

Банковские дебетовые карты в России 2025

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 2024 году [2]
3. Digital banking [3]
 - 3.1. Исследование функционала ДБО [3.1]
 - 3.2. Исследование клиентского опыта пользования онлайн-банком [3.2]
4. Исследование клиентского опыта в ежедневном банкинге [4]
 - 4.1. Оформление заявки на карту в цифровом канале [4.1]
 - 4.2. Клиентский опыт коммуникаций с банком [4.2]
5. Глобальные тренды в развитии дебетовых карт и ежедневного банкинга: текущие инсайты и перспективы [5]
6. Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки дебетовых карт [6]
 - 6.1. Анализ продуктового предложения дебетовых карт с reward-программами [6.1]
 - 6.2. Пенсионные карты [6.2]
 - 6.3. Детские карты [6.3]
7. Анализ эффективности управления портфелями дебетовых карт на основе benchmark [7]
8. Анализ предпочтений активных клиентов – держателей дебетовых карт (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. Профили трат [II]
- III. Методика расчета чистой выгода по карте [III]

Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

Представляем вашему вниманию инициативное исследование рынка дебетовых карт и ежедневного банкинга в России – исследования формата 360 градусов, объединяющее анализ условий продукта, клиентский опыт, экспертные оценки и международный опыт, бизнес-показатели и оценку цифровых каналов обслуживания.

Перед банками стоит непростая задача активизации клиентской базы в условиях ужесточения конкуренции со стороны новых участников рынка и снижения маржинальности продукта на фоне внешних и внутренних регуляторных, технологических и экономических вызовов.

Дебетовая карта является основным инструментом аквизиции клиента, а дистанционные каналы – основа сервиса ежедневного банкинга на всех этапах взаимодействия банка и клиента. Сервисные составляющие daily banking (доставка карт, удобство и функциональное наполнение диджитал-каналов обслуживания) поддерживают стабильность и лояльность клиентской базы, являясь неотъемлемой частью ценностного предложения.

Клиентское исследование объединяет опыт пользования дебетовыми картами и мобильным приложением, а также взаимодействия клиента с банком в ходе рутинных банковских операций в онлайн-каналах, исследованные посредством онлайн-опроса активной клиентской базы и с помощью тайных покупателей.

Бенчмарк-исследование представляет уникальные метрики продаж, удержания и транзакционной активности клиентов в разрезе доходных и целевых сегментов.



Анна Стогниенко
Старший проектный лидер
stognienko@frankrg.com



Артём Мосин
Старший проектный лидер
mosin@frankrg.com



Дарья Богдашкина
Проектный лидер
bogdashkina@frankrg.com



Мария Ханамирян
Проектный лидер
hanamiryan@frankrg.com



Полина Перелыгина
Старший аналитик
p.perelygina@frankrg.com



Екатерина Каменева
Ведущий аналитик
kameneva@frankrg.com



Алина Кошева
Аналитик
kosheeva@frankrg.com



Владимир Медведев
Младший аналитик
medvedev@frankrg.com



Анастасия Шишкина
Старший аналитик
shishkina@frankrg.com



Яна Хромова
Старший аналитик
khromova@frankrg.com



Свидинский Даниил
Аналитик
svidinskii@frankrg.com



Николаева Ксения
Ассистент аналитика
nikolaeva@frankrg.com

Мы бесконечно благодарны банкам-участникам за их неоценимую помощь и поддержку наших инициатив.

С уважением, команда **Cards & Daily banking Frank RG**

1

Цели и методика исследования

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).

22 банка

156 дебетовых карт

92,5% рынка

7 000+ держателей дебетовых карт

1 000+ активных пользователей онлайн-банка

40+ тайных покупок

15 экспертов рынка

14 аналитиков Frank RG



Основные разделы исследования



Executive summary

Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских дебетовых карт и ежедневного банкинга



Обзор международного опыта карт, программ лояльности и ежедневного банкинга

Международный опыт развития дебетовых карт, reward-программ и ежедневного банкинга.



Digital Banking

Кабинетное исследование: исследование функционала мобильных приложений и интернет-банков

Клиентское исследование: онлайн-опрос 1000+ активных пользователей онлайн-банка



Анализ продуктового предложения

Обобщение условий обслуживания и reward-программ дебетовых карт и операций ежедневного банкинга крупнейших банков и участников исследования, выявление рыночных стандартов, лучших и худших практик обслуживания



Клиентское исследование

- Онлайн-анкетирование 7 000+ активных держателей дебетовых карт банков-участников по единой методике
- Тестирование клиентского опыта ежедневного банкинга тайными покупателями в онлайн и офлайн каналах



Бенчмарк

Анализ бизнес-показателей портфелей, продаж, остатков и транзакционной активности клиентов daily banking в динамике



Экспертные интервью

Мнения руководителей подразделений, ответственных за управление дебетовыми картами и подразделениями daily banking



Рейтинги

- Расчет рейтингов лучших карт и банков на рынке дебетовых карт и ежедневного банкинга
- Рэнкинги карт по чистой выгоде для клиента по продуктам и клиентским сегментам

Цели и методика исследования (1/2)

Цели и задачи исследования:

- Определить расстановку сил и приоритетов среди банков на рынке и сформулировать основные тенденции развития рынка дебетовых карт и ежедневного банкинга;
- Описать основные изменения на рынке (2023 г. – 2024 гг.);
- Сравнить уровень клиентской выгоды и условия по карточным программам вознаграждений;
- Сравнить количественные и бизнес-результаты портфелей дебетовых карт банков-участников;
- Установить benchmark для оценки эффективности управления портфелями дебетовых карт и динамики развития рынка в будущем;
- Выяснить предпочтения и опыт клиентов банков в дебетовых картах и программах вознаграждений.

Сроки проведения исследования: декабрь 2024 – март 2025 г.

Объекты исследования: дебетовые карты ТОП-20 банков*, а также банков-участников исследования. Было проанализировано свыше 150 дебетовых карт, выпускаемых 22 участниками рынка, доля которых составляет 92,5% рынка дебетовых карт.

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

- Кабинетного исследования (сборник тарифов с количественными и качественными параметрами дебетовых карт и операций ежедневного банкинга – более 200 ключевых параметров);
- 15 экспертных интервью с представителями банков, отвечающих за управление портфелями дебетовых карт и ежедневного банкинга;
- Benchmarking-анкетирования 7 банков, проводимого по клубной системе обмена данными между банками-участниками face-to-face (банки, раскрывшие собственные показатели получают доступ к данным всех остальных участников);
- Исследования функционала онлайн-банков (мобильных приложений и интернет-банков) 22 банков;
- Исследования клиентского опыта оформления дебетовой карты и операций ежедневного банкинга в 22 банках;
- Voice of the Customer – онлайн-опроса более 7 тыс. держателей активных дебетовых карт и 1 000 активных пользователей цифровых каналов обслуживания.

Уникальность исследования:

- Первое и единственное на рынке исследование дебетовых карт, основанное на анализе как качественных, так и количественных данных, в частности, данных, характеризующих экономическую эффективность портфелей карт, остатков, транзакций и reward-программ;
- Единственное на рынке исследование, участники которого получают доступ к данным управленческого учета и детализированным бизнес-показателям других банков, не доступным в официальной отчетности и публичных источниках (при условии раскрытия собственных данных);
- Взгляд банковского специалиста и аналитика дополнен анализом клиентских предпочтений в рамках исследования Voice of the Customer.

* по остаткам на текущих и накопительных счетах на 01 декабря 2024 г.

Источник: Frank RG, Мониторинг рынка розничных банковских услуг, 2024

Цели и методика исследования (2/2)

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

В связи с этим методика имеет следующие ограничения:

- Подразумевается, что клиент осуществляет все свои ежедневные безналичные траты по одной карте (является картой первого выбора).
- Подразумевается, что клиент ведет себя рационально, стремясь извлекать максимальную прибыль (выбирая соответствующую структуру 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 остатки средств на всех привязанных к карте текущих счетах (спецкарточные, накопительные и сберегательные).
- При расчете выгоды учитываются регулярные и декларируемые в условиях программ начисления от партнеров по соответствующим категориям трат в соответствии с профилем клиента.
- Ценность полученного вознаграждения оценивается численно («клиент, потратив по карте 100 тыс. руб., получит вознаграждение, эквивалентное 1 000 руб.»); не учитывается ценность вознаграждения с точки зрения клиента.
- Расчет полученного вознаграждения производится на двухгодичном горизонте, позволяющем более точно и объективно сравнить расходы по обслуживанию карт и размер максимально возможного вознаграждения.

Участники исследования

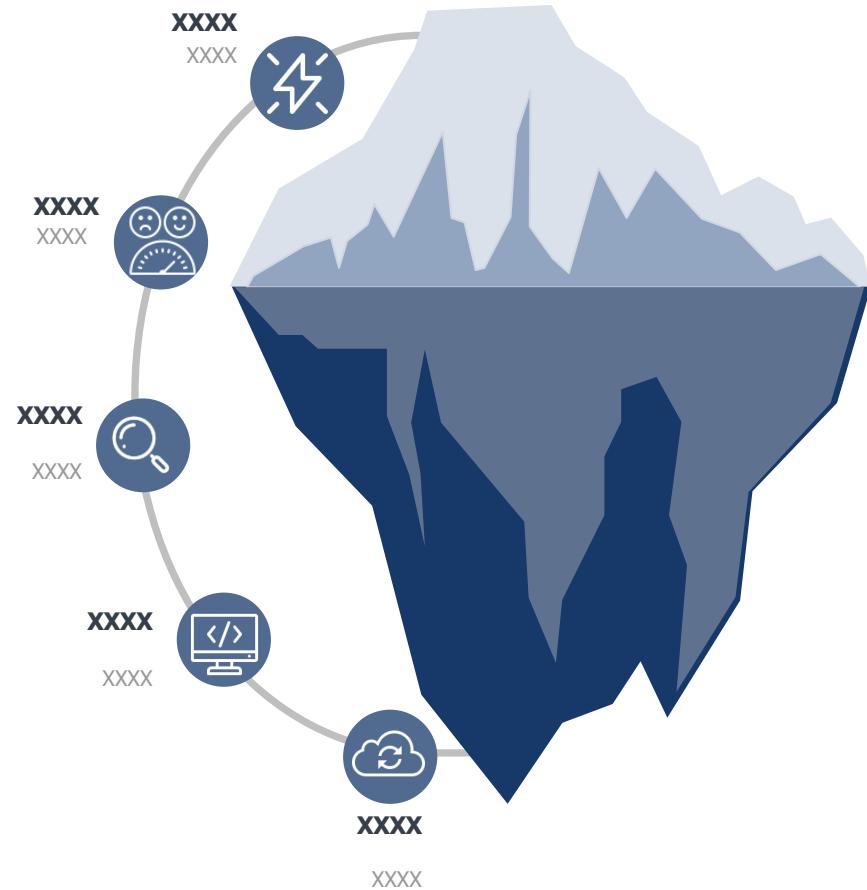
Исследуемые банки

1. Сбербанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Газпромбанк
5. Т-Банк
6. Райффайзен Банк
7. ПСБ
8. Россельхозбанк
9. Банк Санкт-Петербург
10. Банк ДОМ.РФ
11. Совкомбанк
12. МКБ
13. Банк УРАЛСИБ
14. УБРиР
15. Банк Ак Барс
16. МТС Банк
17. АТБ
18. ОТП Банк
19. Кредит Европа Банк
20. Эксси-Банк
21. Яндекс Банк
22. Ozon Банк

2

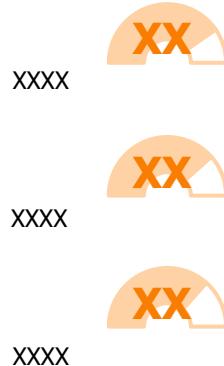
Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских дебетовых карт в 2024 году

Диджитализация рынка: инновации в



Важность для клиентов наличия функции в приложении банка,
оценка по 5 бальной шкале, где 5 – очень важно, 1 – совсем неважно

Наиболее востребованные



Наименее востребованные



Международный опыт: есть ли что позаимствовать?

Что у нас есть и адаптировано лучше?

XXXX

XXXX

XXXX

Что перенять и адаптировать?

XXXX

XXXX

XXXX



Главные приоритеты в 2025 году – ... и ...

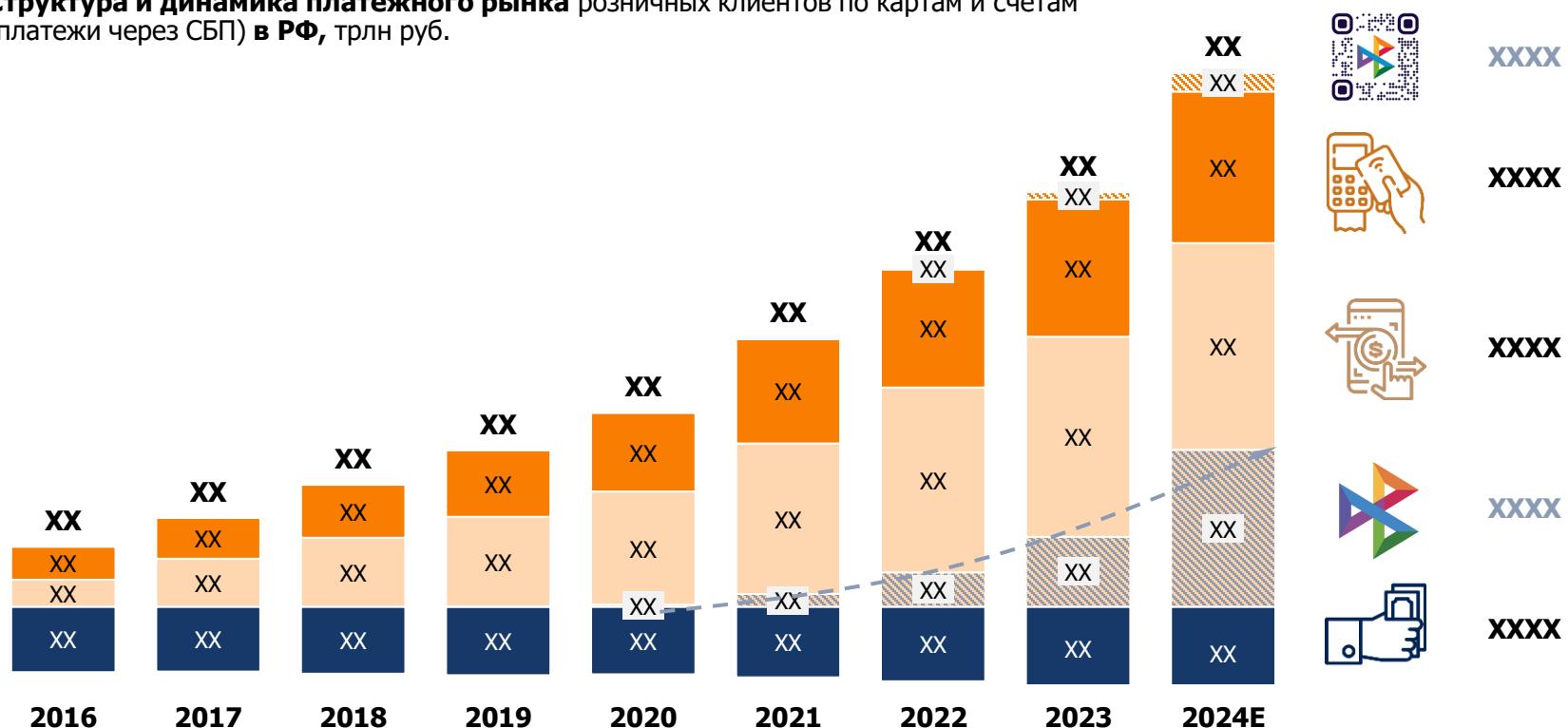
Ключевые задачи развития daily banking в 2025 году,
Оценка в % от упоминаний экспертов рынка с учетом приоритизации



Эксперты банков-участников исследования

Карточные операции – по-прежнему основа платежного рынка в РФ, однако основной рост обеспечивается развитием СБП

Структура и динамика платежного рынка различных клиентов по картам и счетам (платежи через СБП) в РФ, трлн руб.



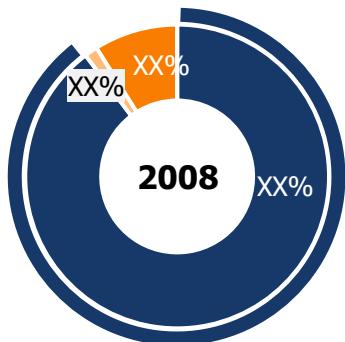
Эволюция платежного рынка: ...

Структура транзакций розничных клиентов по картам и счетам (платежи через СБП) в РФ

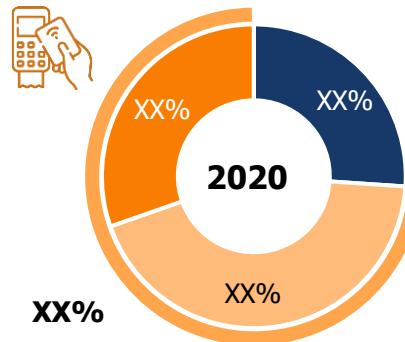
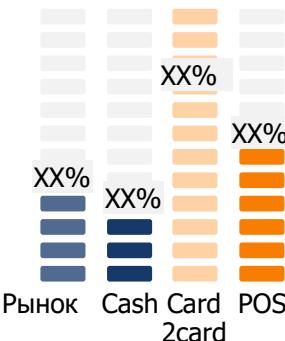
2008 – 2013 ... first

2014 – 2020 ... first

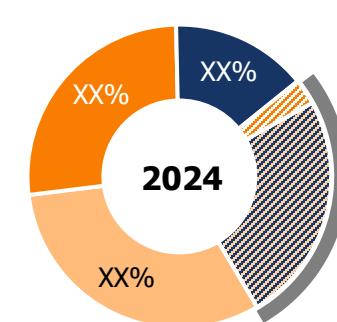
2021 – first



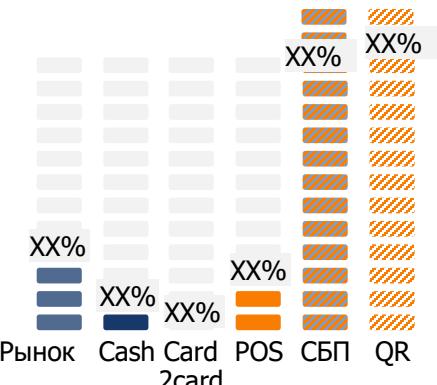
CAGR 2008-2013, %



CAGR 2014-2020, %



CAGR 2021-2024, %

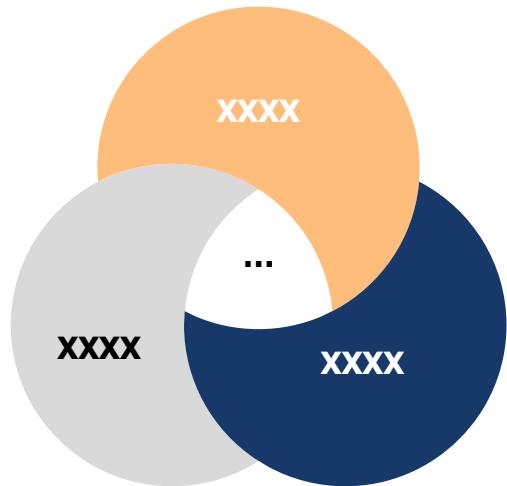


Клиенты daily banking – не только держатели дебетовых карт

Критерии активности клиентов daily banking в моделях банков

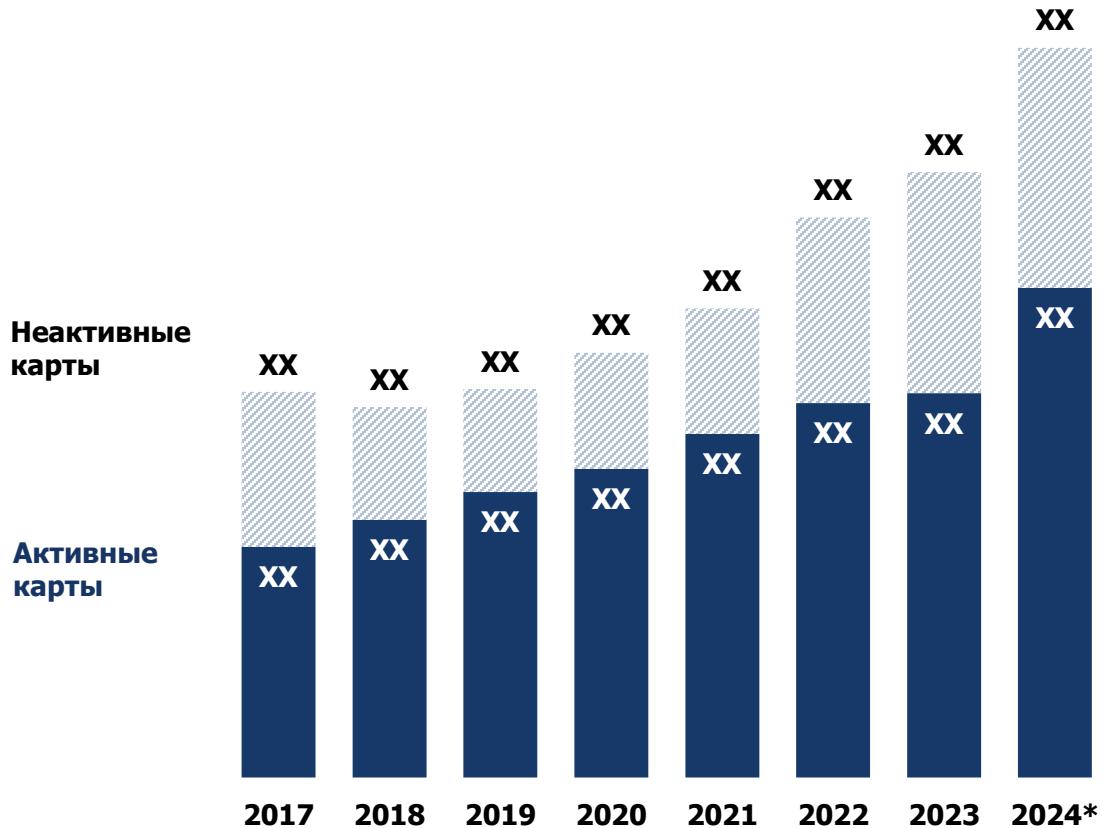


Эксперты банков-участников исследования



Количество банков на рынке ..., в кошельках клиентов – ...

Количество выпущенных дебетовых карт, млн шт.



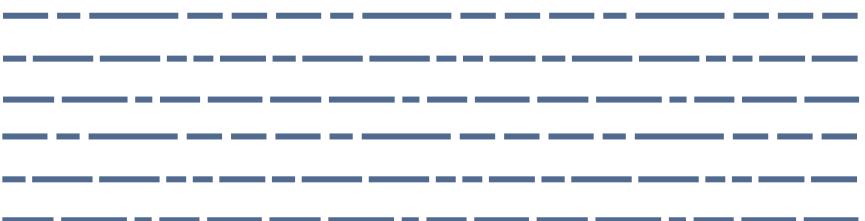
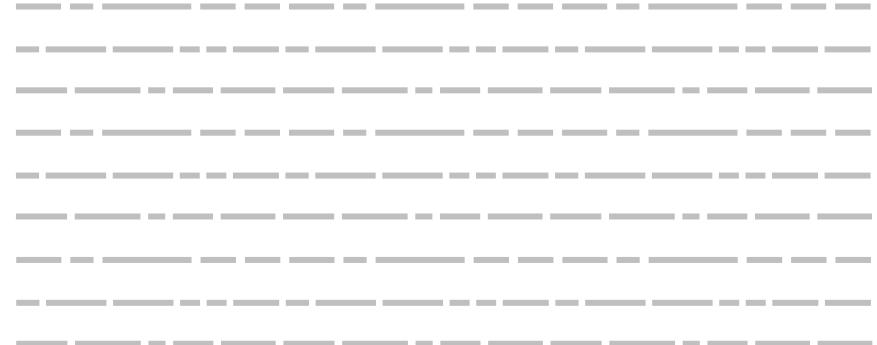
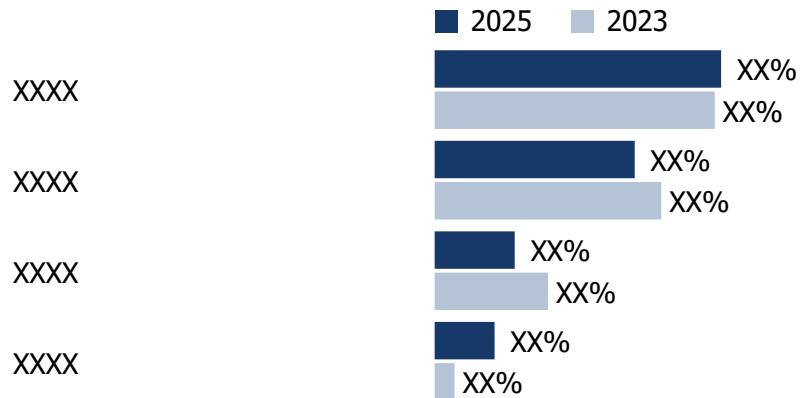
Проникновение ... в экономически активное население:

Δ
2024/2023



Основным каналом пополнения карты для XX% клиентов является ...

