Методика расчета чистой выгоды по карте

Расчет чистой выгоды (1/3)

Общие положения

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

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

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

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

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

Рациональное поведение

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

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

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

FRGREW1Q2023

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

Начисление выгоды

При расчете выгоды учитываются все специальные условия и ограничения:

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

Стоимость обслуживания

В стоимости обслуживания **учитываются**:

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

В стоимости обслуживания **не учитываются**:

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

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

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

FRGREW1Q2023

Расчет чистой выгоды: бонусные программы (3/3)

Коэффициент конвертации

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

Программы для путешественников

Авиамили:

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

Ж/Д мили:

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

Покупка товаров в каталоге

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

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

FRGREW1Q2023

Приложение 3.
Расчет доходов банков от interchange

Расчет доходов банков от interchange

Для целей бенчмаркинга рыночных доходов и расходов банков по программам лояльности по картам Frank RG, наряду с чистой выгодой клиента (расходы банка) рассчитывает удельные доходы банка по reward-программам. В качестве индикатора доходности используется средняя ставка межбанковского вознаграждения (interchange fee).

Сегмент Mass

Траты по карте: 20 000 руб./мес.

Применяемые ставки interchange	Visa	Mastercard	МИР
Категория карты	Classic	Standard	Классическая
– Супермаркеты	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Рестораны	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Fast food	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– АЗС	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Аптеки	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Отели	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Авиабилеты	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Ж/д	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Трансферы	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– ЖКХ	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– e-com	X,XX%	X,XX%	X,XX%
Прочие операции (базовая ставка)	X,XX%	X,XX%	X,XX%
Средняя ставка	X,XX%	X,XX%	X,XX%

Сегмент Affluent

Траты по карте: 162 500 руб./мес.

Применяемые ставки interchange	Visa	Mastercard	МИР
Категория карты	Infinite	Black Edition	Премиальная
– Супермаркеты	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Рестораны	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Fast food	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– АЗС	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Аптеки	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Отели	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Авиабилеты	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Ж/д	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– Трансферы	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– ЖКХ	X,XX%	X,XX%	X,XX%
– e-com	X,XX%	X,XX%	X,XX%
Прочие операции (базовая ставка)	X,XX%	X,XX%	X,XX%
Средняя ставка	X,XX%	X,XX%	X,XX%

Расчет средней ставки межбанковского вознаграждения (interchange fee)

Доходами банка по программам лояльности является полученное межбанковское вознаграждение (interchange). Frank RG рассчитал среднюю **минимальную** ставку interchange, используя следующие ограничения/ условия:

- Расчеты производятся в относительном виде (в % от POS - оборота по карте);
- Средняя ставка interchange рассчитывается отдельно по каждой платежной системе;
- Средняя ставка interchange рассчитывается на основании базовых профилей трат клиентов Mass Regions (5) и Affluent Moscow (41) в соответствии с Приложением 1.