Как вы пополняете дебетовую карту банка?, % респондентов



Из интервью с экспертами банков

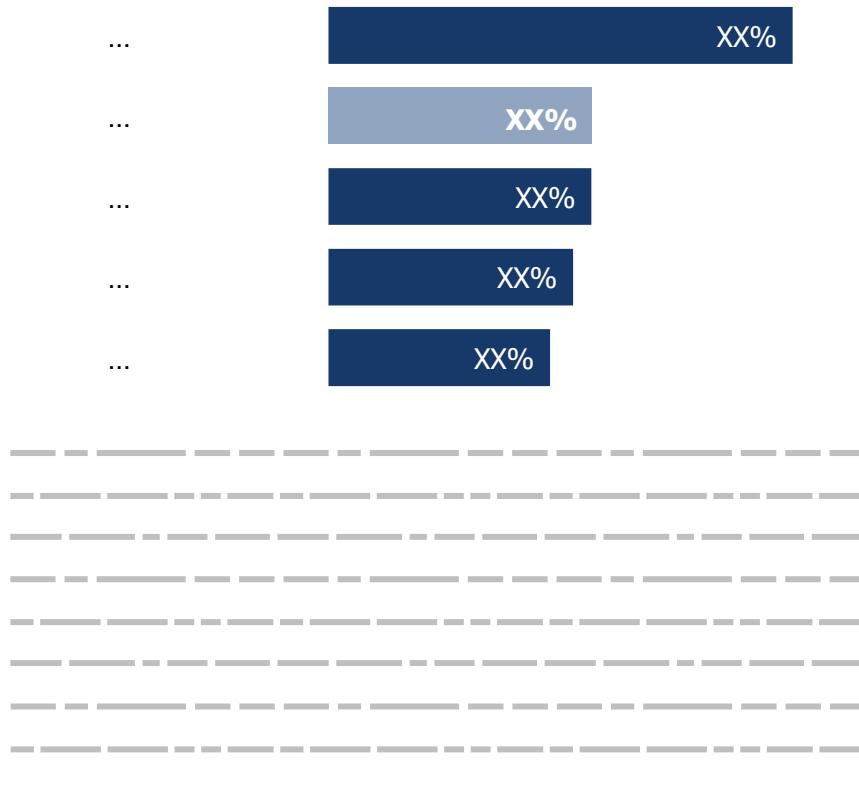
Приоритеты выбора карты

Приоритетность критериев выбора дебетовой карты,
% упоминаний, 2025



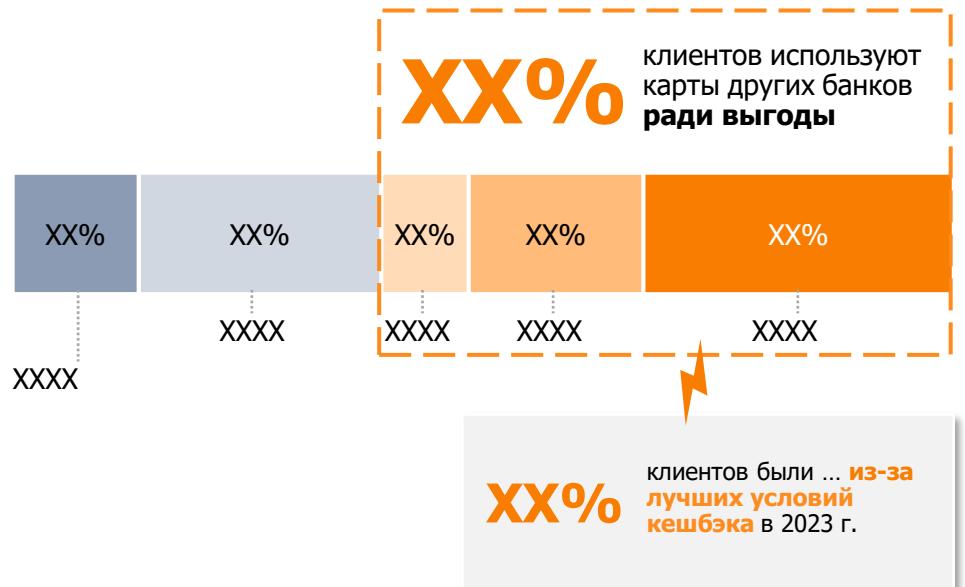
XX% ... клиентов используют карты нескольких банков ради выгоды

Карты маркетплейсов проникли в кошельки 22% активных держателей дебетовых карт



XX% клиентов **не хотят**
... в кошельке

Причины открытия карты в другом банке, % респондентов



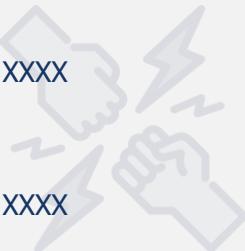
Клиентскую лояльность поддерживает ...



Ассоциации с дебетовой картой у активных клиентов:

XX%

XXXX

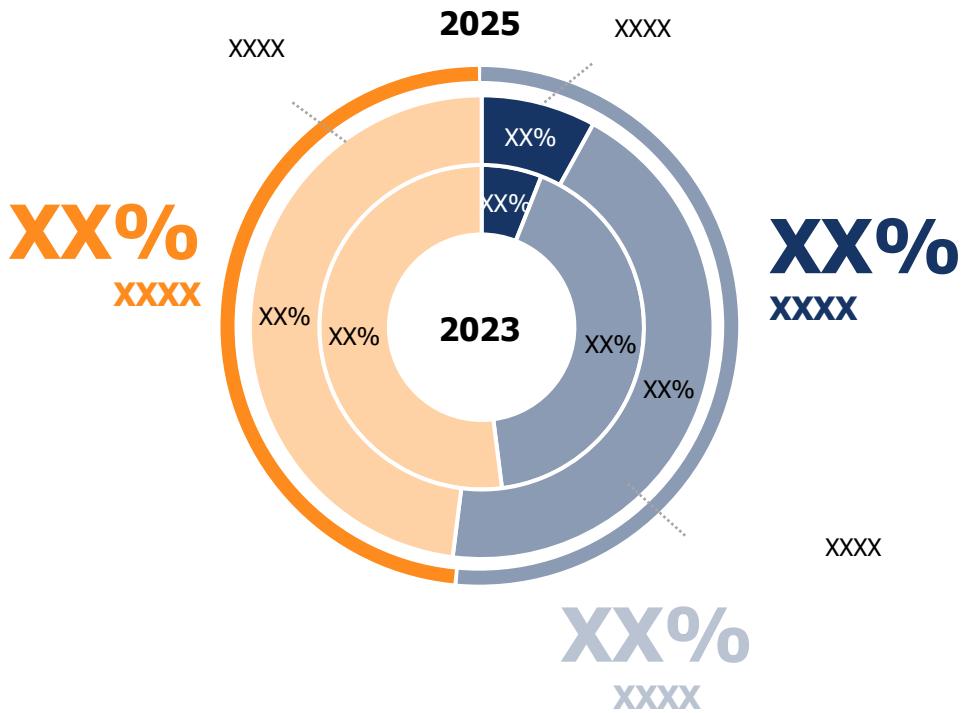


XX%

XXXX

Из интервью с экспертами банков

Как вы воспринимаете свой банк?, % респондентов



Подписки: must-have продуктового предложения ...

Преимущества банковских подписок

Финансовые



XX банков (XX к 2023 г.)

XXXX

XX подписок

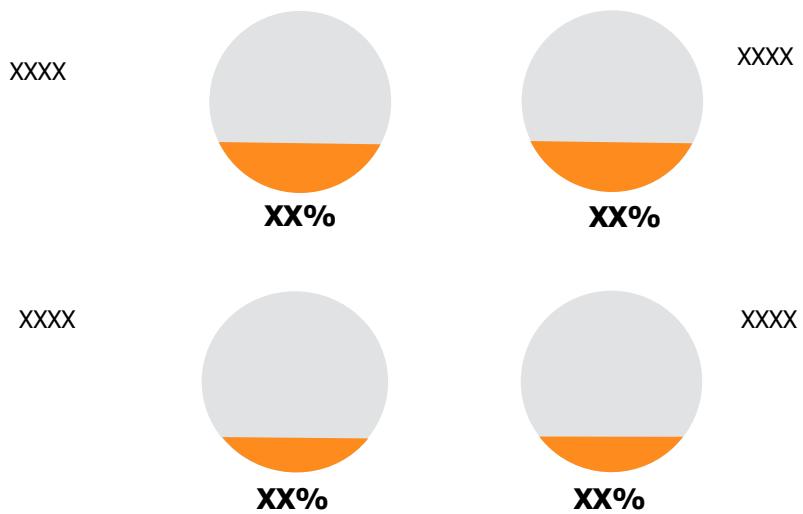
XXXX

XX руб./мес.

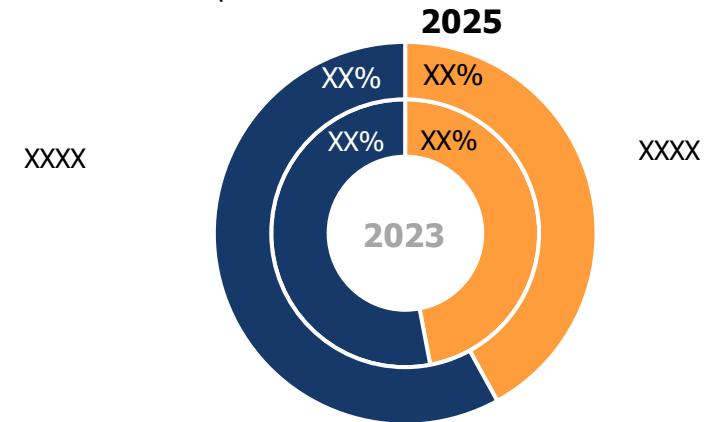
XXXX

Роль форм-факторов в росте рынка: ...?

Подходы к развитию бизнеса виртуальных / цифровых карт,
% упоминаний экспертов

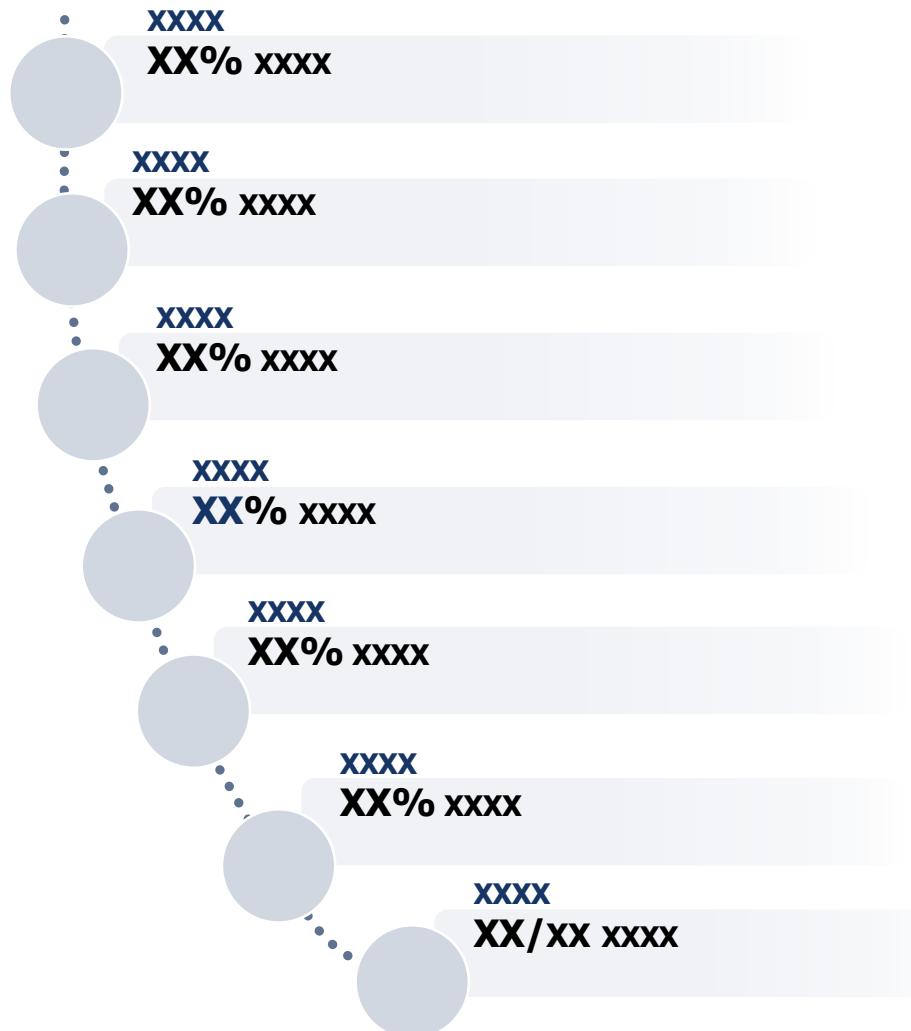


Насколько для клиентов важен дизайн карт?,
% ответов экспертов



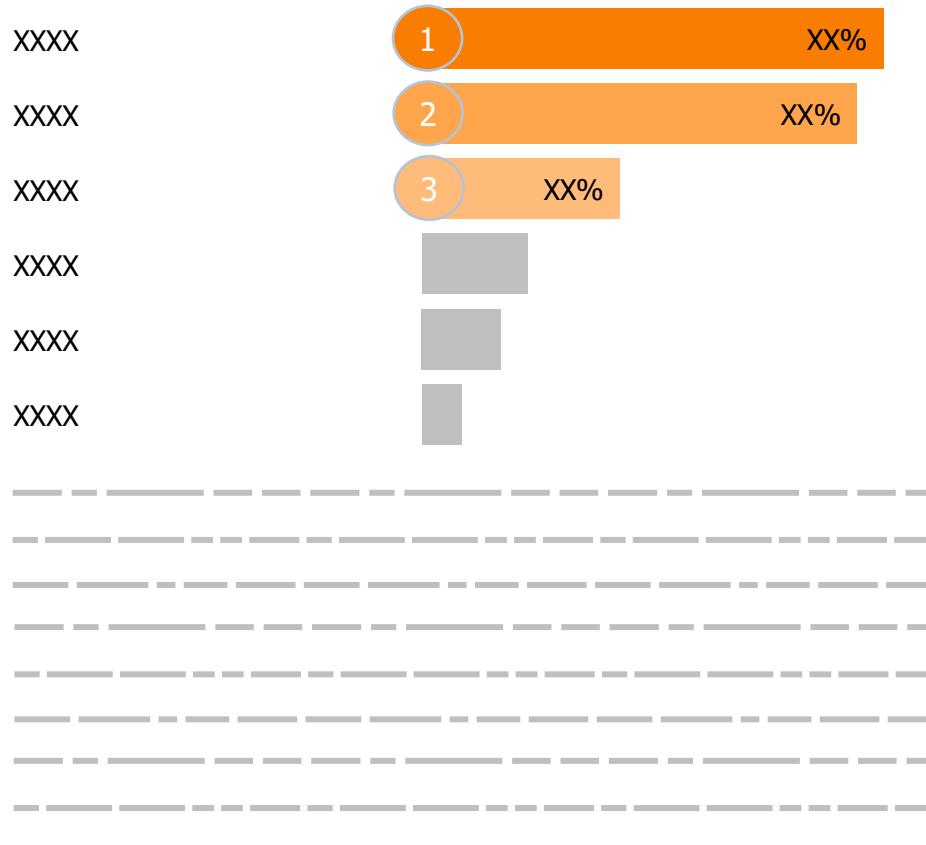
Эксперты банков-участников исследования

Онлайн – основа сервиса daily banking на всех этапах клиентского пути

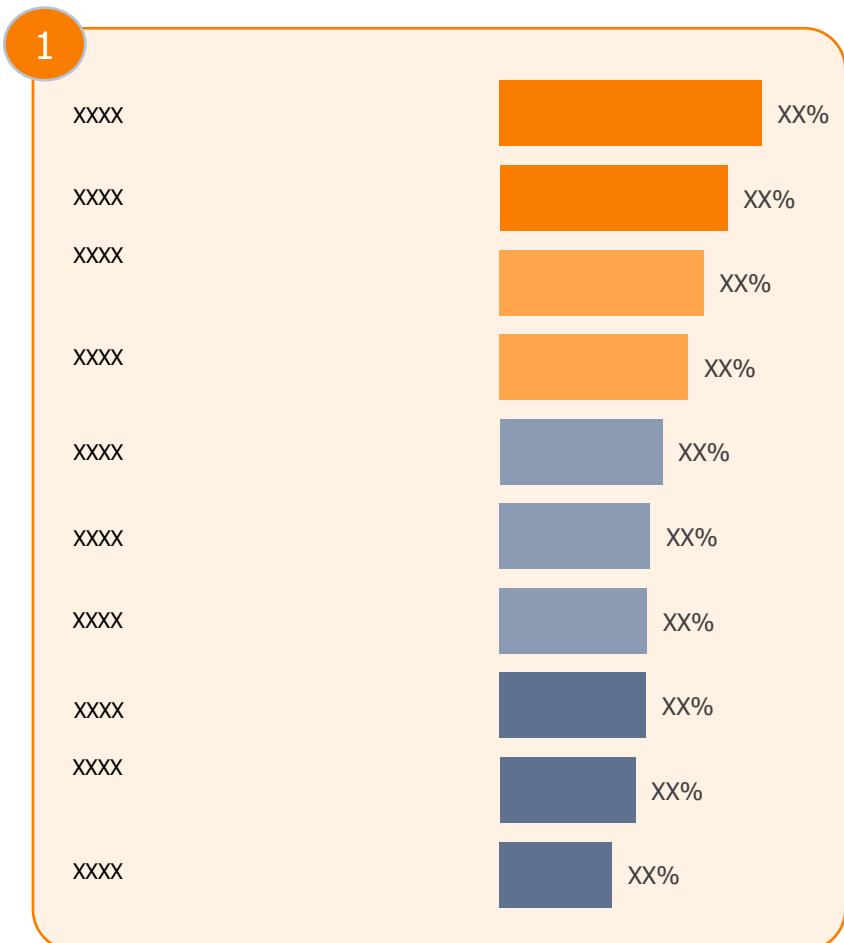


Самые важные функции мобильного приложения у клиентов

Ранжированная оценка важности разделов мобильного банка,
% респондентов, поставивших раздел на 1-ое место

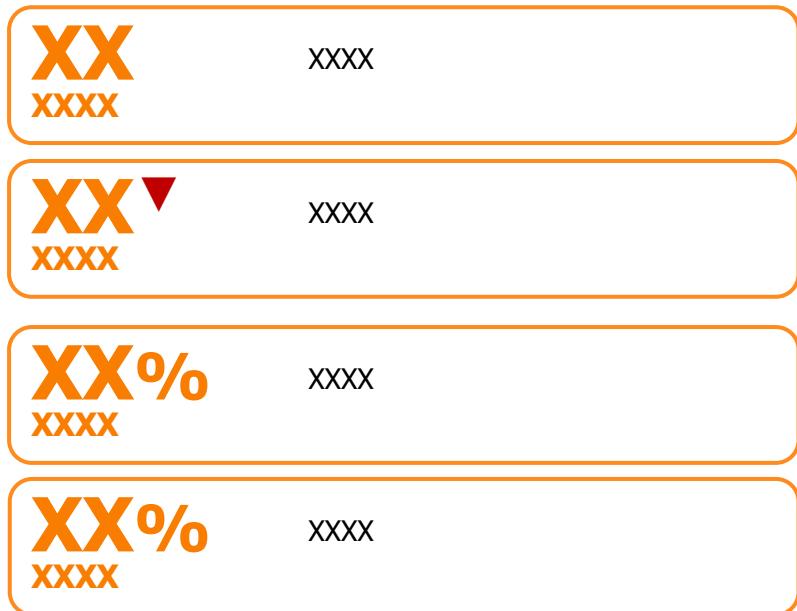
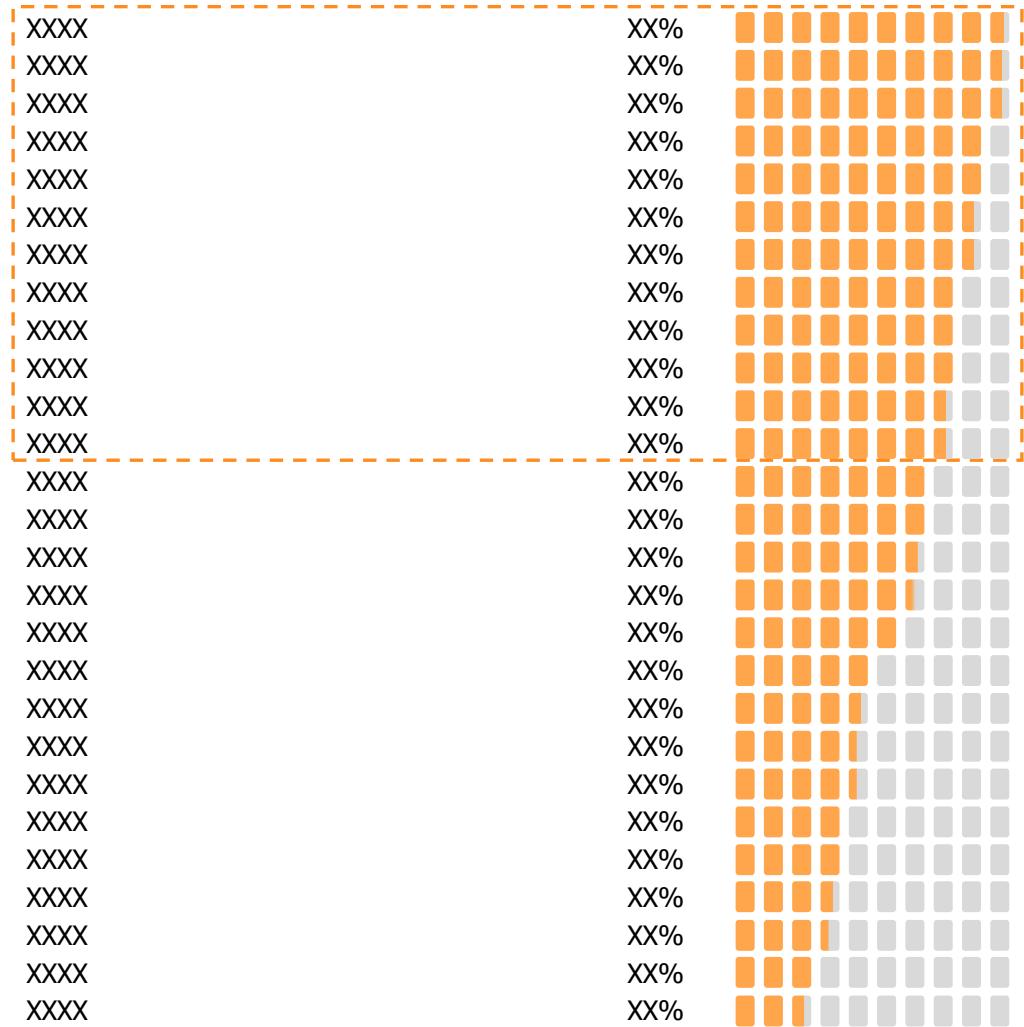


Использование функционала управления картой,
% респондентов, использующих функции



Клиенты активно пользуются ... функционалом

Пользование функционалом онлайн-банка, %



Комментарий Frank RG:

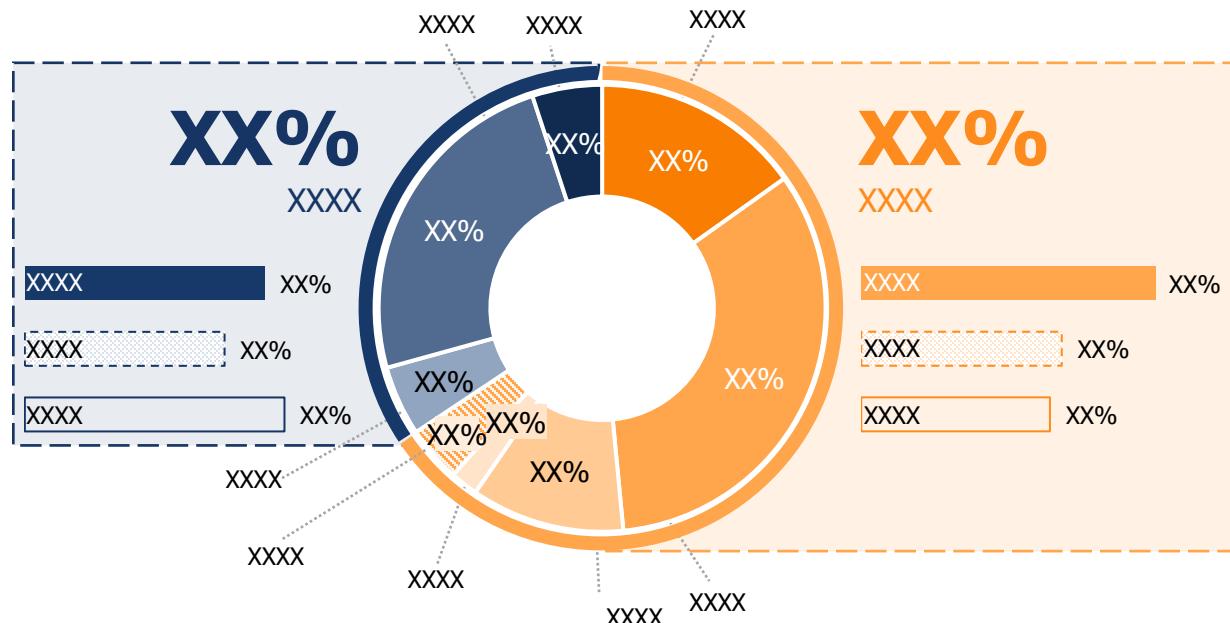
XXXX

Основные каналы обращения клиентов при возникновении проблем

Куда вы обращались за решением своей проблемы?, % респондентов



Каждый ХХ сталкивается с проблемами при использовании карты



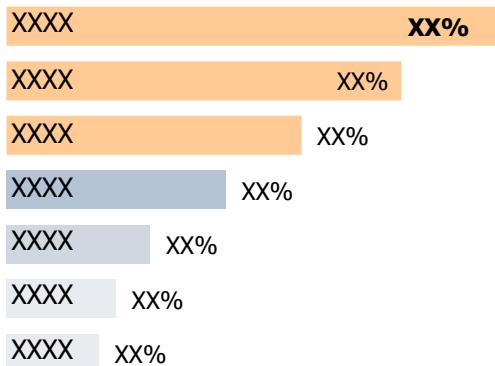
Доля активных пользователей мобильного банка, ежемесячно использующих каналы решения проблем, %



Фокус ежедневного банкинга – правильные и уместные коммуникации с клиентом



Предпочтительный формат коммуникаций от банка, % респондентов



Тематика коммуникаций, %, результаты mystery shopping



Стратегия развития ежедневного банкинга на 2025 год



**+ 30 слайдов
в полной версии отчета**

3 **Digital banking**

Методология исследования функционала

Методология:

- В рамках исследования тестировались:
 - мобильные приложения на платформе Android.
- Период исследования: март 2025 г.
- Исследовался функционал мобильных приложений:
 - Вход и регистрация;
 - Онбординг;
 - Доступность и настройки безопасности карты;
 - Возможность установления лимитов;
 - Управление расходами (аналитика финансов, история платежей);
 - Daily banking;
 - Reward-программы.
- Анализировались лучшие и худшие практики, а также самые интересные примеры реализации функционала.
- В оценках не принимались во внимание:
 - внешний вид приложения;
 - субъективная оценка удобства / эстетическая оценка.

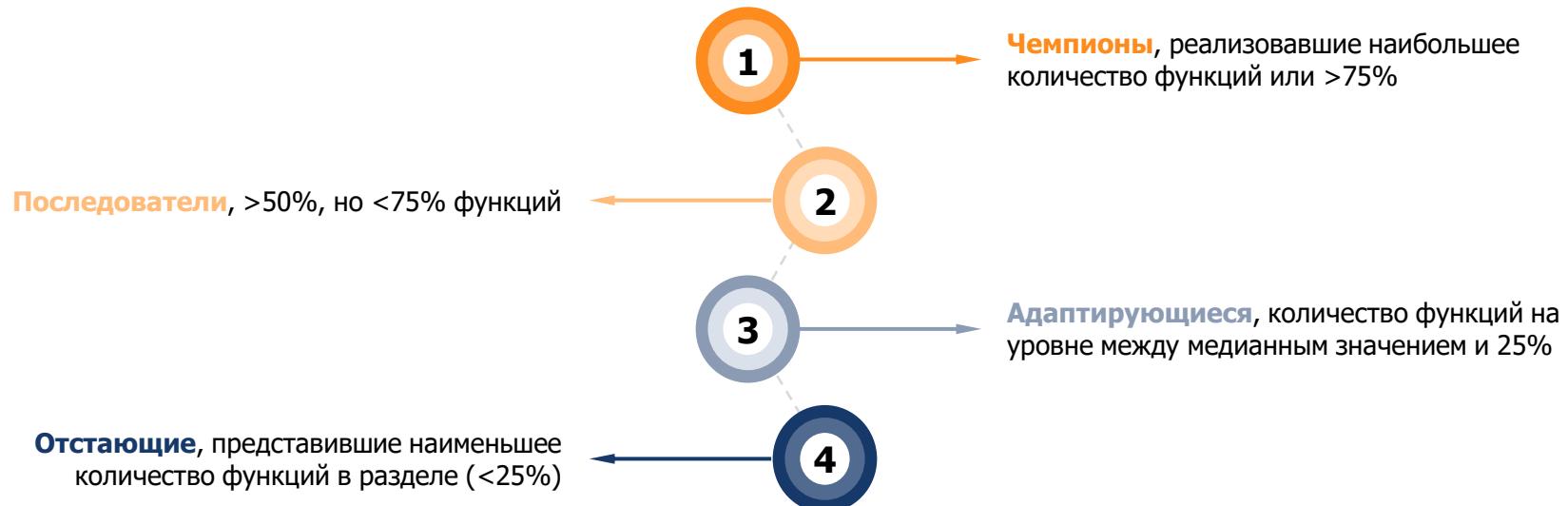
Исследуемые банки:

1. СберБанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Газпромбанк
5. Т-Банк
6. Райффайзен Банк
7. Россельхозбанк
8. ПСБ
9. Банк Санкт-Петербург
10. МКБ
11. Совкомбанк
12. Уралсиб
13. Ак Барс Банк
14. УБРиР
15. МТС Банк
16. ОТП Банк
17. АТБ
18. ЭКСИ-Банк (Экосистема МТС)
19. Кредит Европа Банк
20. Банк ДОМ.РФ
21. Яндекс Банк
22. Ozon Банк

Методика распределения банков на группы

По итогам оценки функциональности ДБО банки распределяются по группам в зависимости от степени реализации функционала в каждом разделе исследования.

Отнесение банка к одной из групп осуществляется в зависимости от того, какая доля от максимального количества возможных функций была в нем реализована. Таким образом, каждый банк был отнесен к одной из четырех групп:



Список исследуемых функций

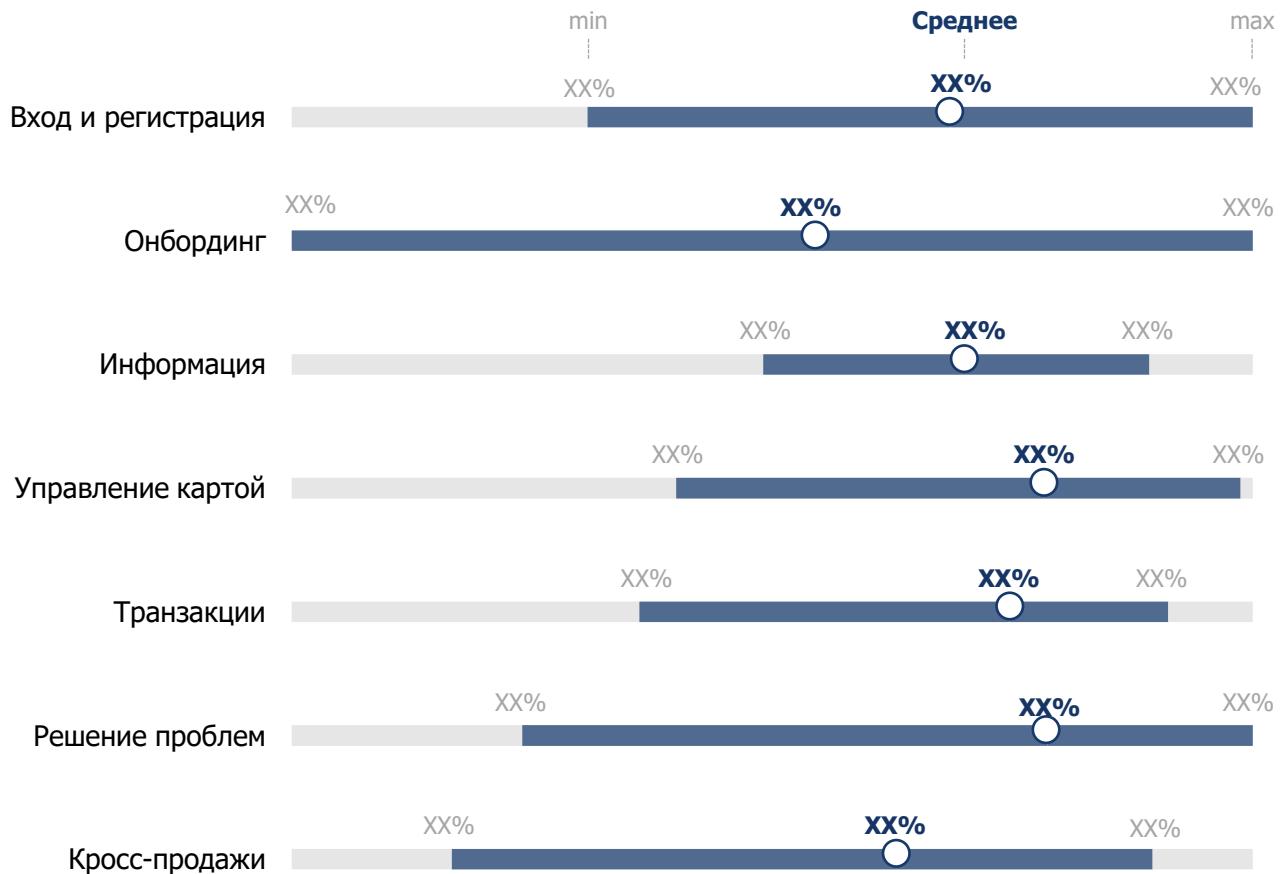
Раздел	Группа функций	Кол-во Ф	Кол-во У
1. Вход и регистрация	Авторизация	XX	XX
	Вход в МП	XX	XX
	Восстановление доступа в личный кабинет	XX	XX
2. Онбординг	Обучающие материалы	XX	XX
	Доступ к инструкциям в любой момент	XX	XX
3. Информация	Информация о доступном балансе карты	XX	XX
	Реквизиты счета	XX	XX
	Реквизиты карты	XX	XX
	Информация об условиях обслуживания	XX	XX
	Техническая поддержка	XX	XX
	Настройки СМС/Push-уведомлений	XX	XX
	История транзакций	XX	XX
	Аналитика финансов	XX	XX
	Программа лояльности	XX	XX
	Доступ к документам	XX	XX
	Геймификация	XX	XX
	Кастомизация приложения	XX	XX
	Super-app	XX	XX
4. Управление картой	Доступ к карте	XX	XX
	Установка лимитов по карте	XX	XX
	Управление безопасностью карты	XX	XX
	Управление счетами	XX	XX
	Валютные операции	XX	XX
	Изменение статуса карты	XX	XX

Раздел	Группа функций	Кол-во Ф	Кол-во У
5. Транзакции	Платежи	XX	XX
	Переводы	XX	XX
	Система Быстрых Платежей	XX	XX
	Пополнение дебетовой карты	XX	XX
	Совершение онлайн покупки	XX	XX
	Совершение онлайн покупки	XX	XX
6. Problem Solving	Снятие наличных	XX	XX
	Чат/чат-бот	XX	XX
	Голосовой ассистент	XX	XX
	Составление обращения	XX	XX
	Решение нестандартных вопросов в диджитал-каналах	XX	XX
7. Кросс-продажи	Умная камера	XX	XX
	Оформление продуктов в приложении	XX	XX
	Акции	XX	XX
	Управление безопасностью карты	XX	XX

3.1 Исследование функционала ДБО

Реализация функционала мобильного банка

Реализация функционала мобильного приложения по разделам,
% банков, реализовавших функционал



Вход и регистрация. В XX% мобильных банков доступен вход по номеру телефона



📞 xxxx 🙋 xxxx 💳 xxxx 💰 xxxx 📎 xxxx 📧 xxxx 💳 xxxx 💰 xxxx 📱 xxxx 📩 xxxx

xxxx

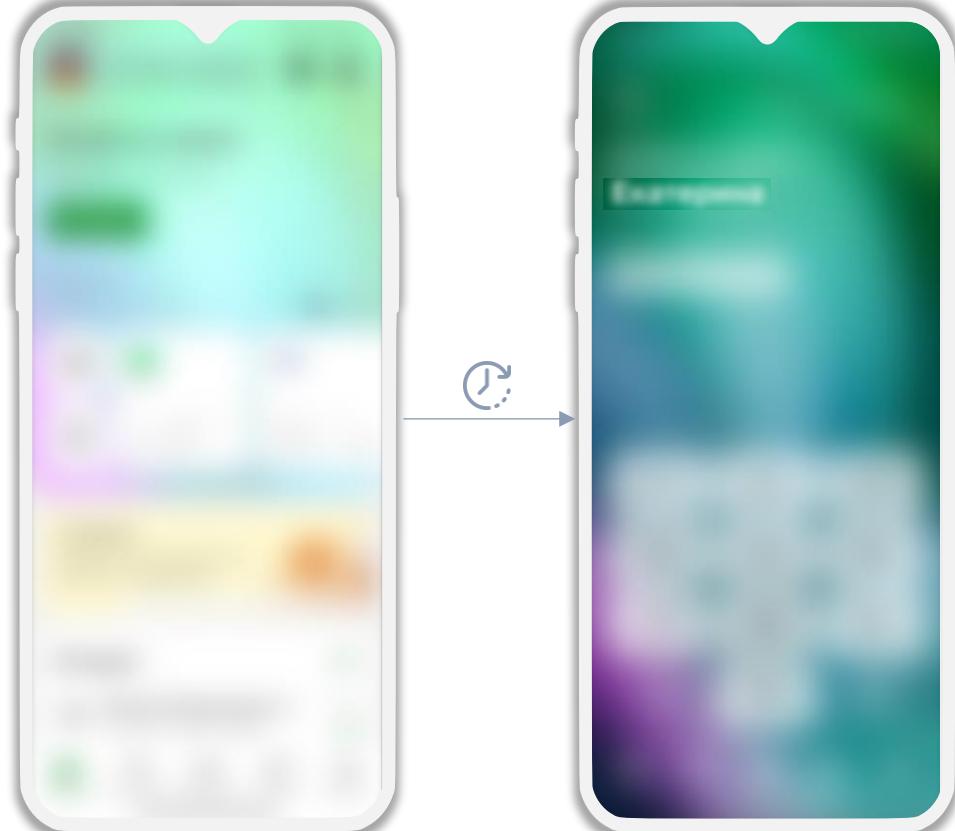
XX%

Автоворход из мобильного приложения как защита аккаунта

xxxx

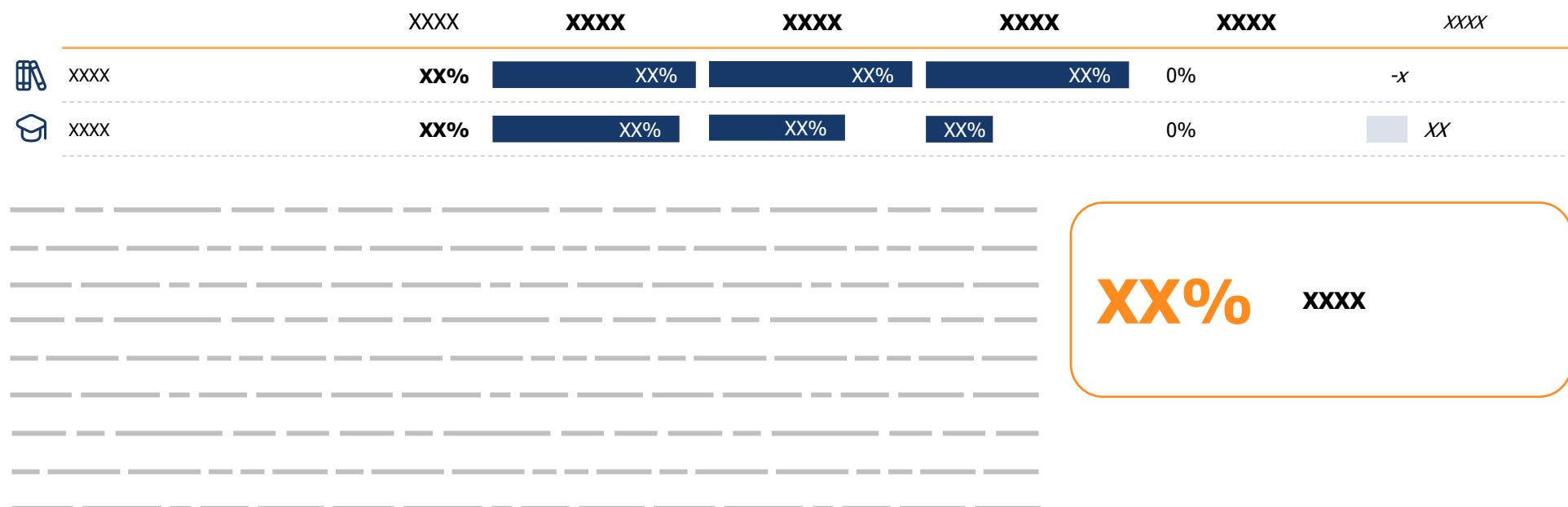


Пример реализации функционала



Онбординг. XX банков не предоставляет пользователям инструкций

Глубина реализации функционала по группам банков, %



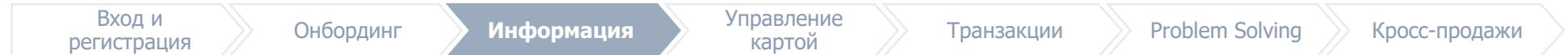
*Результаты digital-тестирования, результаты онлайн-опроса 1 000+ пользователей онлайн-банков, 2023
Источник: Frank RG, результаты digital-тестирования, 2025



Информация. Игры и сервисы ... в банках

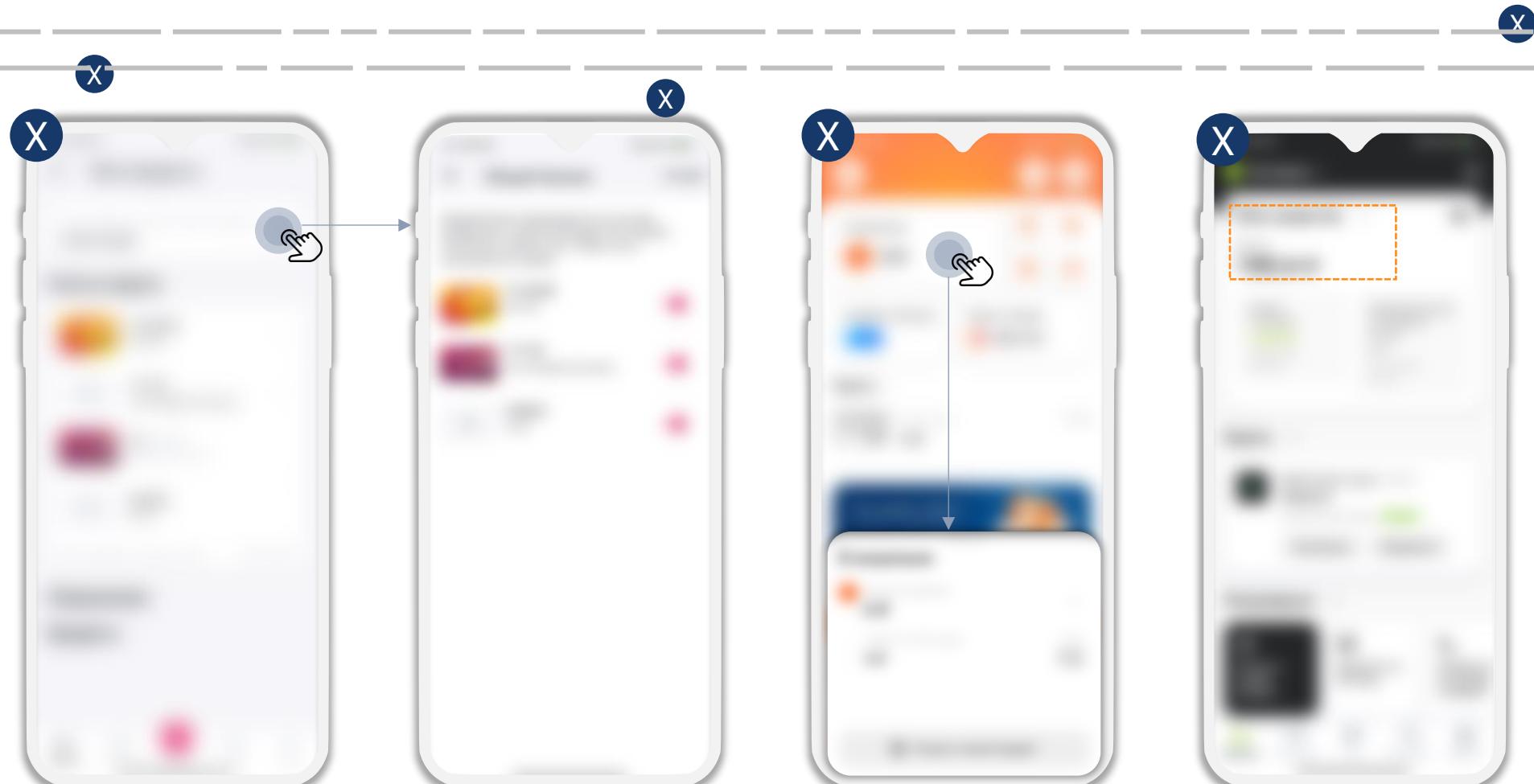
Глубина реализации функционала по группам банков, %

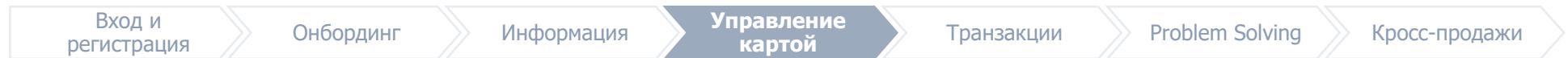
	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	100...	XX%
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	XX%	XX%	XX
	XXXX	XX%	XX%	8%...	XX%	XX% XX



Гибкость отображения общего баланса реализована ... банках

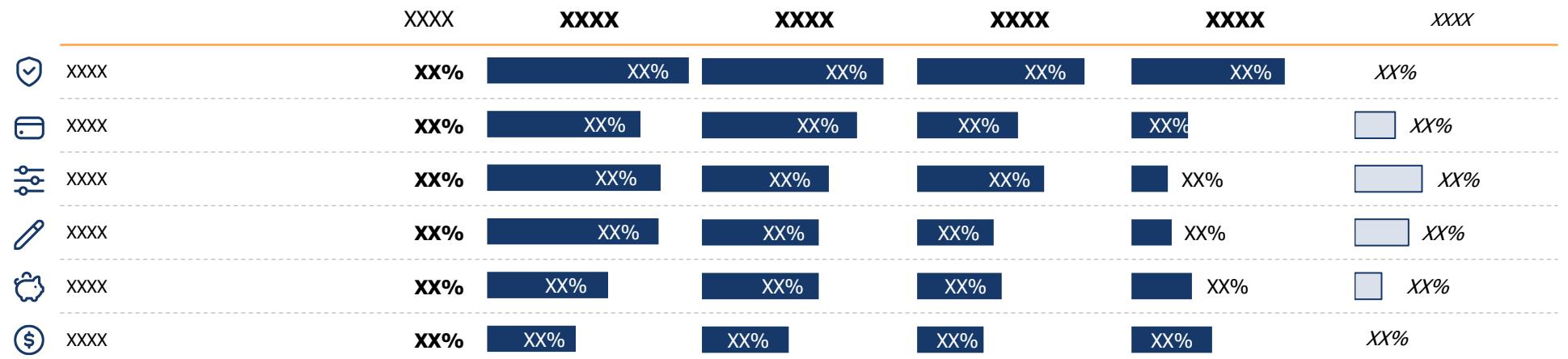
Информация. Обзор всех доступных средств на счетах