FRGREW1Q2023

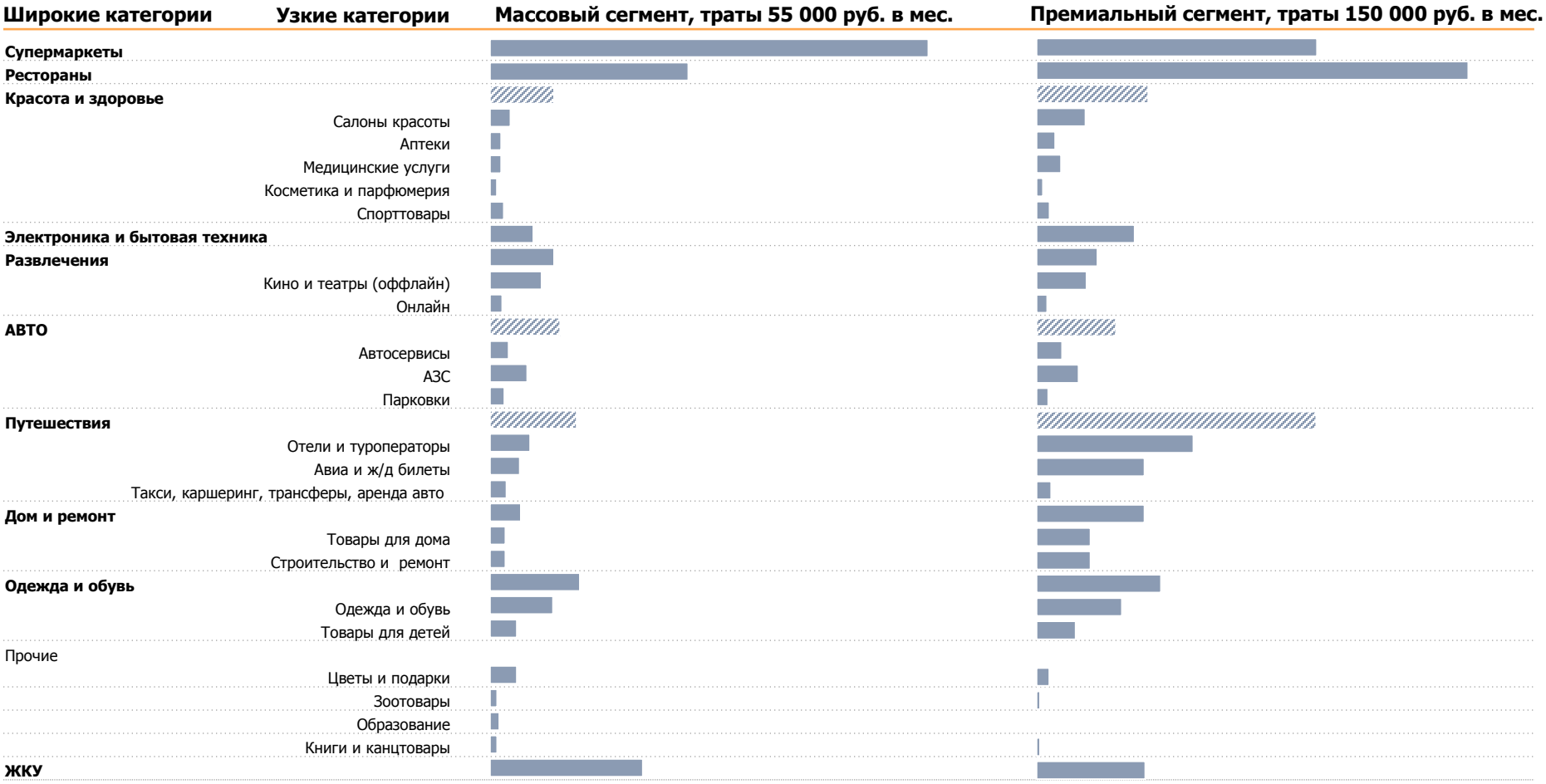
FRANK RG

Приложение 4. Категории повышенного начисления

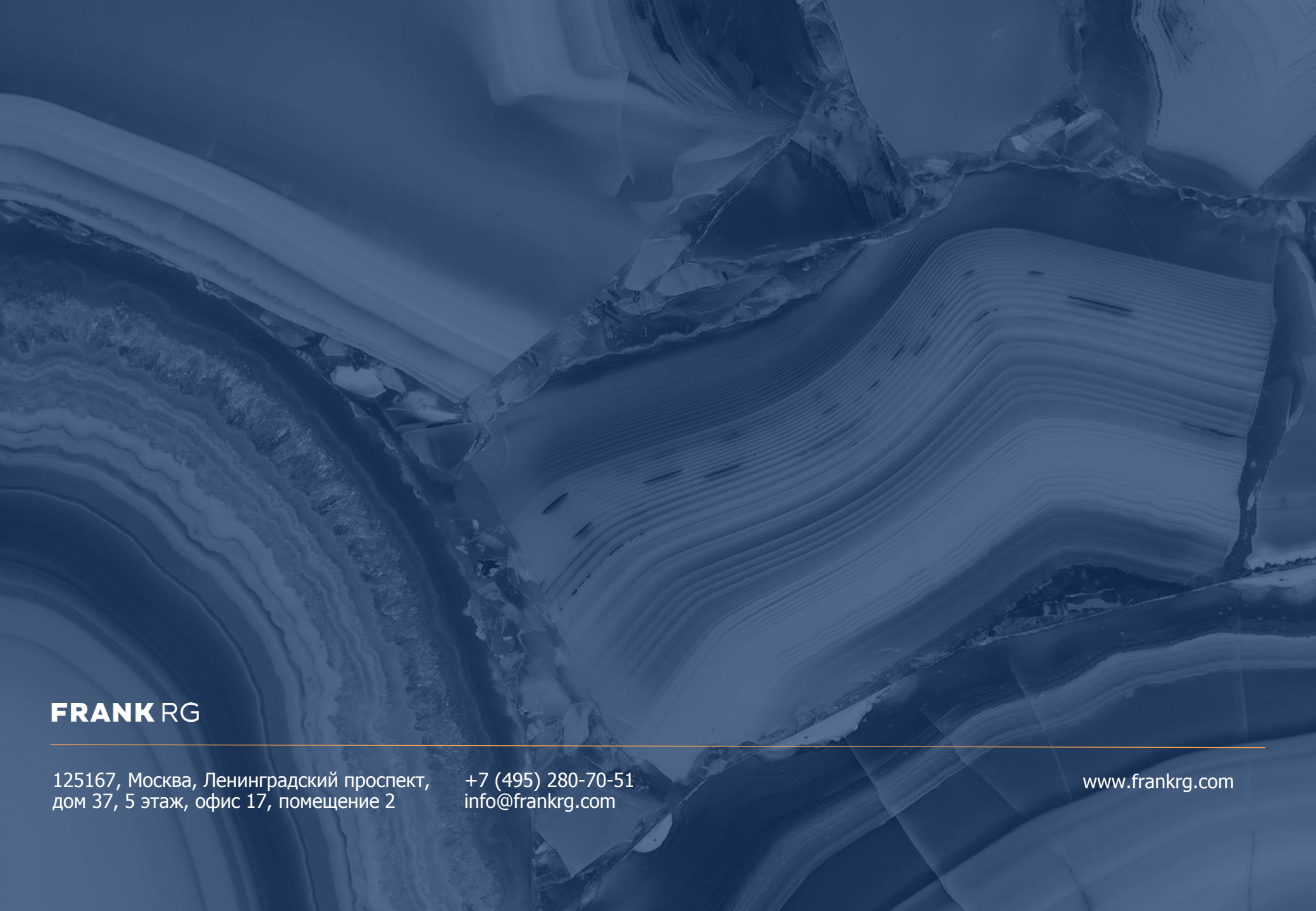
Категории повышенного начисления

Для целей сравнения условий по программам лояльности аналитики Frank RG используют унифицированный список категорий начисления, содержащий дополнительное разделение на **широкие** (включающие несколько видов трат и MCC, например, «Супермаркеты», «Авто», «Путешествия») и **узкие** («Аптеки», «АЗС», «Ж/д билеты»).

Распределение трат держателя карт по категориям, в % от среднемесячных трат



FRGREW1Q2023



FRANK RG

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

+7 (495) 280-70-51
info@frankrg.com

www.frankrg.com