Управление картой. Основные функции безопасности

Глубина реализации функционала по группам банков, %

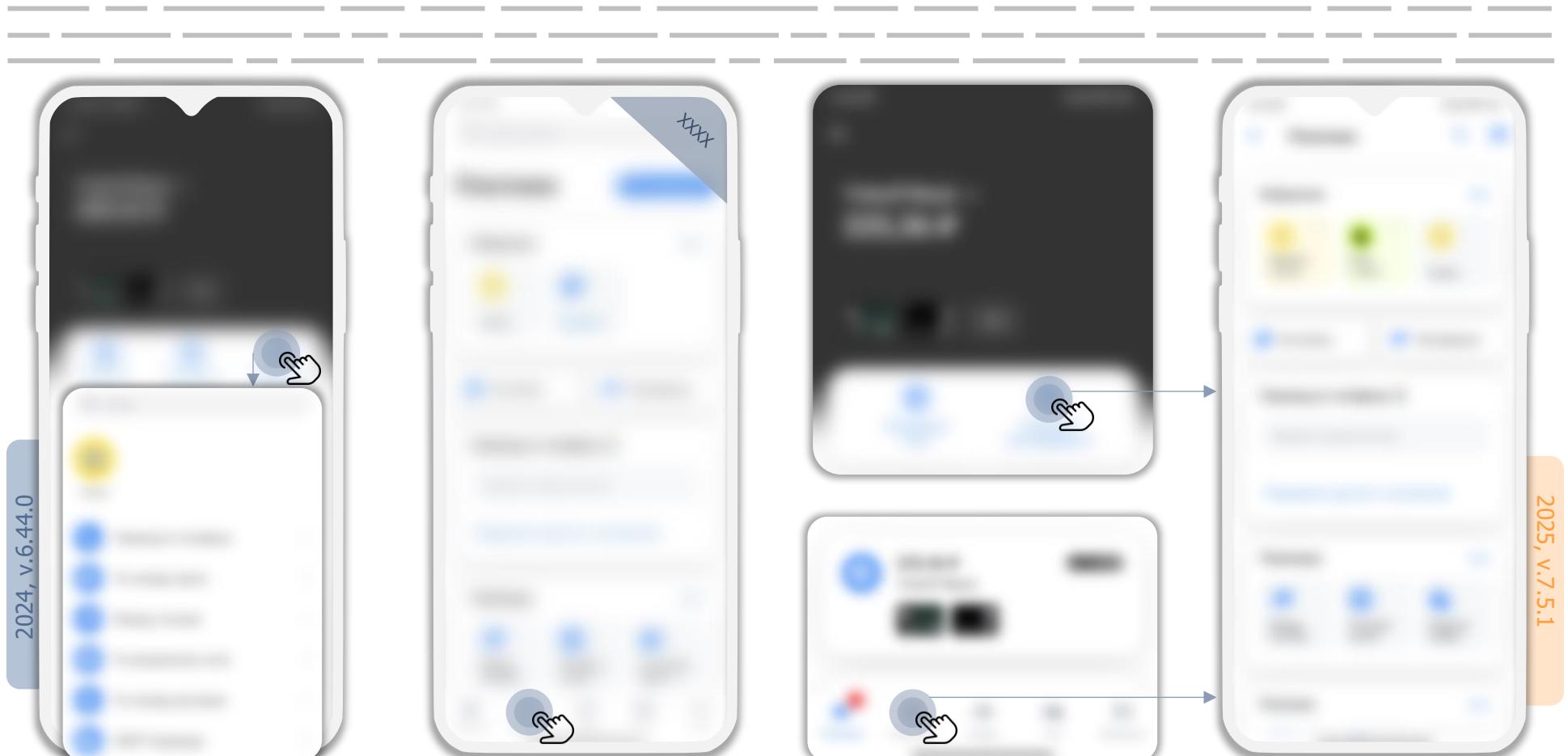


XX%

XXXX

Стандартизация сценариев переводов

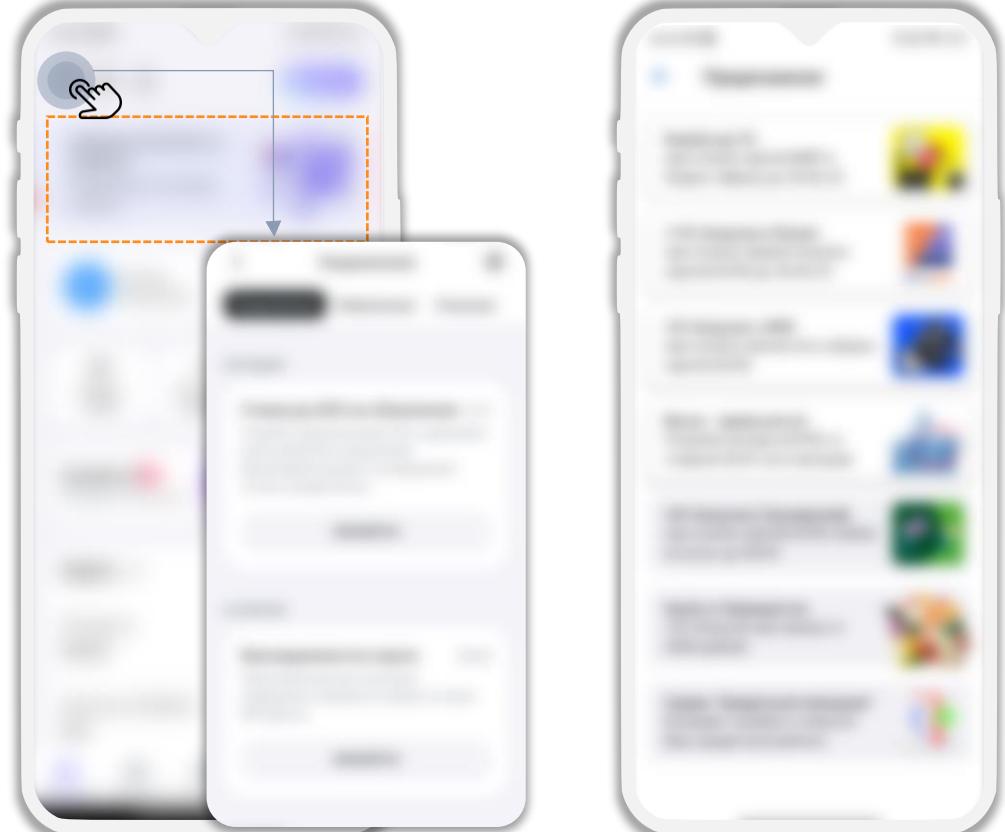
Транзакции. Паттерн переводов через платежи



Персональные предложения стали привычной частью интерфейса

Кросс-продажи. Персональные предложения и акции

Пример реализации функционала



XX%

xxxx

**+ 35 слайдов
в полной версии отчета**

3.2 Исследование клиентского опыта пользования онлайн-банком

Методика и участники клиентского опроса

Компания Frank RG провела панельный опрос среди активных пользователей онлайн-банков.



Дата проведения опроса: март 2025 г.



Количество полностью заполненных анкет: 1 000 штук.



Целевая аудитория: активные пользователи онлайн-банков



Формат опроса: панельный онлайн опрос



Цель опроса – получить оценки востребованности и оптимальности реализации различных функций в банковских мобильных приложениях, выявить лучшие и худшие практики.

Результаты данного исследования должны приниматься с определенными оговорками: были установлены квоты по крупнейшим банкам.

- Не более 30% выборки – монопользователи приложения Сбербанка
 - Не более 25% – монопользователи приложения Т-Банка
- Также были установлены социально-демографические квоты.
- По возрасту – от 18 лет, в соответствии с половозрастным распределением по Росстату, респонденты 60+ – не более 5%
 - По географии – не более 25% Москва и Московская область

Детализированные результаты опроса представлены в формате Excel.

Исследуемые банки:

СберБанк

АК Барс Банк

ВТБ

МТС Банк

Альфа-Банк

ЭКСИ – Банк

Газпромбанк

ОТП Банк

Т-Банк

АТБ

Райффайзен Банк

Кредит Европа Банк

Ozon Банк

Банк ДОМ.РФ

Яндекс Банк

Россельхозбанк

Почта Банк

ПСБ

Банк Санкт-Петербург

МКБ

Совкомбанк

Банк Уралсиб

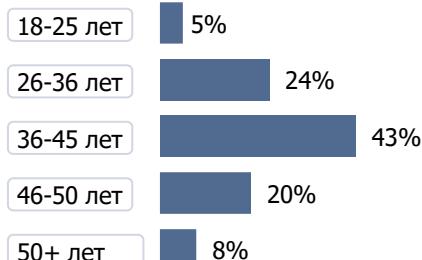
Социально-демографические характеристики выборки

Распределение по полу

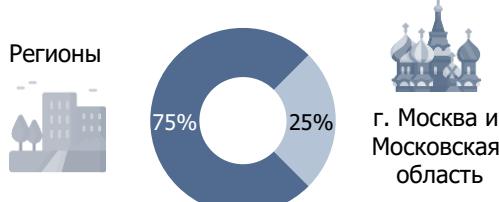
Участники опроса



Распределение по возрасту



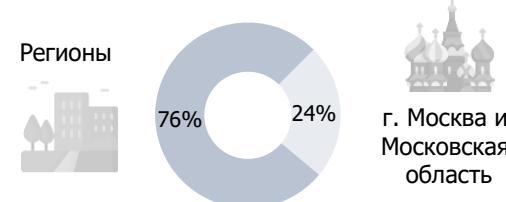
Географическое распределение



Генеральная совокупность (Росстат)



Генеральная совокупность – выпущенные карты (ЦБ РФ)



Социально-демографические характеристики выборки



- В сравнении с генеральной совокупностью по величине среднедушевых доходов выборка смещена в сторону более высокой представленности сегмента upper mass и, наоборот, более низкой доли низкодоходных респондентов. Данное отклонение вызвано большей представленностью в выборке респондентов в возрасте 36-50 лет, характеризующихся наибольшей экономической активностью, и сниженной долей респондентов 50+ в сравнении с генеральной совокупностью, что и обуславливает в среднем более высокий уровень доходов. Кроме того, отклонения могут быть связаны с субъективной интерпретацией собственных доходов физическими лицами. По оценке Frank RG, данные отклонения не являются критичными для оценки поведения банковских клиентов.

4. Исследование клиентского опыта в ежедневном банкинге

Методика исследования клиентского опыта

Анализ клиентского пути оформления дебетовой карты



Метод: экспертная оценка



Тип канала: десктопная версия сайта банка



Анализируемые критерии: полнота информации по условиям продукта, структура формы заявки, вариативность способов получения карты, онбординг клиента на скачивание мобильного приложения

Анализ клиентского опыта в коммуникациях банка с клиентом



Методы: онлайн-опрос пользователей по функционалу мобильного приложения, mystery shopping



Онлайн-опрос: 1 000 активных пользователей онлайн-банка, 500+ вопросов анкеты



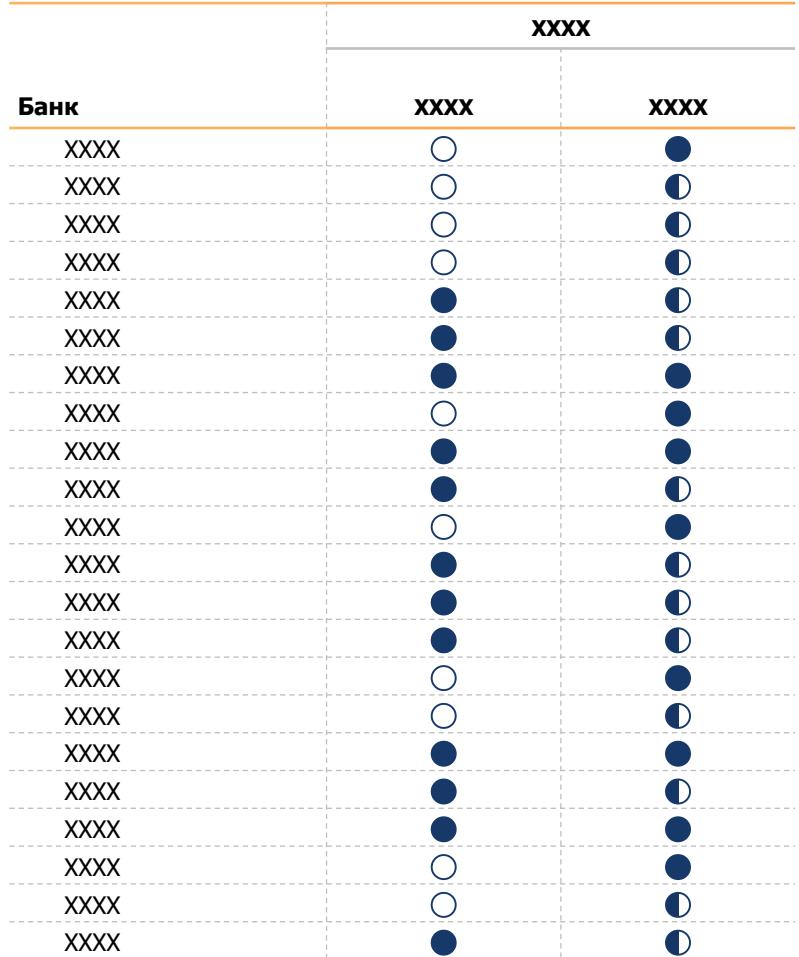
Mystery shopping: смартфоны с ОС Android, 2 теста (исключение – АТБ, УБРиР, ЭКСИ-Банк), совершение 9-ти операций по каждой карте, ежедневный просмотр вкладок приложения

Исследуемые банки



4.1 **Оформление заявки на карту в цифровом канале**

Полнота информации по reward-программе напрямую влияет на доверие клиента и ценность продукта для него



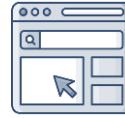
● - наличие; ○ - отсутствие; ●○ - условия представлены частично

Возможность выбора для нового клиента канала оформления карты



XX/XX банков

Не позволяют оформить заявку на карту в мобильном приложении



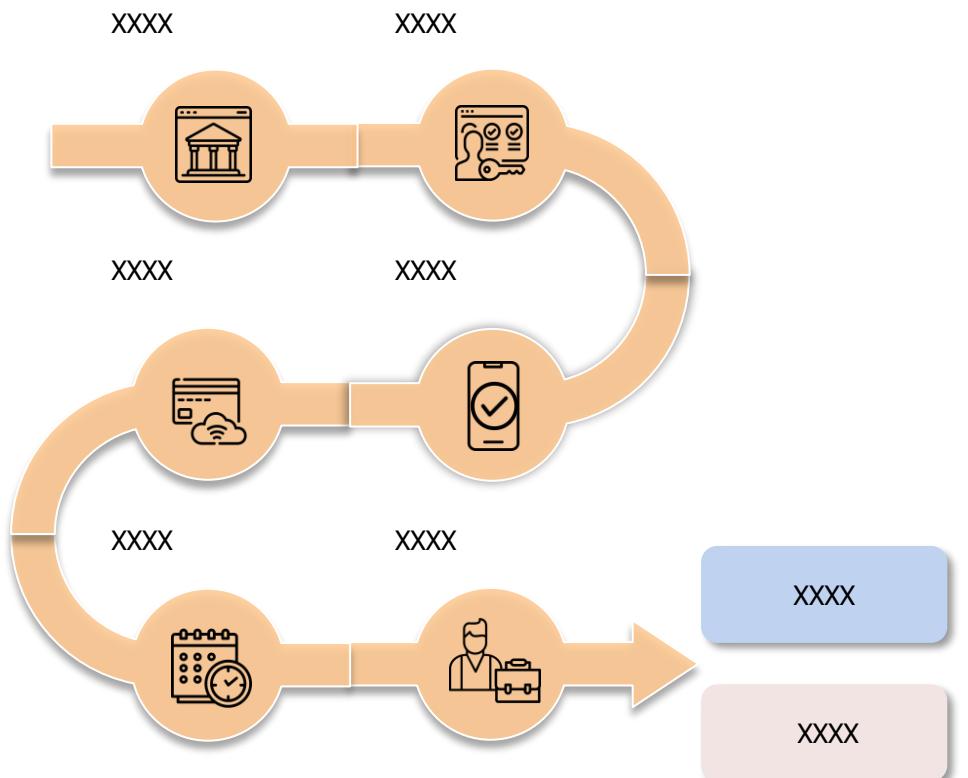
XX/XX банка

Предусматривают только частичное оформление заявки на сайте



Digital-сценарии оформления карты

Сценарий оформления карты новым клиентом



XXXX:

XXXX



XXXX

XXXX

The image displays four identical pairs of symbols. Each pair consists of a large, bold, dark blue 'XX' on the left and a smaller, standard dark blue 'xxxx' on the right, separated by a thin white space.

— — —

Комментарий Frank RG:

XXXX

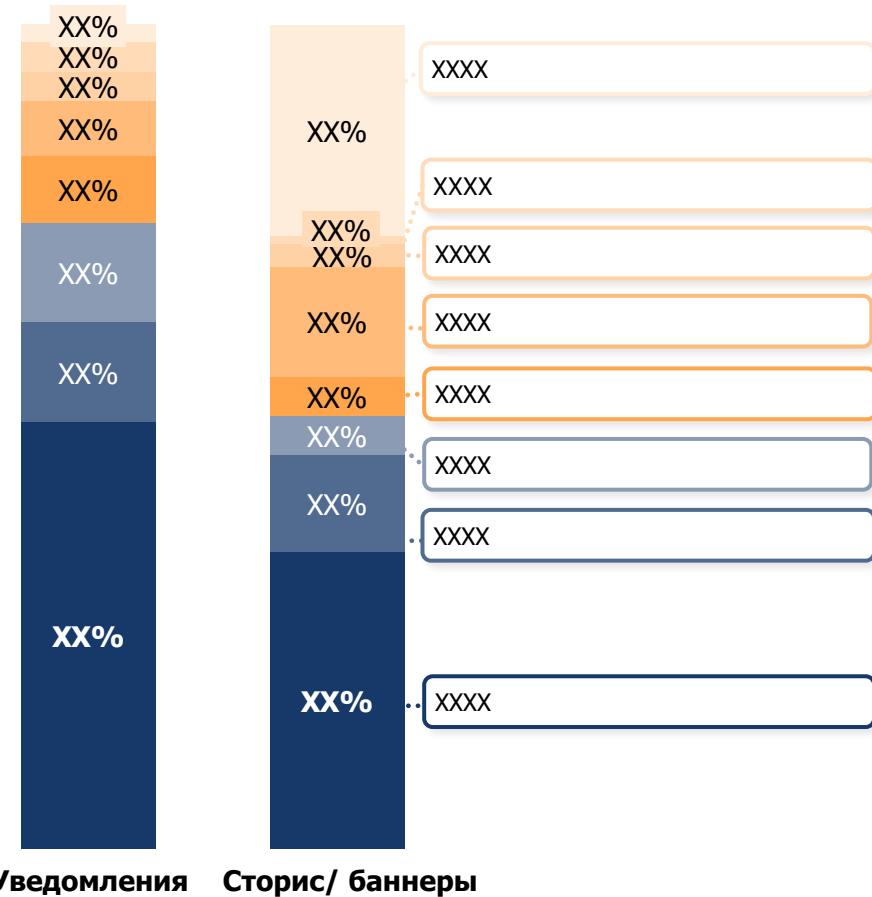
**+ 10 слайдов
в полной версии отчета**

4.2

Клиентский опыт коммуникаций с банком

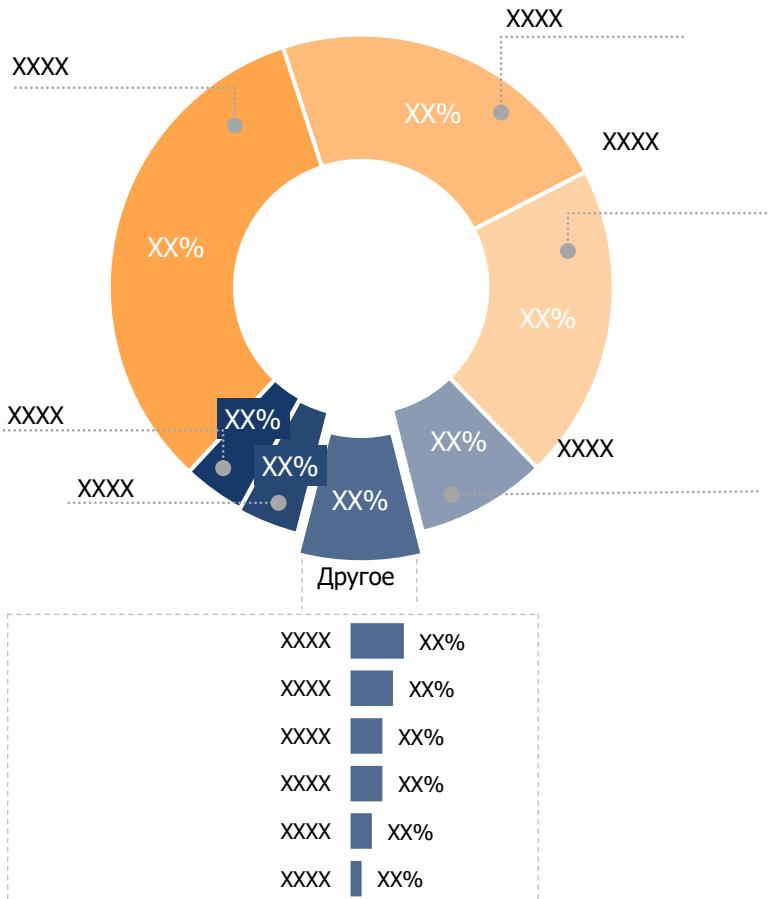
Тематика коммуникаций с клиентом

Структура коммуникаций по результатам mystery shopping, в % от общего числа каждого из типов коммуникаций



Структура коммуникаций по кросс-продажам, в % по каждому предлагаемому банковскому продукту

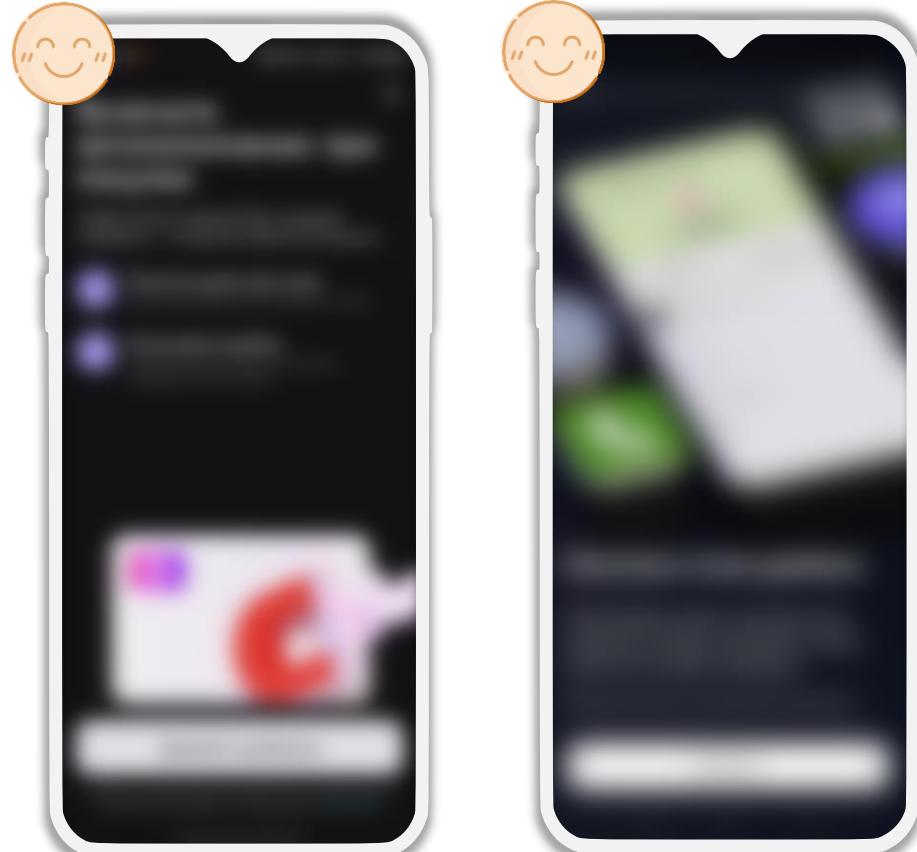
Структура коммуникаций по кросс-продажам, в %
по итогам mystery shopping



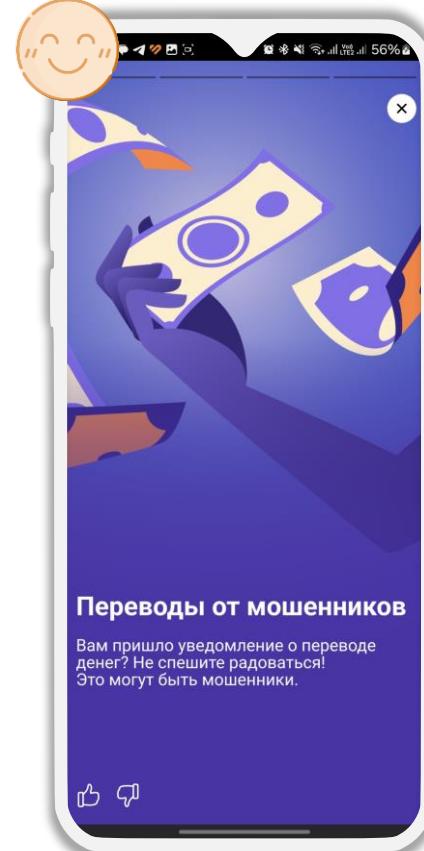
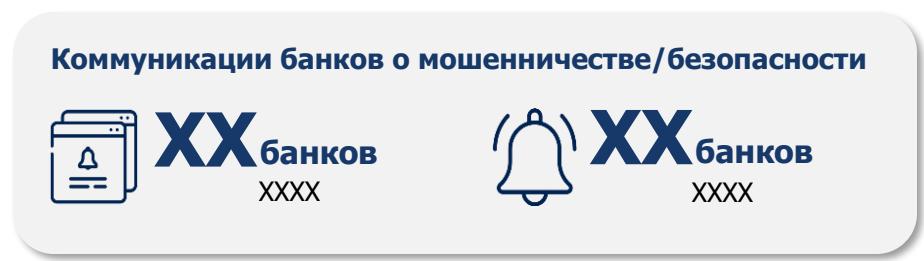
Обучающий контент помогает клиенту не потеряться в постоянно обновляющемся функционале приложения

XX% доля сторис
XXXX

XX/XX банков
XXXX



Коммуникации по безопасности



**+ 13 слайдов
в полной версии отчета**

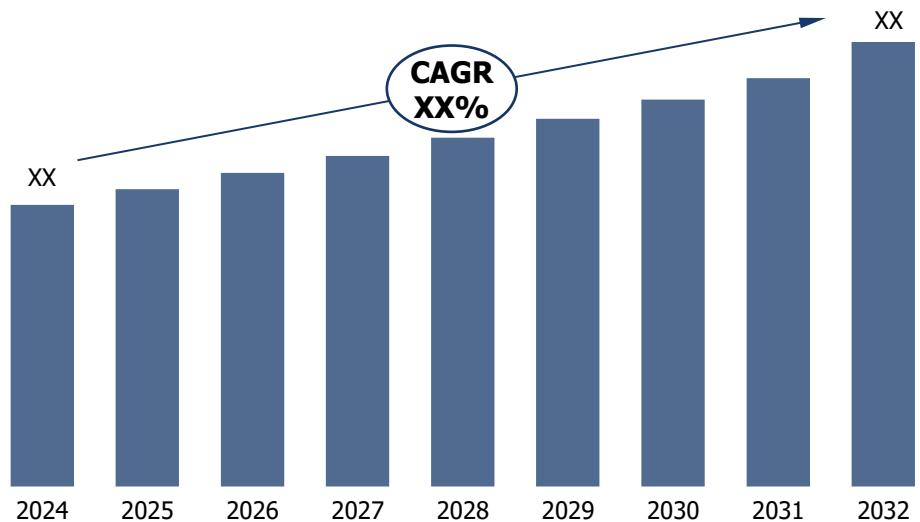
5 **Глобальные тренды в развитии дебетовых карт и ежедневного банкинга: текущие инсайты и перспективы**

Обзор мирового рынка дебетовых карт

Комментарий Frank RG:

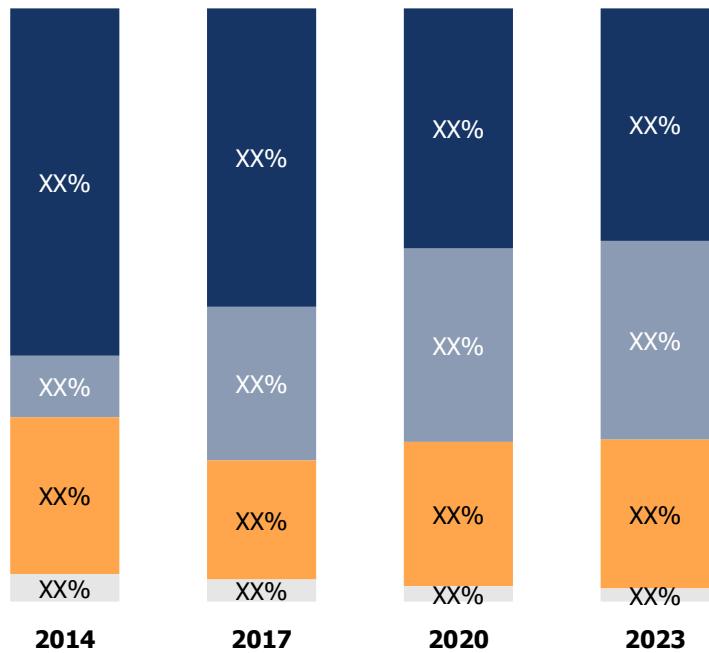
xxxx

Прогноз объема рынка дебетовых карт, млрд долл.



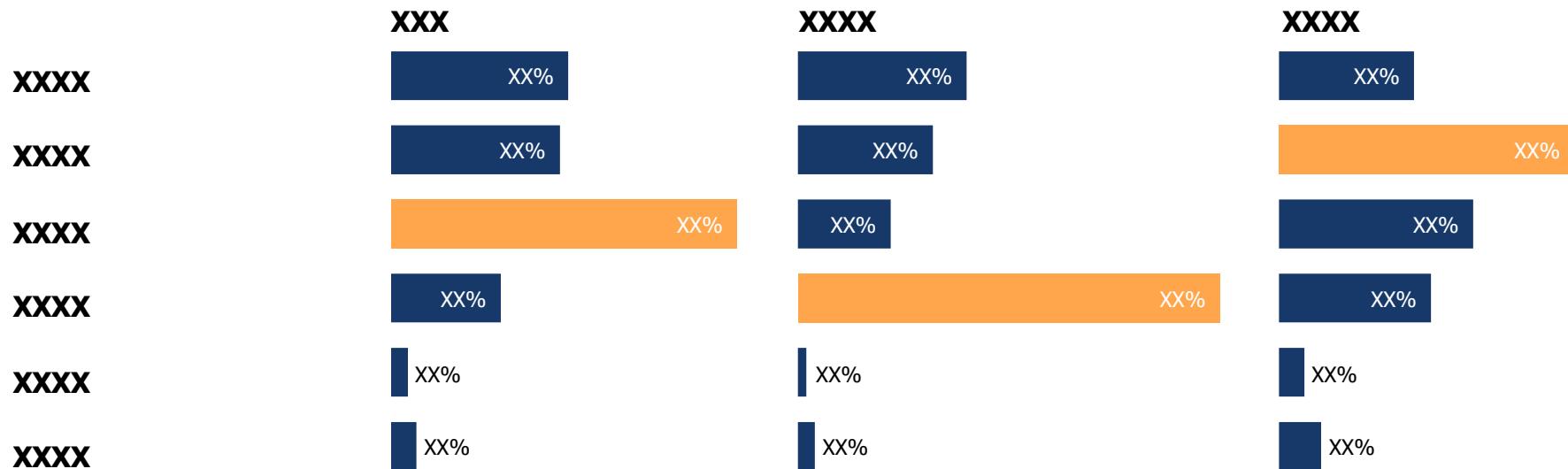
Глобальные тренды на рынке дебетовых карт

Доля платежных систем в объёме карточных транзакций по всему миру, %



Новая реальность POS-оплат

Региональные предпочтения в способах оплаты, % ответы респондентов



Ключевые драйверы роста электронных кошельков

XXXX

- XXXX
- XXXX



XXXX

- XXXX
- XXXX

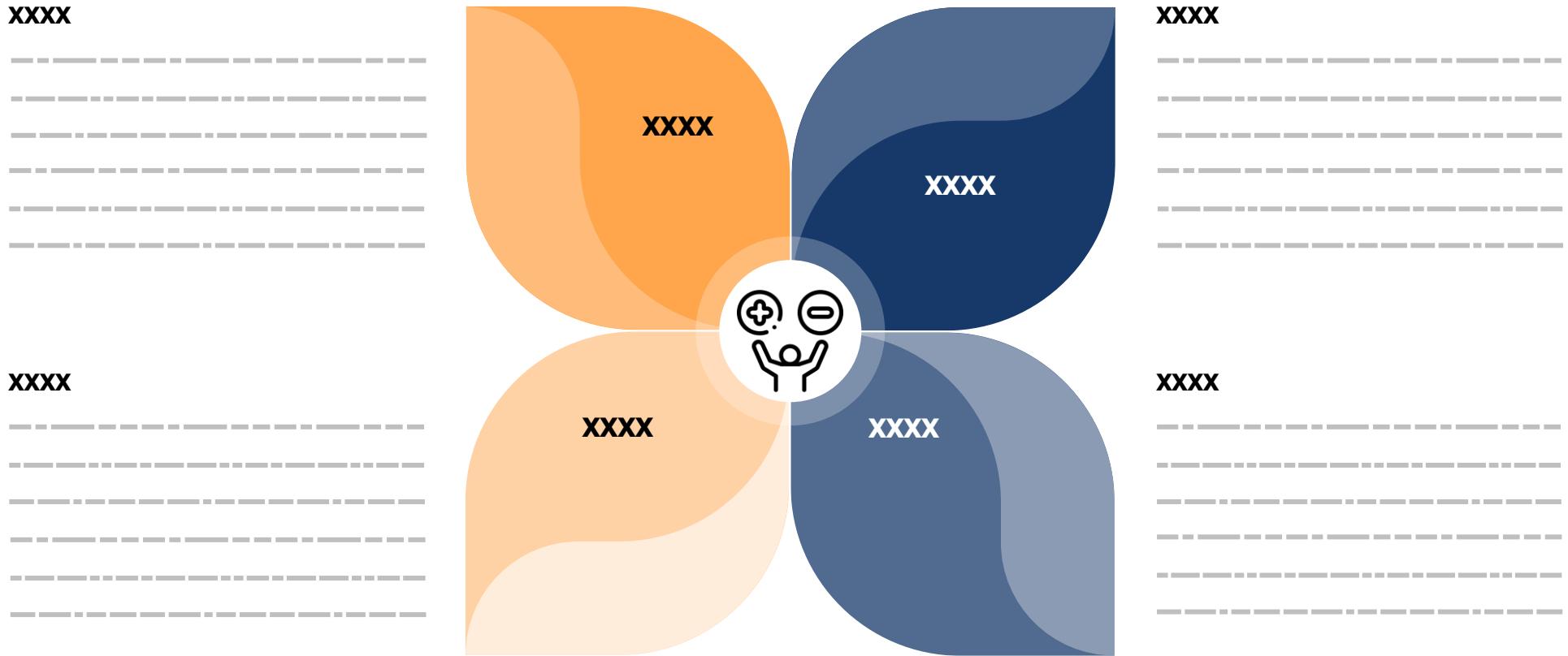


XXXX

- XXXX
- XXXX

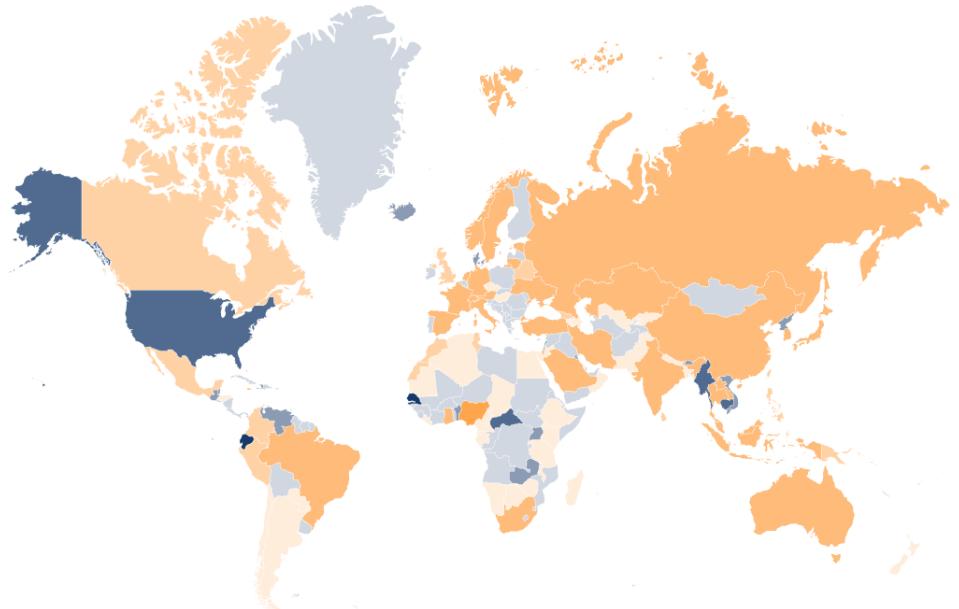


Дебетовые карты: преимущества и недостатки



Цифровые валюты – ...

Статус стран по внедрению CBDC

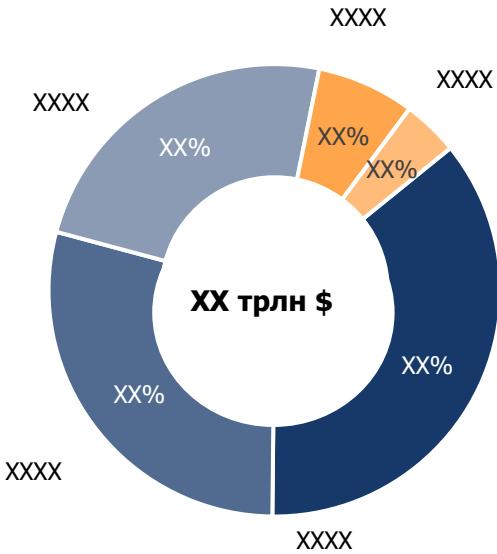


- - полноценный запуск
- - пилот
- - разработка
- - исследование
- - нет информации
- - нет активности
- - введены ограничения
- - запуск отменен

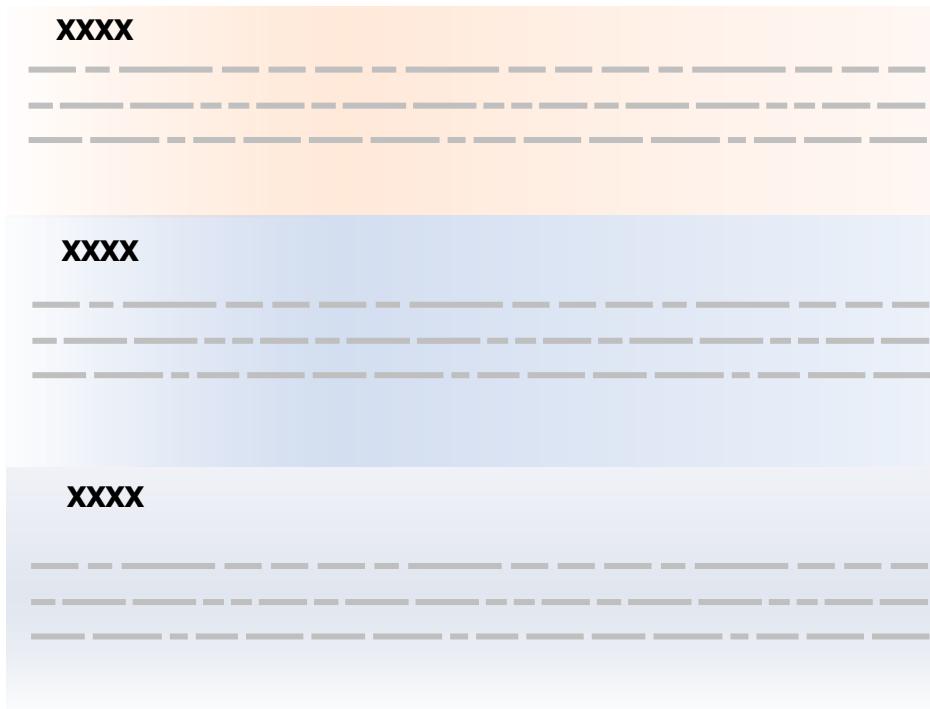


Теневая сторона альтернативных методов оплаты

Размер рынка P2P, 2024, трлн долл.



Меры регулирования P2P



Теневые транзакции = реальные потери *

~XX%

~XX%

~XX%

* Оценка Frank RG на основании данных из открытых источников

Источник: Frank RG 2024, <https://meyerattorneys.co.za/2024/04/12/salary-claims-south-african-salary-laws-rights-and-regulations/>, <https://www.allardye.co.za/labour-law-south-africa-2/>, <https://davidsoncolaw.com/wage-protection-system-wps-salary-system-in-uae/>, https://docs.oracle.com/cd/F32872_01/hcm92pbr35/eng/hcm/hgpb/concept_UnderstandingESocial.html, <https://taxquru.in/corporate-law/salary-denial-for-not-opening-salary-ac-with-employers-bank-is-illegal.html>;

Лояльность в цифре

Основные факторы при выборе финансовой организации, %

XXXX



XXXX



XXXX



XXXX



XXXX



XXXX



Клиенты, которые остаются в банке из-за хорошего мобильного приложения, %

XXXX

XX%

XX%

XXXX

Экологичные дебетовые карты

Банк	Страна	Материал изготовления	Экологическая инициатива	Процент на остаток, %
XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XX
XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XX
XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XX
XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XX
XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XX
XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XX
XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XX

Банковские карты для людей с ограниченными возможностями

Оценка банковских сервисов людьми с ограниченными возможностями, % респондентов



Кейсы продуктового решения

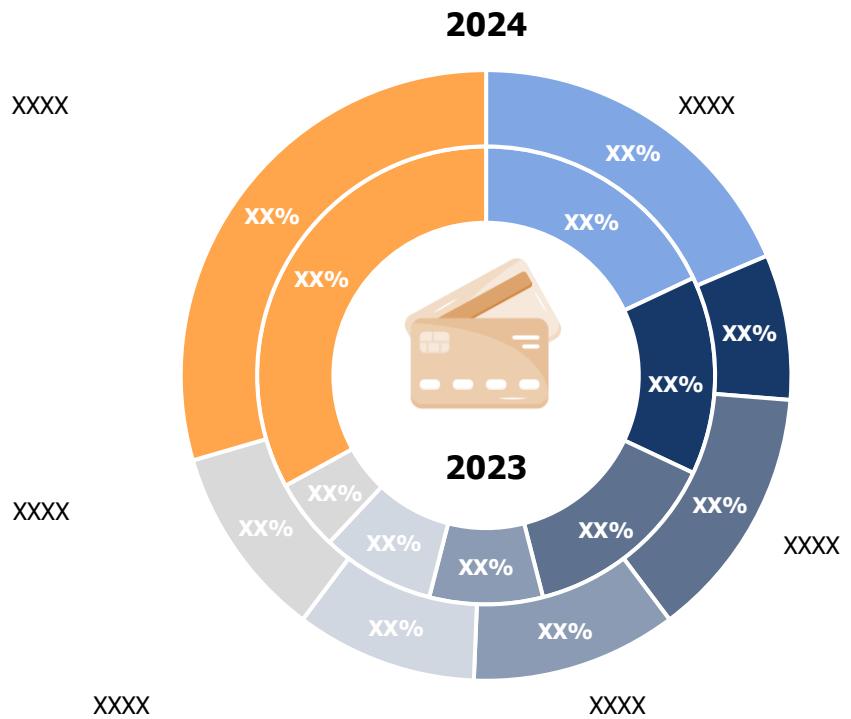


**+ 13 слайдов
в полной версии отчета**

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

Унификация карточных линеек

Структура линейки дебетовых карт, количество карт, 2024

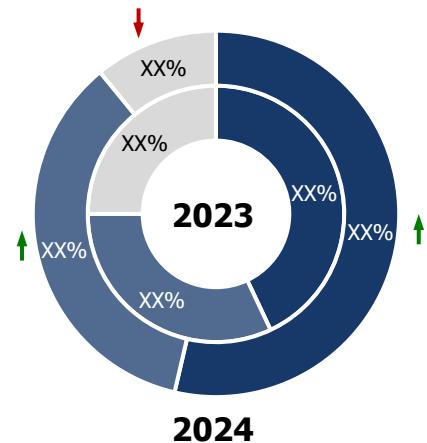


Стоимость дебетовых карт

Распределение дебетовых карт по условиям обслуживания, количество карт, 2023-2024

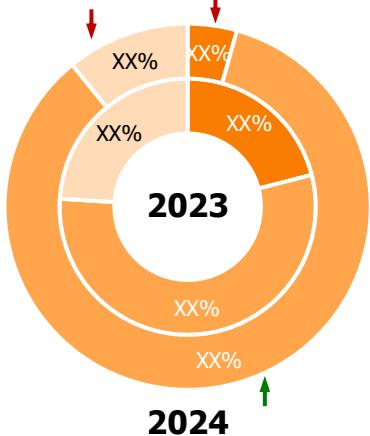
Сегмент Mass

- Бесплатные карты
- Карты с бесплатным обслуживанием при соблюдении условий
- Платные карты



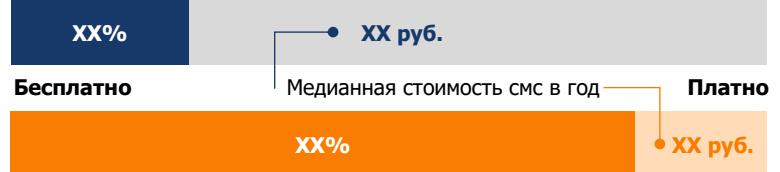
Сегмент Affluent

- Бесплатные карты
- Карты с бесплатным обслуживанием при соблюдении условий
- Платные карты

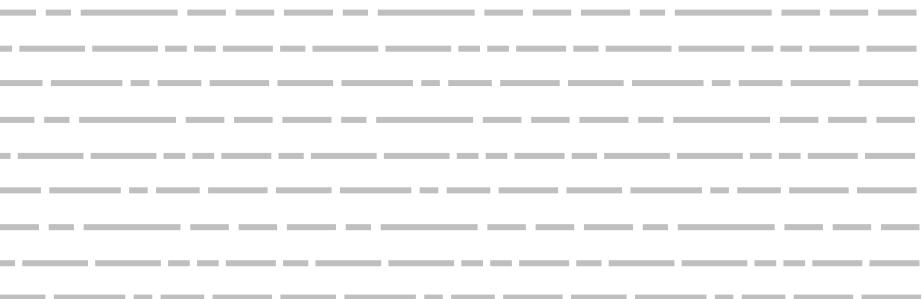


Распределение дебетовых карт по условиям платности смс-информирования, количество карт, 2024

Сегмент Mass



Сегмент Affluent



Средняя стоимость обслуживания*, руб. в год, 2024

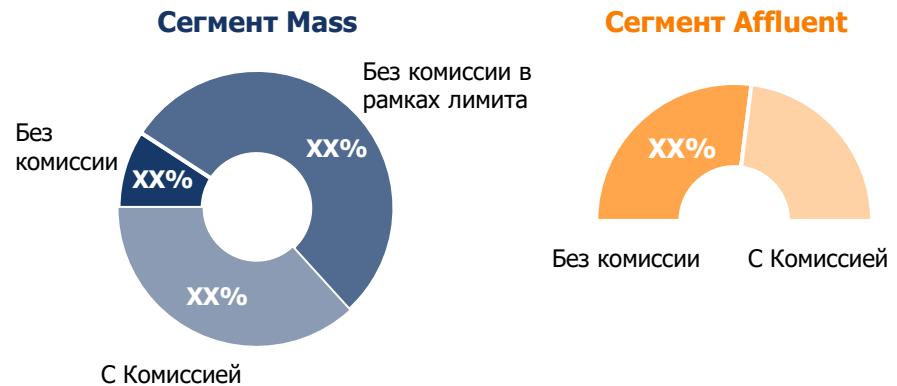
Сегмент Mass
XX руб. -XX%

Сегмент Affluent
XX руб. +XX%

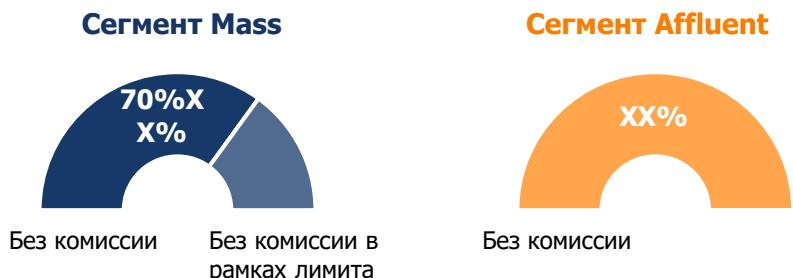
* Включая выпуск карты, годовое обслуживание, плату за подключение программы лояльности. Стоимость СМС-информирования не учитывается.

Снятие наличных по флагманским картам: комиссии и лимиты

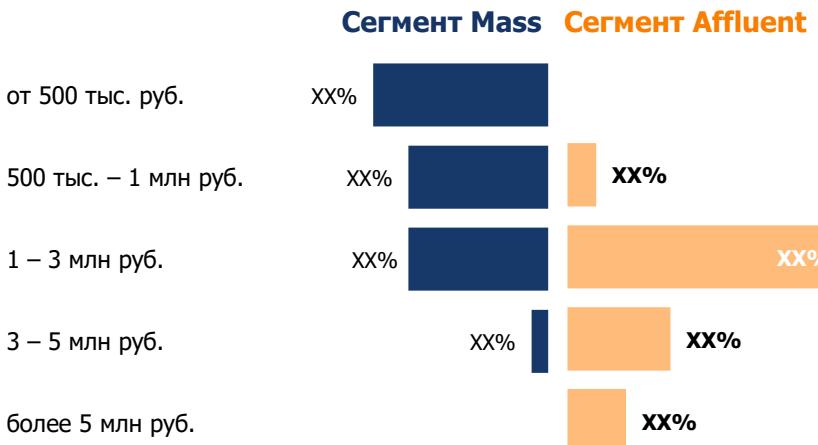
Комиссия за снятие наличных в банкоматах сторонних банков, количество банков



Комиссия за снятие наличных в собственных банкоматах банка, количество банков



Максимальные лимиты* в месяц, количество флагманов



*Верхняя граница в диапазонах сумм включает указанное значение

Большинство банков предлагает стандартные условия по переводам через СБП

Комиссия за переводы через СБП, количество банков

XX/xx

стандартный
бесплатный лимит

XX/xx

есть продукты с
отсутствием комиссии на
все операции

XX/xx

есть продукты с
повышенным
бесплатным лимитом



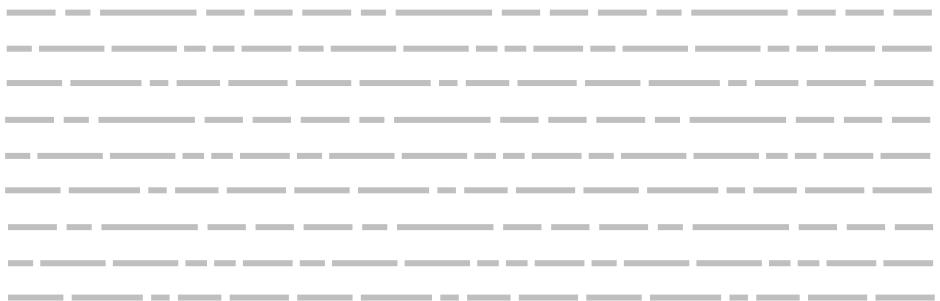
Тренд на платные подписки ...



Условия																	
XXXX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
XXXX	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓
Банковские сервисы																	
XXXX	Всегда	Всегда	-	Всегда	Всегда	✓	✗	Всегда	Всегда	Всегда	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Всегда
XXXX	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
↑ XXXX	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
↑ XXXX	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
↑ XXXX	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
↑ XXXX	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
↑ XXXX	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Мультисервисная подпись	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓

Оформление платежных стикеров

Стоимость выпуска и обслуживания платежных стикеров



Платежные кольца

xx p.

xx p.

xx p.

xx p



Платежные аксессуары

(брелоки, браслеты, подвески и т.д.)

XX p. -XX p..



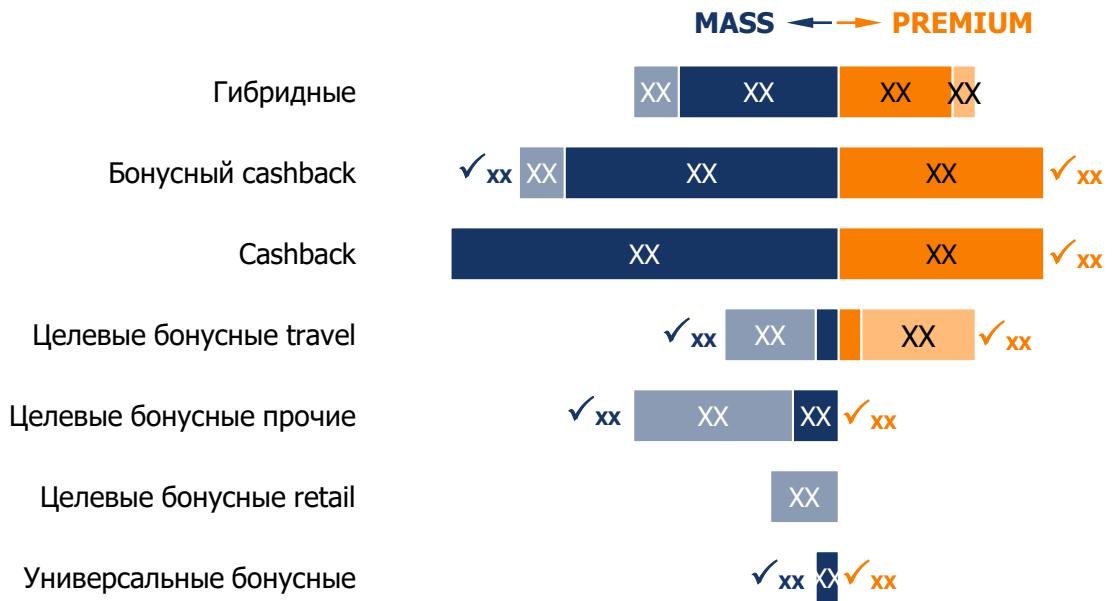
*выпуск стикера MTC Pay Tag к флагманам банков экосистемы
Источник: Frank RG, 2025

**+ 6 слайдов
в полной версии отчета**

6.1. Анализ продуктового предложения дебетовых карт с reward-программами

Программы с cashback ...

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



- Карты с собственными reward-программами
- Кобрендовые карты
- ✓ з Действующие опции в гибридных программах

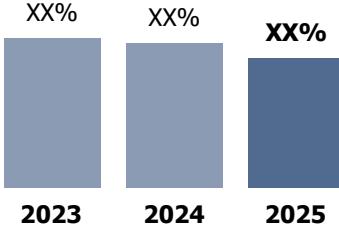
Выгода по флагманскому предложению дебетовых карт

Выгода

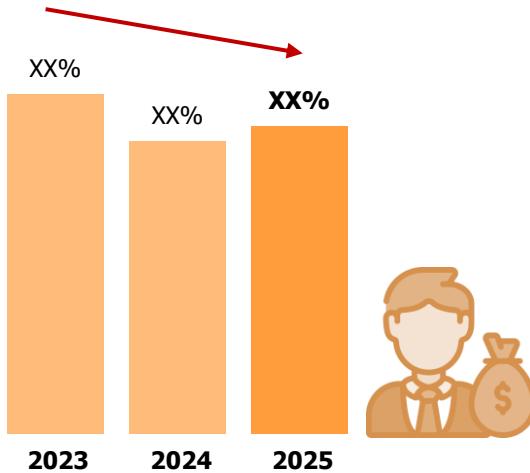


Эксперт банка-участника исследования

Средняя доходность дебетовых флагманов с reward-программами, % от POS-оборота по карте



Mass сегмент



Affluent сегмент



Ограничение суммы начисляемой выгоды

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

Тип программы	Размер ограничения начисляемого вознаграждения, р. в мес.	Δ к 4Q2023, р.
XXXX	XX	-XX
XXXX	XX	+XX
XXXX	XX	-XX
XXXX	XX	-XX
XXXX	XX	+XX

Ограничения выгоды

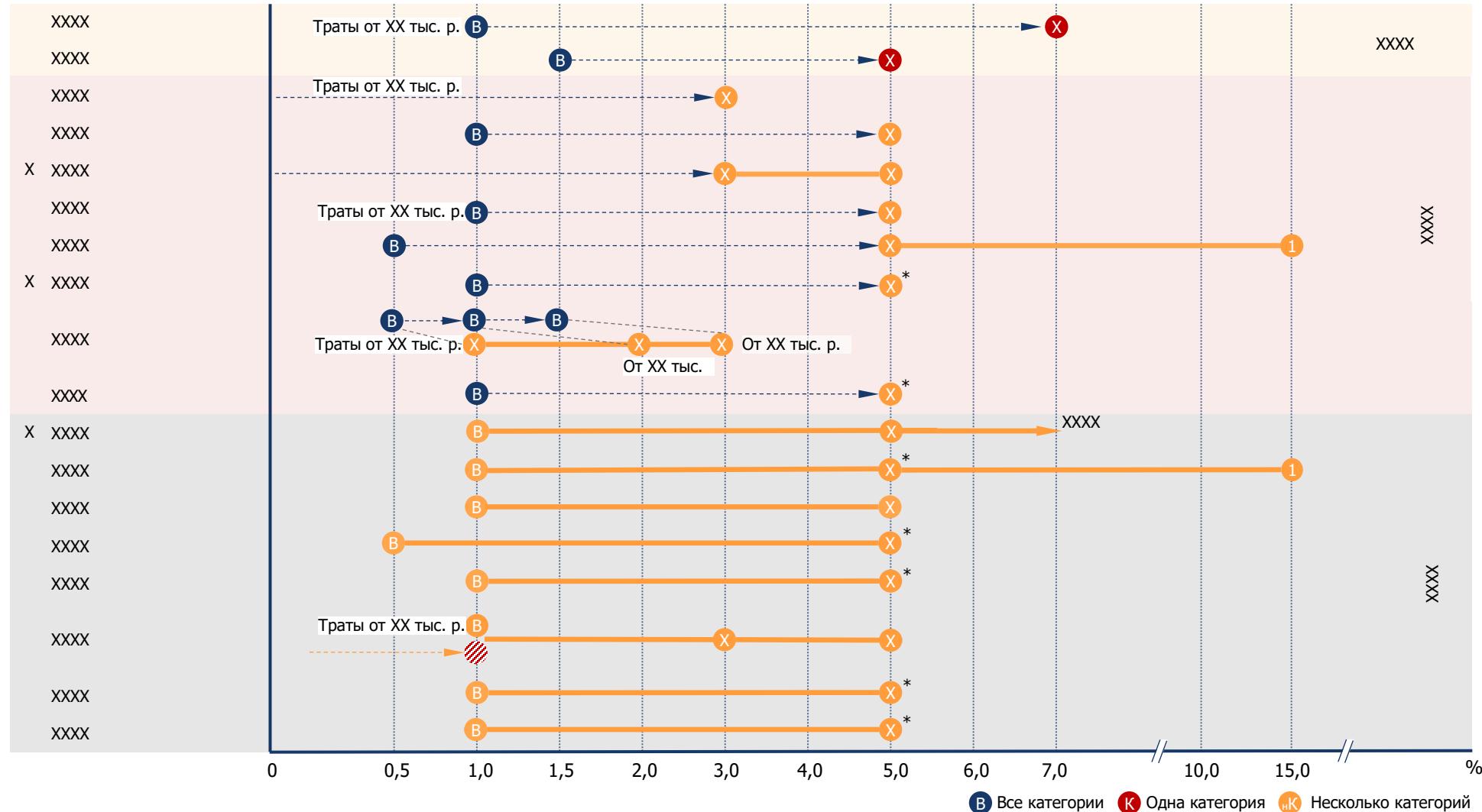
Средний размер ограничений начисления вознаграждений по категориям программ, премиальные карты, р. в мес.

Тип программы	Размер ограничения начисляемого вознаграждения, р. в мес.	Δ к 4Q2023, р.
XXXX	XX //	+XX
XXXX	XX	-XX
XXXX	XX	-
XXXX	XX	-
XXXX	XX	+XX

Гибридные программы лояльности

Банк	Продукт	Программа / опции	Вид начисляемого вознаграждения xxxx	Вид получаемого вознаграждения xxxx	Выбор категорий начисления	Шкала размера бонуса xxxx
Действующие программы						
	xxxx	xxxx	✓	✗	✗	✗
	xxxx	xxxx	✓	✗	✗	✓
	xxxx	xxxx	✗	✓	✓	✓
	xxxx	xxxx	✗	✓	✓	✓ (премиальный сегмент)
	xxxx	xxxx	✗	✓	✗	✓ (премиальный сегмент)
Закрыты за рассматриваемый период программы						
	xxxx	xxxx	xxxx			
	xxxx	xxxx	xxxx			
	xxxx	xxxx	xxxx			

Основные механизмы reward-программ флагманских дебетовых карт



* - процент начисления может отличаться в зависимости от предложенных банком индивидуальных категорий

Источник: Frank RG, публичные тарифы банков на 01.02.2025, без учета партнерских начислений

Количество кобрендовых карт на рынке партнерских программ



Категории – важный элемент маркетинга reward-программ

Механики управления категориями повышенного начисления

Категории повышенного начисления	Массовые карты	Премиальные карты
XXXX	XX	-XX
XXXX	XX	-XX
XXXX	XX	XX
XXXX	XX	XX
XXXX	XX	+XX
XXXX	—	XX
XXXX	XX	XX
XXXX	XX	+XX

По массовым картам банки предлагают широкий выбор категорий

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

Источник: Frank RG, 2025

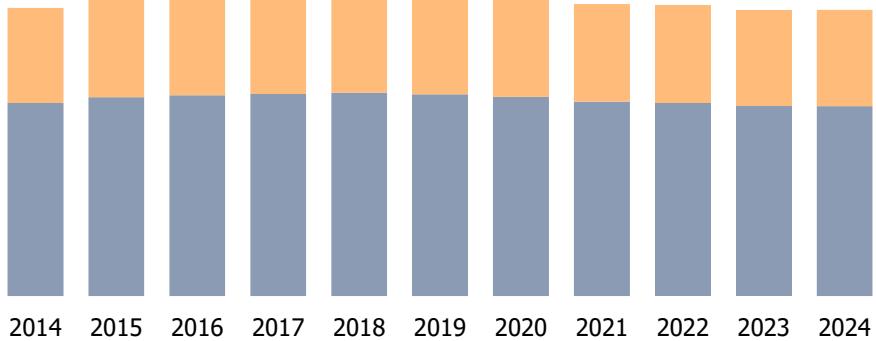
- есть **С** выбор из меняющегося списка **ПС** выбор из персонализированного списка
 - новые условия **Д** изменение программы в исследуемом периоде **new** новый банк/продукт

**+ 10 слайдов
в полной версии отчета**

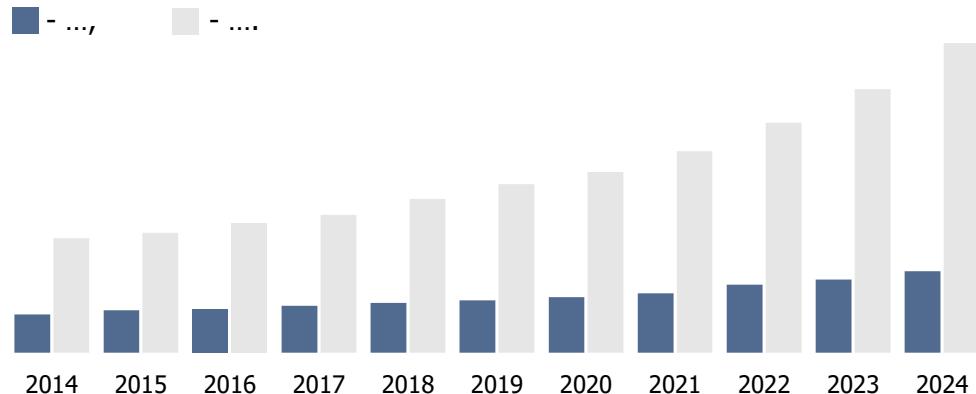
6.2. Пенсионные карты

Пенсионеры формируют ... долю .. клиентов

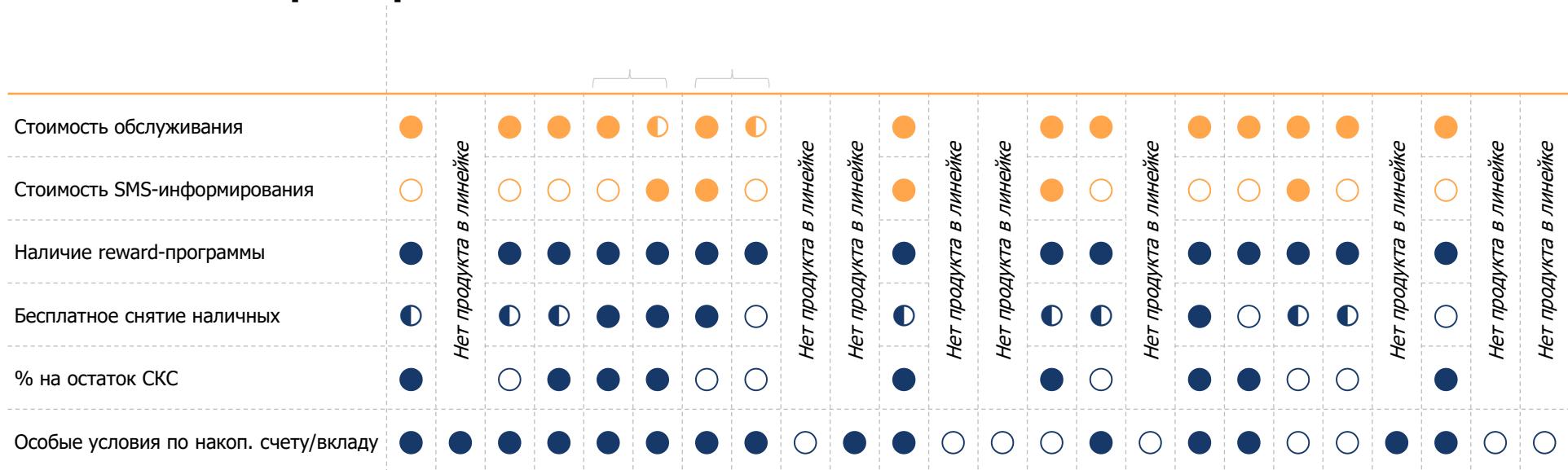
Численность пенсионеров в РФ, XX-XX гг., млн чел.



Средний размер пенсии и зарплаты в РФ, 2014-2024 гг., тыс. руб.



Пенсионные карты предлагаются XX из XX банков



Стоимость обслуживания / смс-информирования:

● - бесплатно, ○ - условия бесплатности, ○ - платно

Бесплатное снятие наличных:

● - без лимитов на бесплатное снятие, ● - в рамках лимита, ○ - отсутствует

Иные параметры:

● - есть, ○ - отсутствует

Условия по пенсионным картам (XX)

Карта	Стоимость обслуживания	Стоимость SMS (в месяц)	% на остаток на СКС	Reward - программа	Снятие наличных в других банках	Дополнительные привилегии
..., «Карта ...»	XX р.	XX р.		Бонусный кешбэк при тратах от XX р.: XX % в одной из категорий на выбор (включая «...»); XX % на все покупки	XX р. без комиссии, далее – XX% (...)	XX р. за перевод пенсии
..., «... Карта»	XX р.	XX р.	Нет	Бонусный кешбэк при тратах от XX р.: XX % в одной из категорий на выбор (включая «...»); XX % на все покупки	XX р. без комиссии, далее – XX%	–
..., «...»	XX р.	XX р.		Кешбэк XX % в категориях «...» и «...»	XX первых снятия в месяц без комиссии, далее – XX% (...) / без комиссии в зависимости от города выпуска карты	XX р. за перевод пенсии от XX р.
..., «Карта ...»	XX р.	XX р.		Кешбэк до XX% в 3-х выбранных категориях (категория «...» всегда доступна к выбору при ...)	Без комиссии	XX р. за перевод пенсии по промокоду; бесплатное от мошенников; скидка на ...
..., «Карта ...»	XX р. в месяц (при несоблюдении критериев БО)	XX р.		Кешбэк до XX% в 3-х выбранных категориях (категория «...» всегда доступна к выбору при ...)	Без комиссии	XX р. за перевод ... по промокоду; бесплатное ... от мошенников; скидка на ...

Банки привлекают клиентов ... и особыми преимуществами



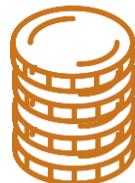
Размер вознаграждения за перевод пенсии в банк

XX банков



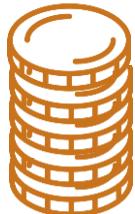
XX р.

XX банков



XX р.

XX банков



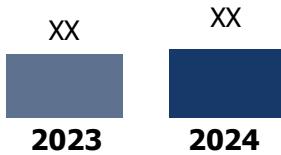
XX р.

... объем трат по картам пенсионных клиентов ... за счет ...

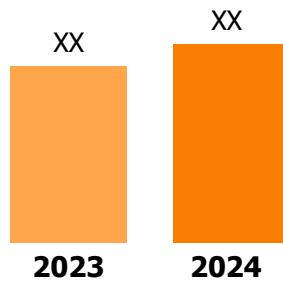
Среднемесячный объем трат на карту (включая оплату покупок, снятие наличных и переводы), руб.



mass сегмент

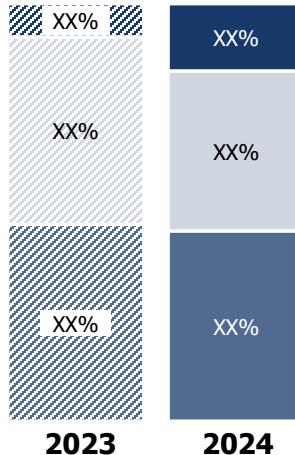


affluent сегмент



Структура трат по картам, %

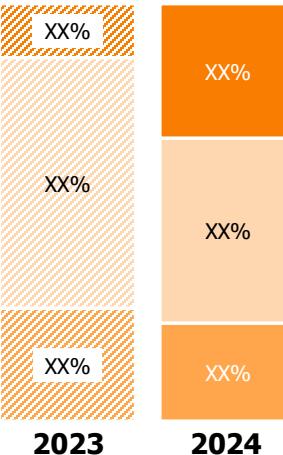
...



...

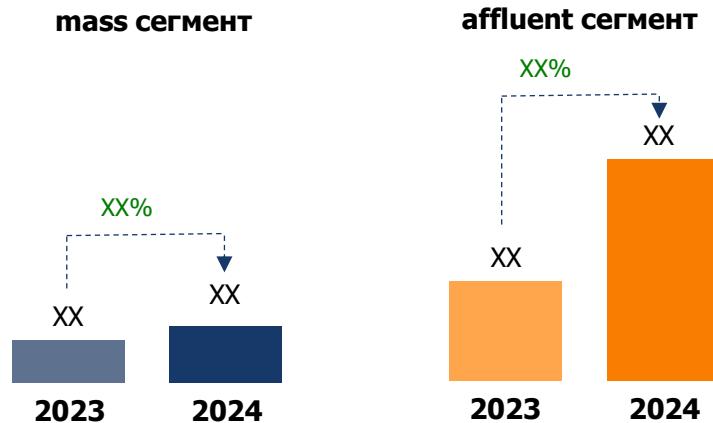
...

...



POS-транзакции: частота и средние чеки

Средний чек операций по СБП по картам 2023-2024 гг., руб.



Частота операций по СБП по картам 2023-2024 гг., руб.

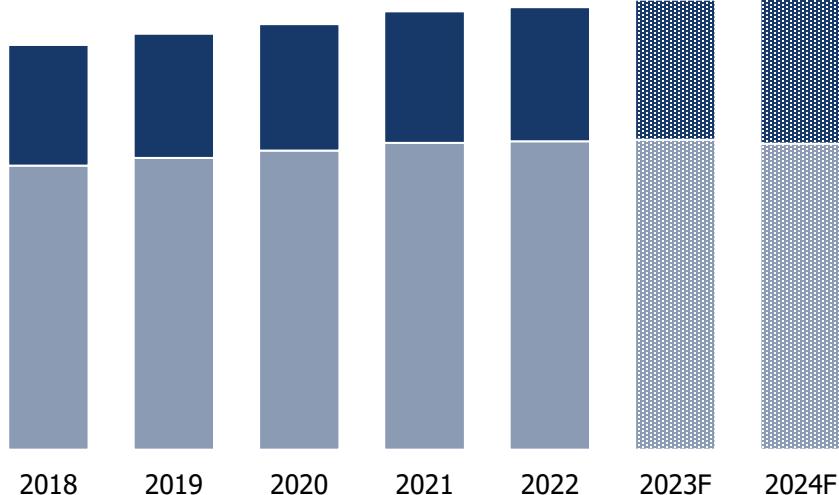


**+ 5 слайдов
в полной версии отчета**

6.3. Детские карты

Дети и подростки – xxx ... сегмент рынка

Общее количество населения в возрасте 6-17 лет, млн чел.

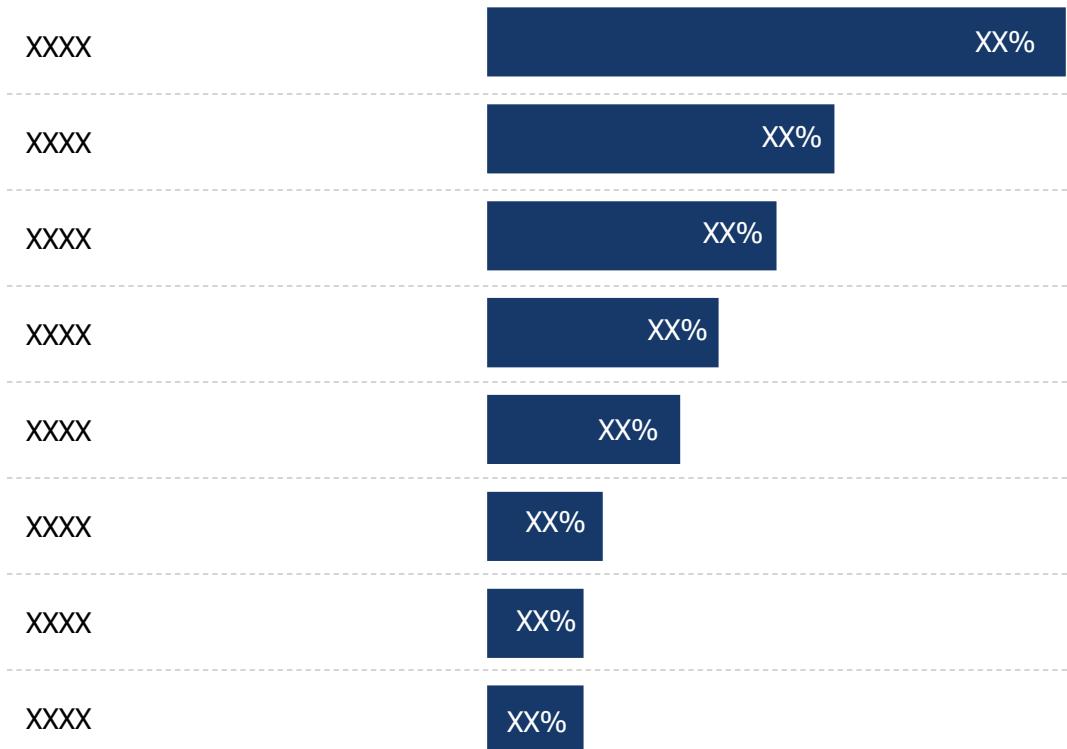


Распределение городского и сельского населения по возрастным группам 6-17 лет, 2024, млн чел.



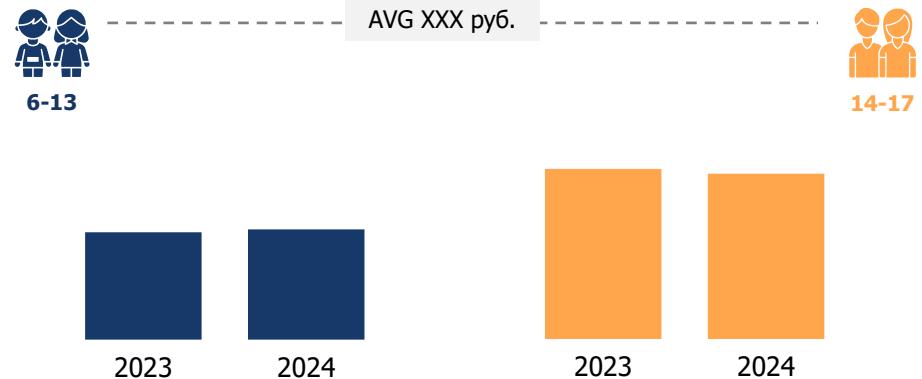
Самые популярные категории трат по детским картам – ...

Структура трат по детским картам в разрезе категорий, %

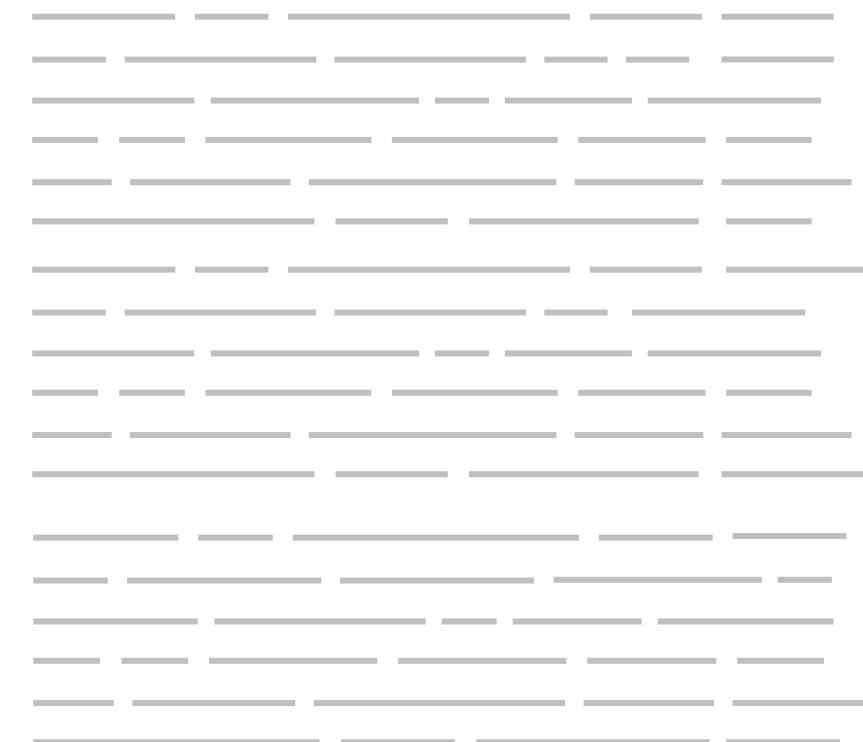
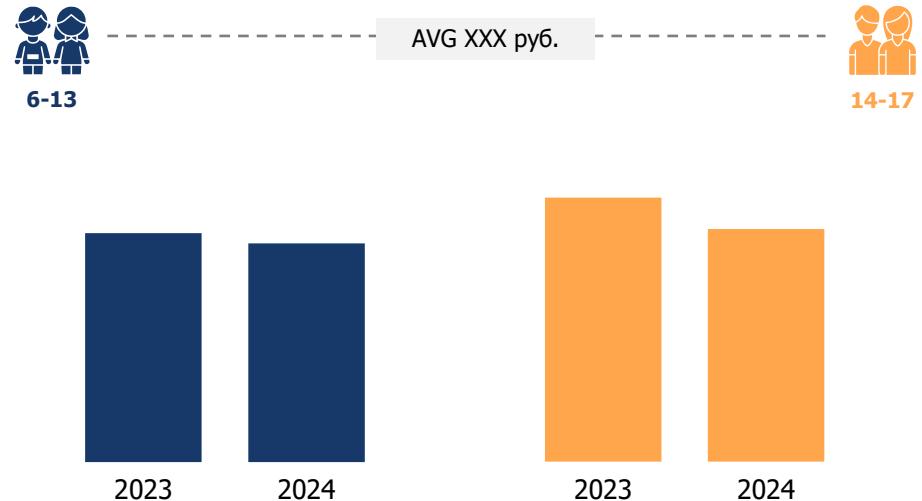


Обороты по детским картам ... сегмента ...

Среднемесячный объем трат на карту, mass сегмент, руб.

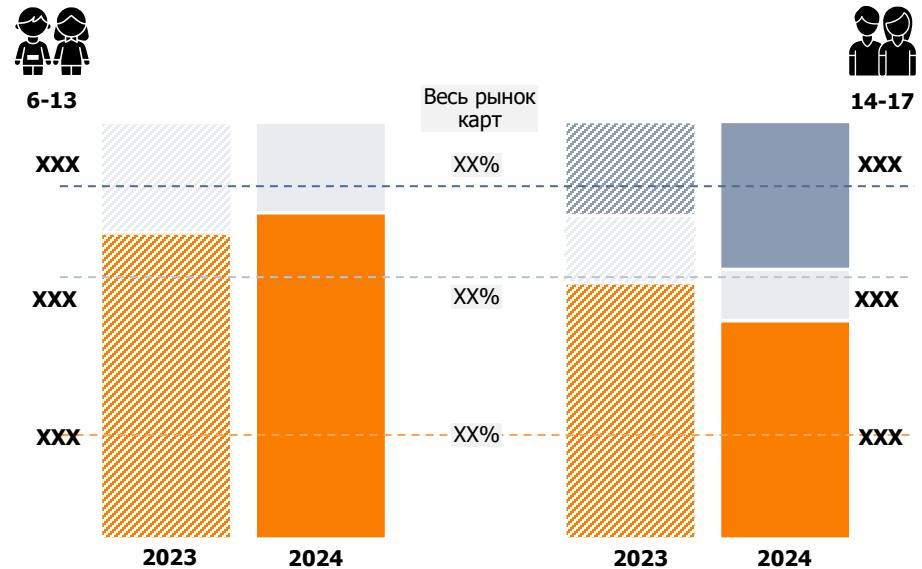


Среднемесячный объем трат на карту, affluent сегмент, руб.

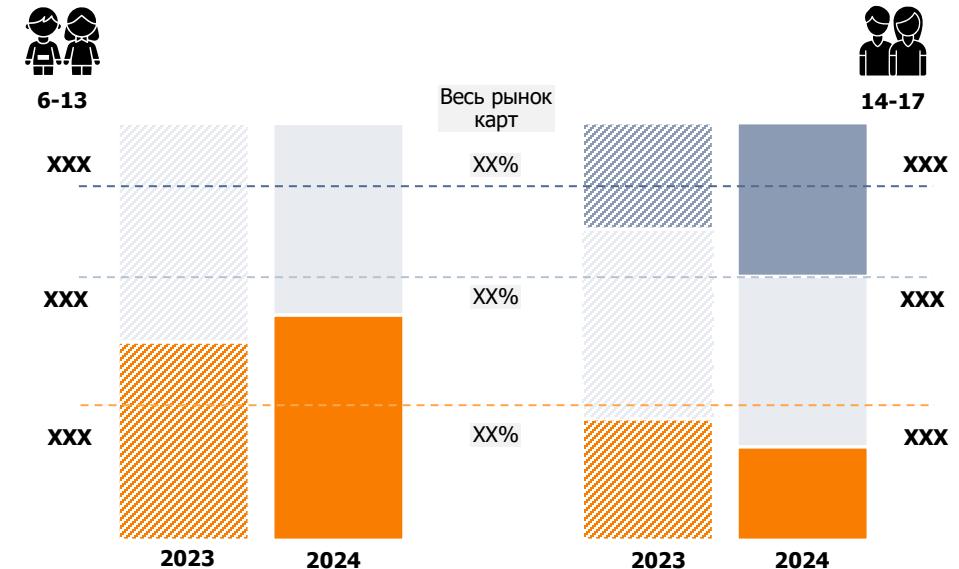


Структура оборота по детским и подростковым банковским картам

Структура трат по картам клиентов mass сегмента, %

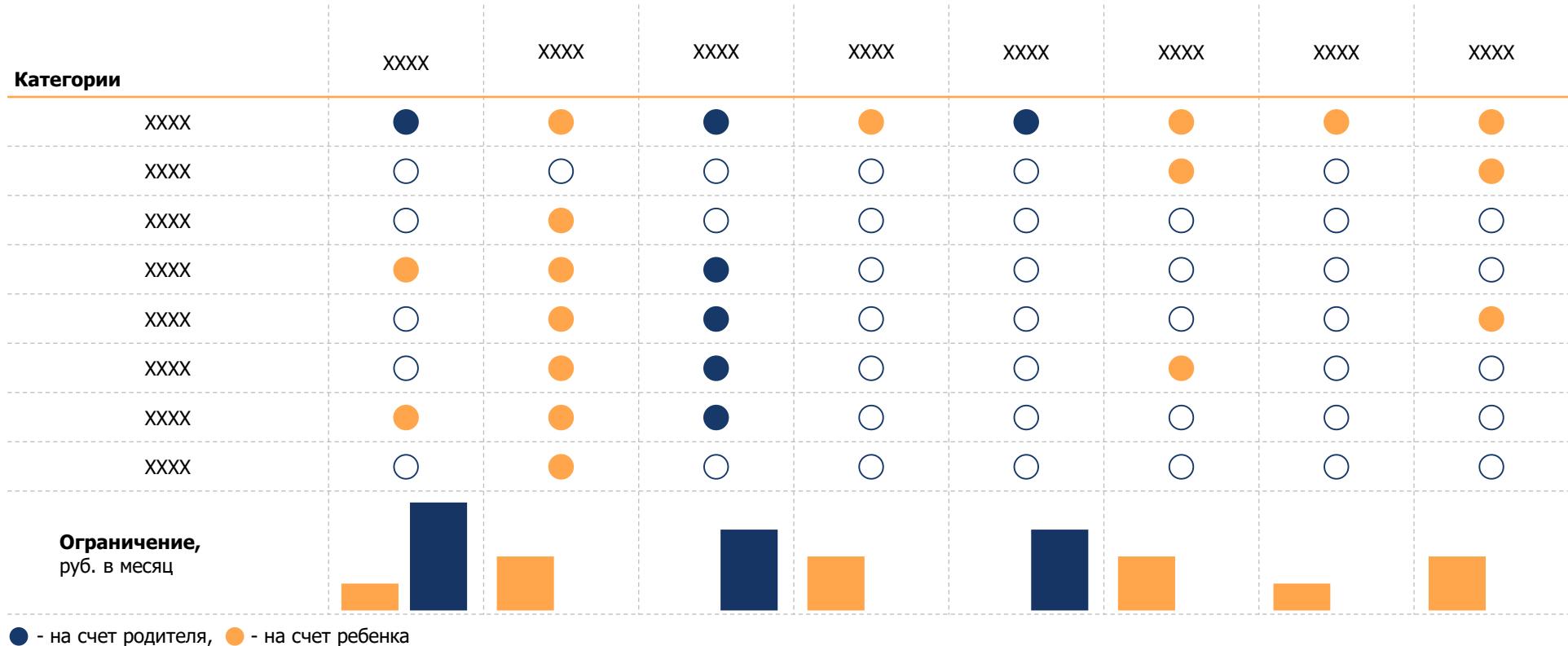


Структура трат по картам клиентов affluent сегмента, %



Категории и суммы вознаграждений по детским картам

Бонусируемые категории трат по детским картам

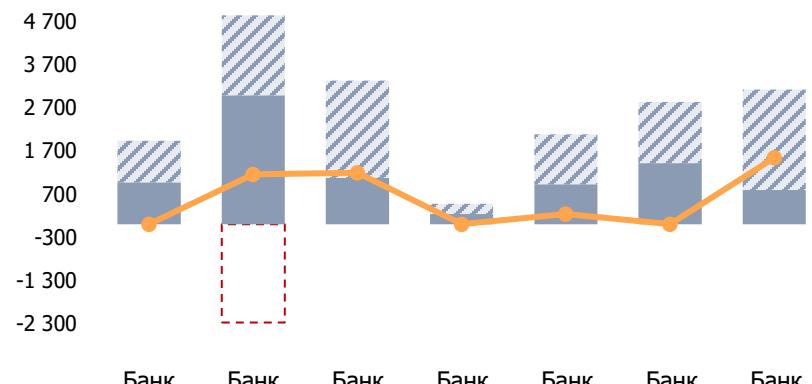


Выгода детских карт с reward-программами в массовом сегменте

Выгода* по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Москва), руб.



Компоненты выгода по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Москва), руб.

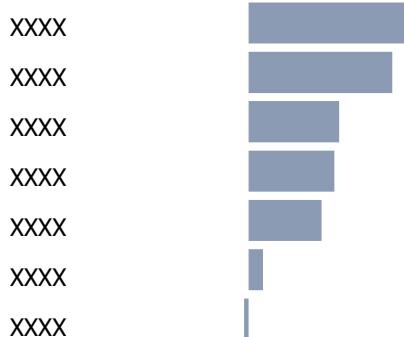


— выгода от трат по карте; — накопительный счет; — расходы на обслуживание; — совокупная выгода.

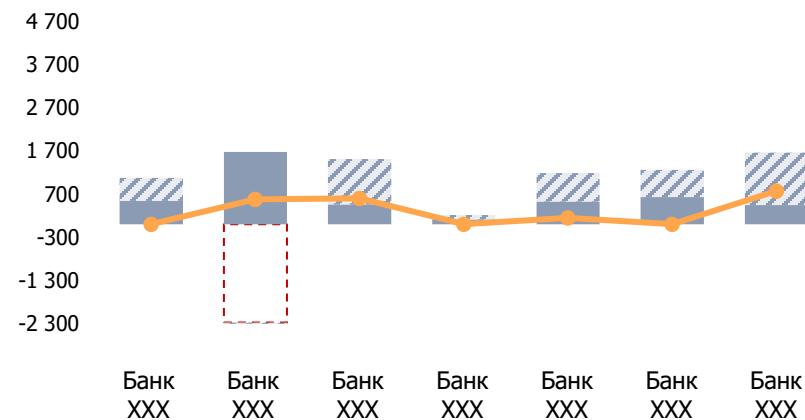
*Для целей настоящего исследования выгода по детской карте – сумма всех доходов, получаемых клиентом за 2 года рационального пользования картой за вычетом расходов на ее обслуживание.

Источник: расчеты Frank RG, 2025

Выгода* по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Регионы), руб.



Компоненты выгода по детской карте за 2 года пользования для клиентов сегмента Mass (Регионы), руб.



— выгода от трат по карте; — накопительный счет; — расходы на обслуживание; — совокупная выгода.

**+ 8 слайдов
в полной версии отчета**

7

Анализ эффективности управления портфелями дебетовых карт на основе benchmark

Раздел отчета представлен в отдельном пакете отчетов, включая файл формата PDF и dashboard в формате Excel.

8

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

Методика и участники клиентского опроса

Список банков-участников

 СБЕР БАНК	СберБанк
 ВТБ	ВТБ
 Альфа Банк	Альфа-Банк
 ГАЗПРОМБАНК	Газпромбанк
 Т БАНК	Т-Банк
 РСХБ	Россельхозбанк
 МКБ	МКБ
 Уралсиб	Банк Уралсиб
 МТС БАНК	МТС Банк
 ОТП БАНК	ОТП Банк
Кредит Европа Банк	Кредит Европа Банк
 МТС ДЕНЬГИ	ЭКСИ-Банк



Дата проведения опроса: январь-февраль 2025 г.



Количество полностью заполненных анкет: 7 500+ штук.



География: все регионы РФ.



Целевая аудитория: активные держатели дебетовых карт.



Формат опроса: онлайн-опрос

Исследование касается «активных» клиентов – держателей дебетовых флагманских карт, по которым за отчетный квартал была проведена хотя бы одна расходная транзакция или пополнение, инициированная клиентом.

Флагманская дебетовая карта – дебетовая карта, предлагаемая новым клиентам в настоящее время (по состоянию на 1 января 2025 г.). Не учитываются партнерские карты (ко-бренды), а также выданные ранее карты с неистекшим сроком действия, но выведенные из активного предложения новым клиентам по состоянию на 1 января 2025 г.

В 9 банках-участниках был проведен опрос собственной клиентской базы (размер выборки – не менее 200 полностью заполненных анкет по каждому банку). Опрос проводился по единой анкете и методике (одинаковые вопросы, одинаковые критерии выборки).

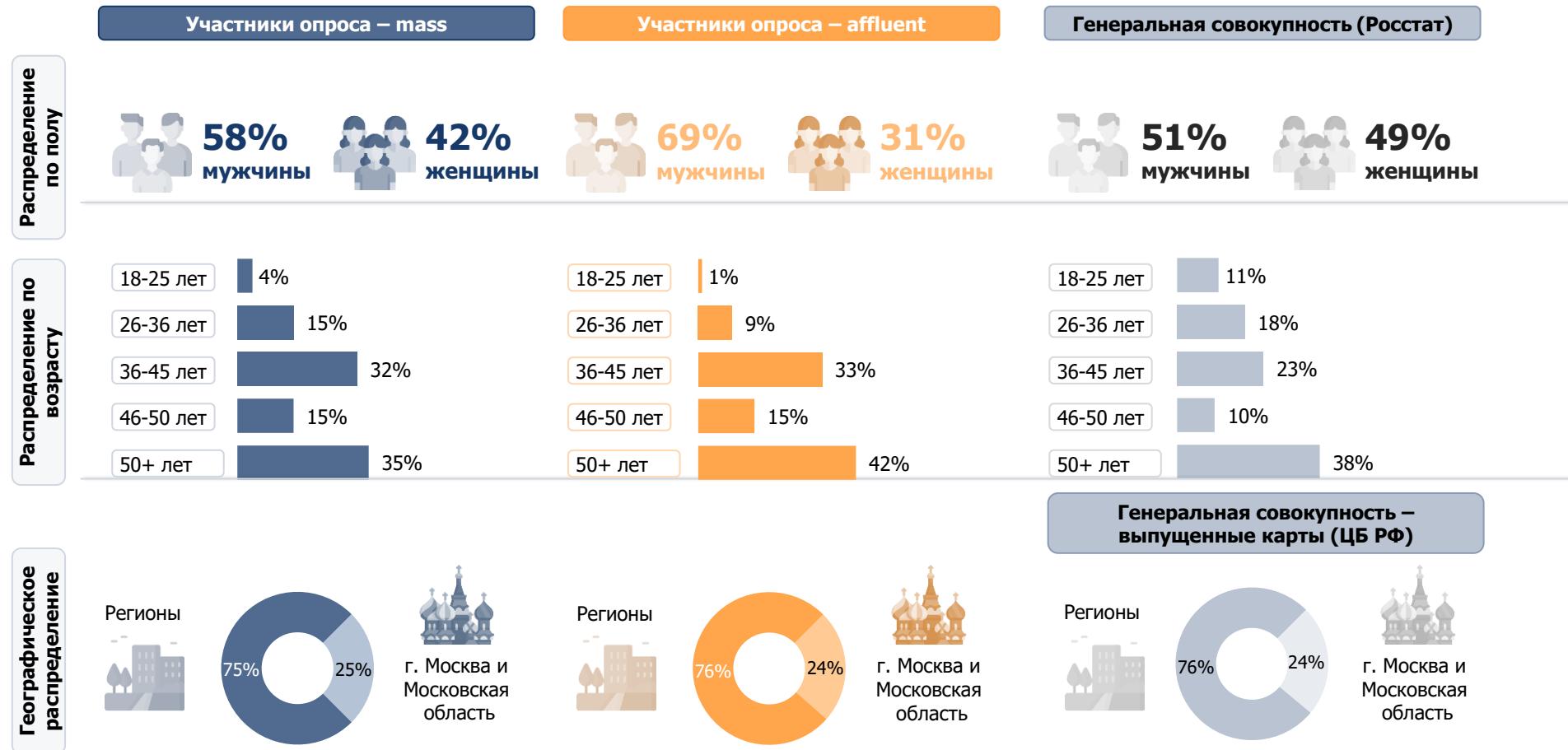
Данные по трём банкам – СберБанк, ВТБ и Т-Банк были собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.

Детализированные данные по банкам представлены в формате Excel.

Перечень вопросов

1. Наличие дебетовой карты банка и ее наименование;
2. Удовлетворенность дебетовой картой по 10-балльной шкале;
3. Восприятие дебетовой карты банка в качестве основной;
4. Как была выбрана дебетовая карта / как она появилась у клиента;
5. Способы пополнения дебетовой карты;
6. Какие операции проводятся по карте и их частота;
7. Важность критериев выбора дебетовой карты и удовлетворенность по ним;
8. Вероятность рекомендации дебетовой карты банка друзьям/знакомым;
9. Трудности в использовании дебетовой карты и их решение;
10. Пользование мобильным и интернет-банком, частота использования;
11. Действующие продукты в банке, их оформление в онлайн-каналах;
12. Пользование платежными стикерами, виртуальными картами;
13. Срок жизни клиента с дебетовой картой банка;
14. Количество дебетовых карт в кошельке клиента;
15. Наличие карт в других банках;
16. Восприятие банка;
17. Способы оплаты покупок по дебетовой карте;
18. Цели переводов по дебетовой карте;
19. Оценка удовлетворенности сотрудничеством с банком;
20. Социально-демографические вопросы.

Социально-демографические характеристики выборки (1/2)



Оценка удовлетворенности активных клиентов своей картой и банком



CSI карты, балл



CSI банка, балл



Доля пользующихся картой
для всех операций (покупки,
переводы, наличные), %

Среднее кол-во продуктов
на клиента в банке, шт.

MIN

XX

XX

XX

XX

AVG

XX

XX

XX

XX

MAX

XX

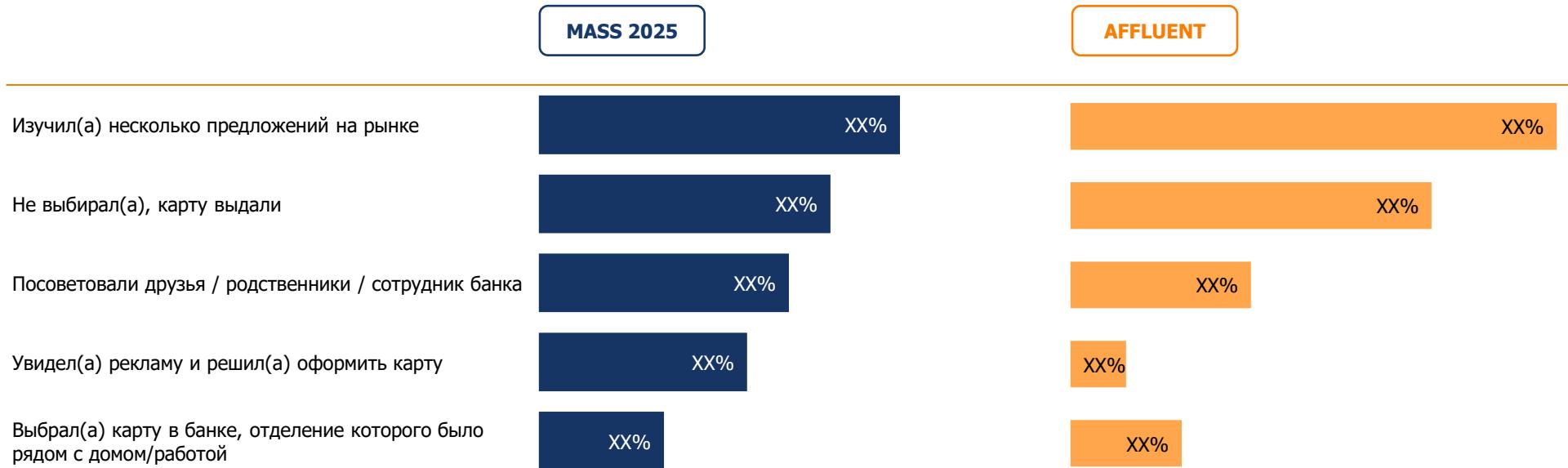
XX

XX

XX

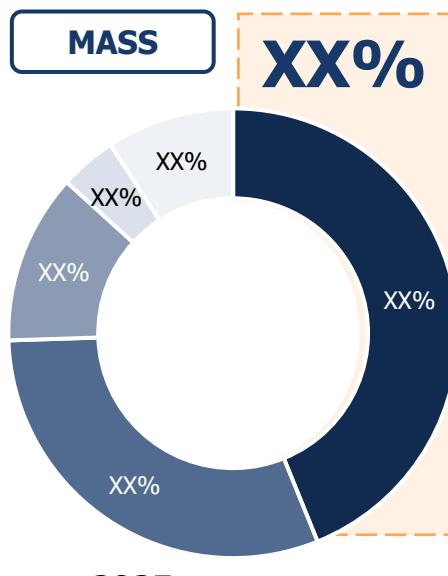
Изучение клиентами предложений на рынке при оформлении карты

Как вы выбрали карту банка?, % респондентов

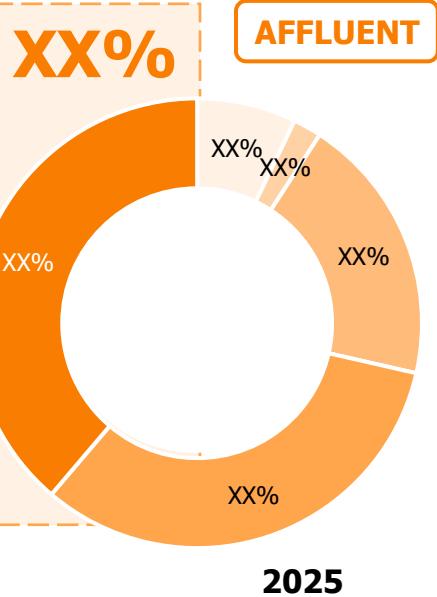


XX% клиентов пополняют карту XXXX

Как вы пополняете дебетовую карту банка?, % респондентов

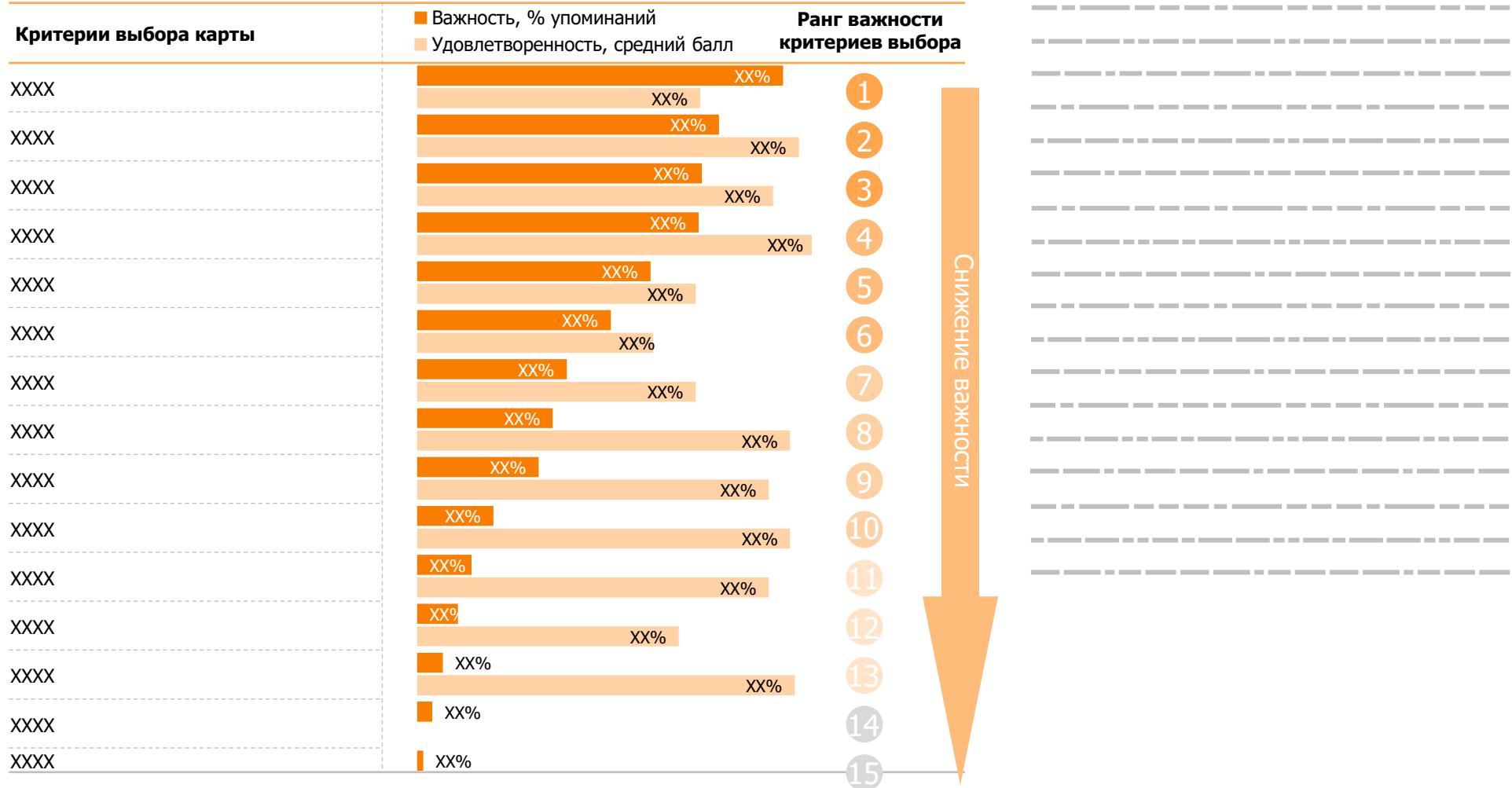


Активных клиентов
пополняют



Взаимосвязь важности и удовлетворенности критериями выбора

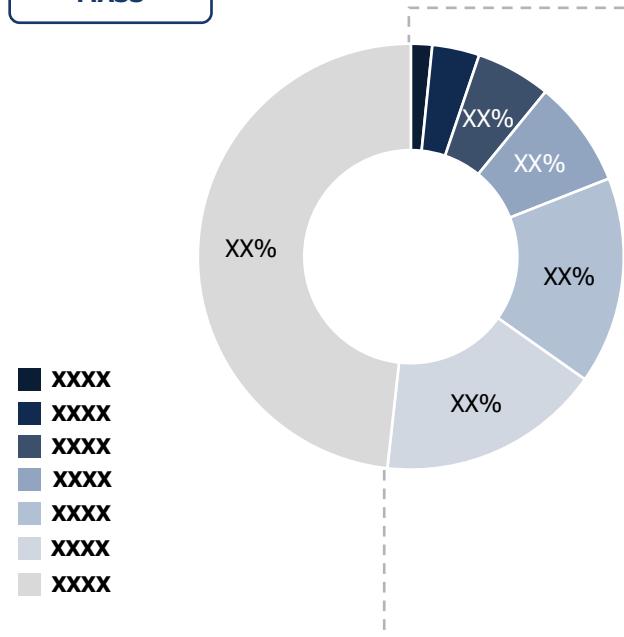
AFFLUENT



Снятие наличных денег с карты

Как часто вы снимаете наличные?, %
респондентов

MASS



Сколько денег вы обычно снимаете
в месяц?, % респондентов

< XX тыс. руб.

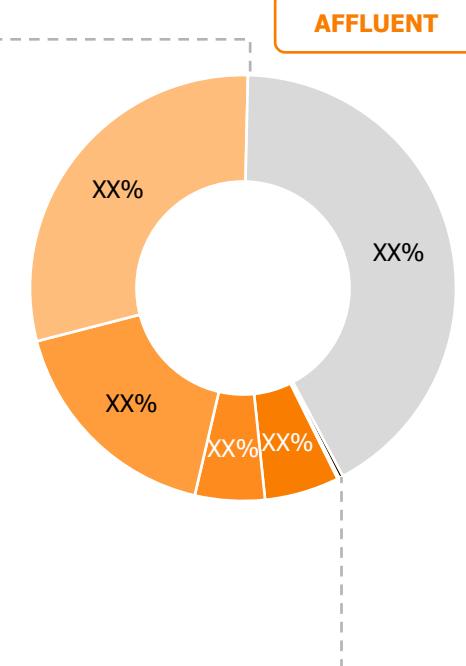
XX%

> XX тыс. руб.

XX%

Как часто вы снимаете наличные?, %
респондентов

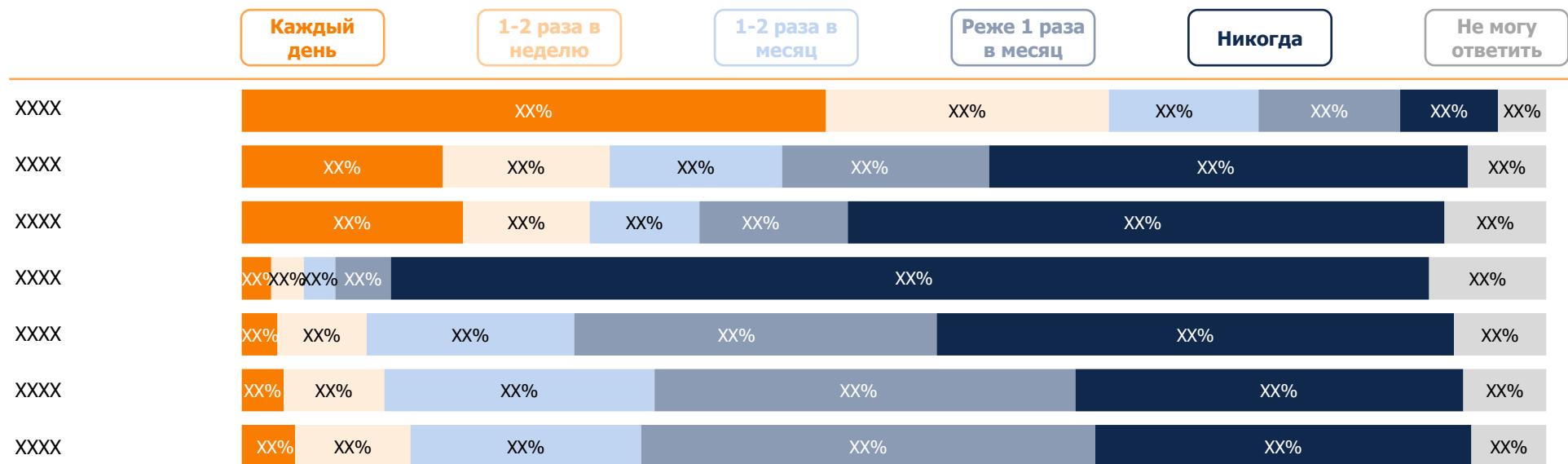
AFFLUENT



Частота и основные способы оплаты в магазинах

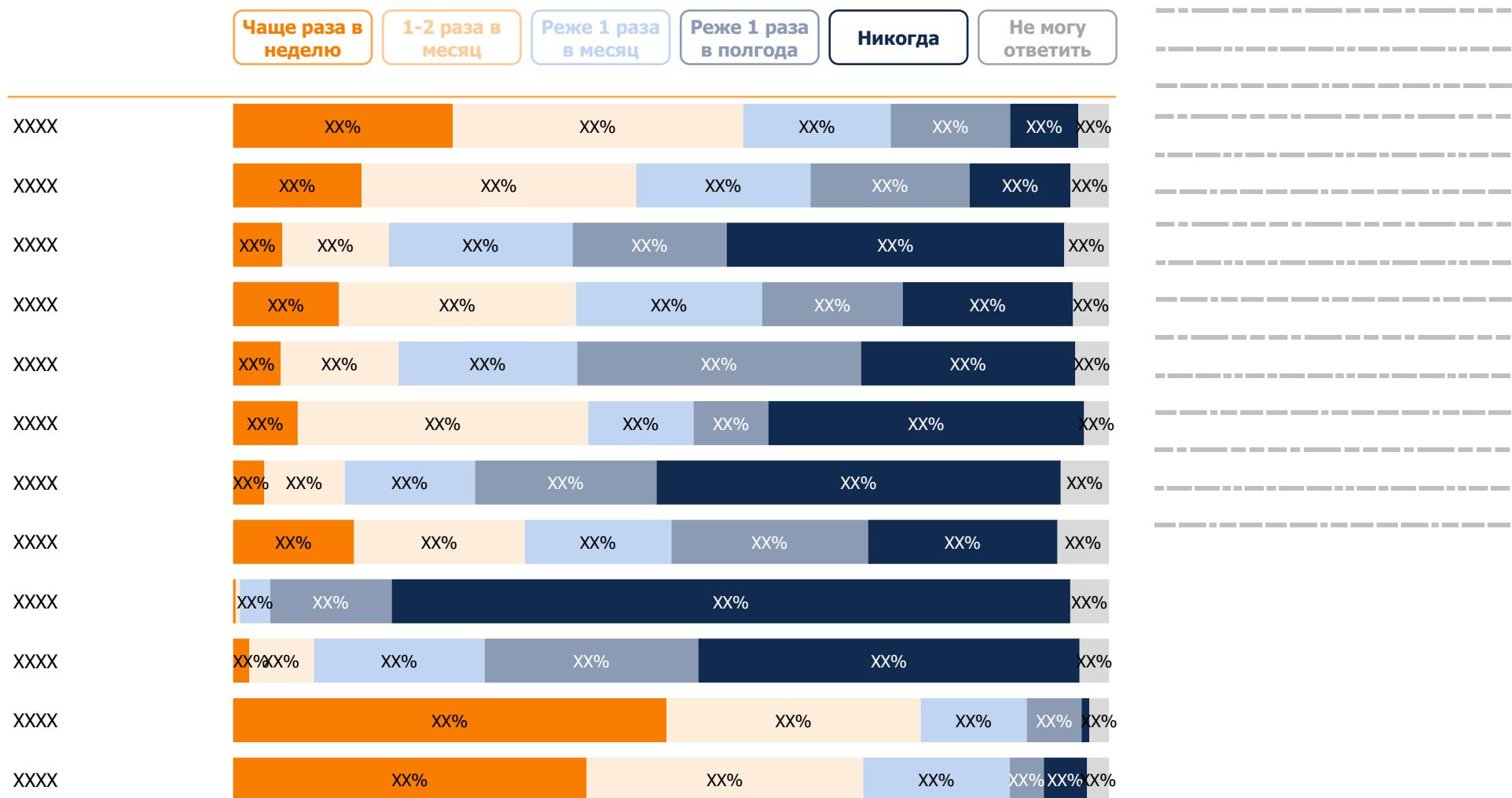
MASS

Как часто вы пользуетесь этими способами оплаты покупок в магазинах?, % респондентов



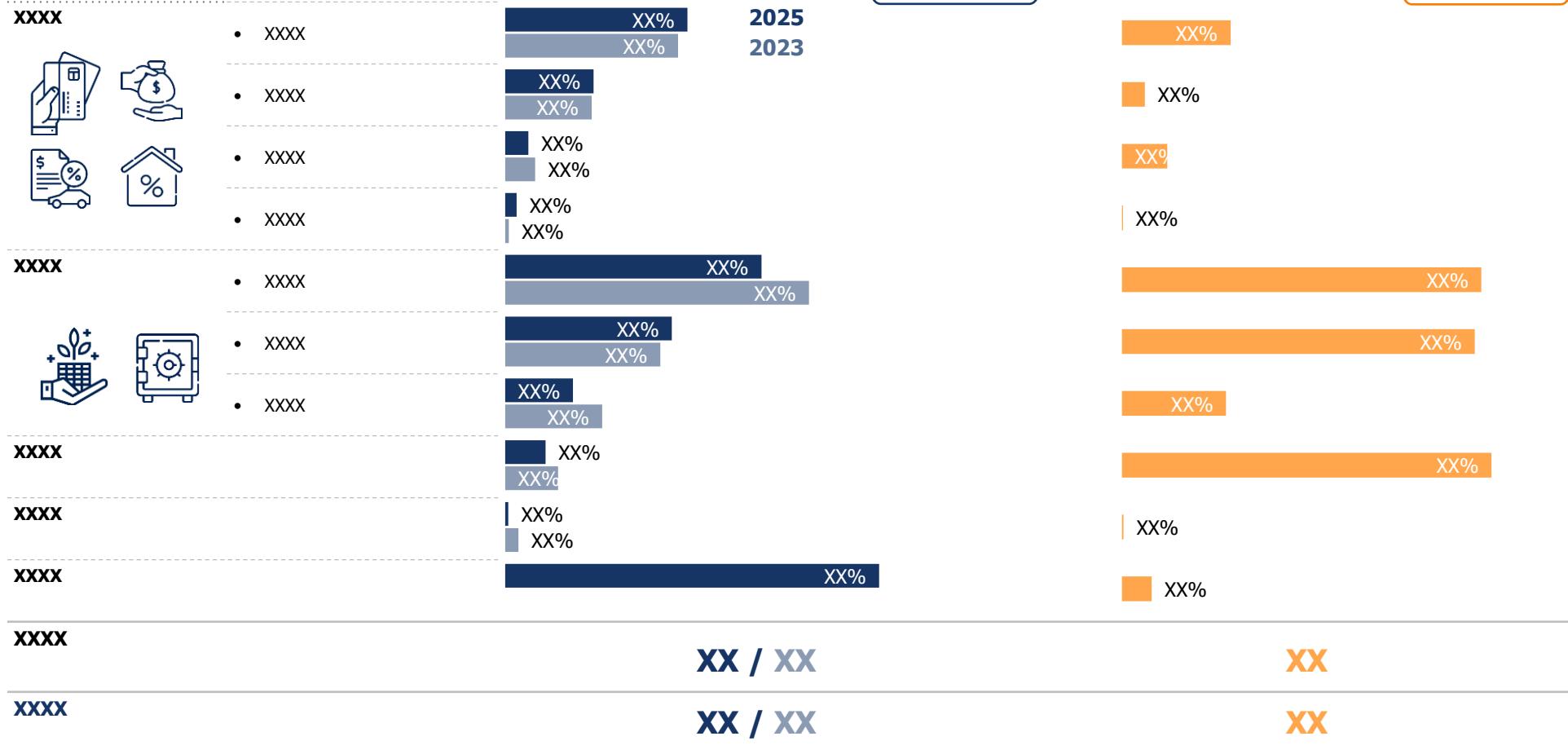
Частота пользования мобильным приложением для разных типов операций

Как часто вы выполняете следующие операции в мобильном приложении / интернет-банке, % респондентов



Кросс-sell. Оформление других продуктов держателями карт

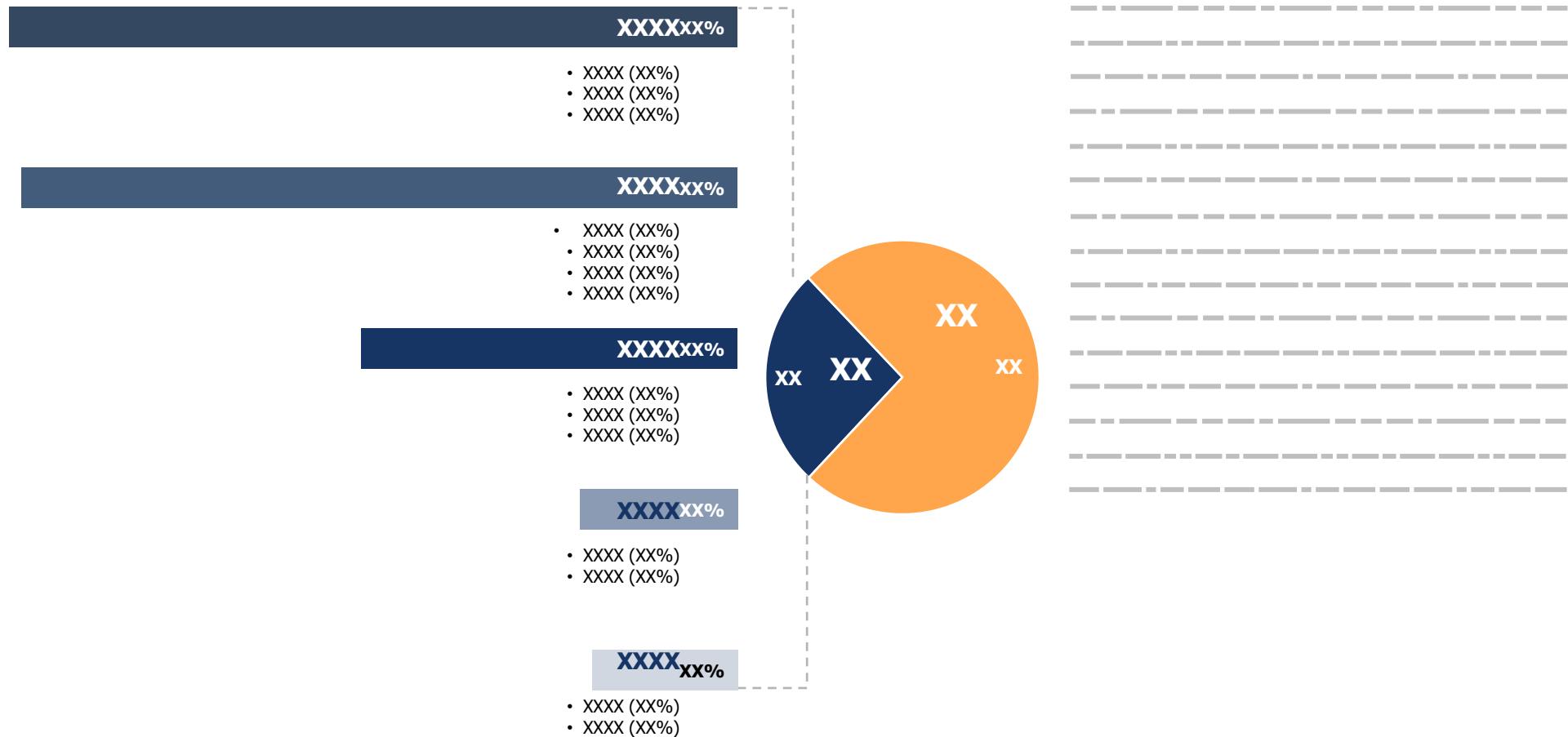
Какими продуктами банка вы пользуетесь в настоящее время?, %
респондентов



Самая распространенная проблема – ...

AFFLUENT

Сталкивались ли вы с трудностями при использовании вашей дебетовой карты?, % упоминаний



Каналы обращения клиентов в банк при возникновении проблем

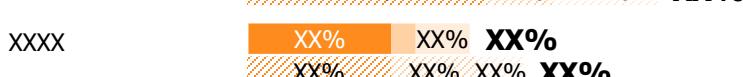
Куда вы обращались за решением своей проблемы?, % респондентов

MASS

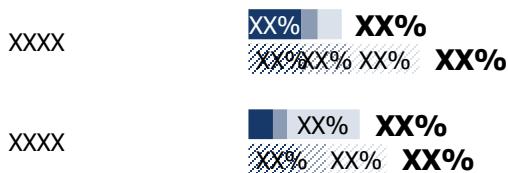


2025
2023

XX%
XXXX

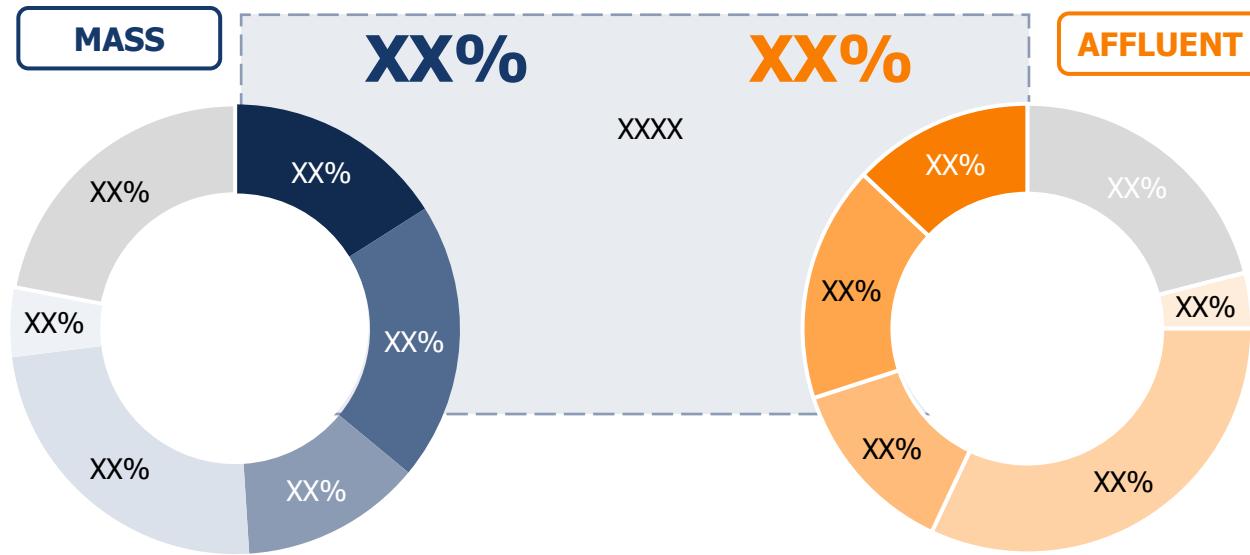


XX%
XXXX



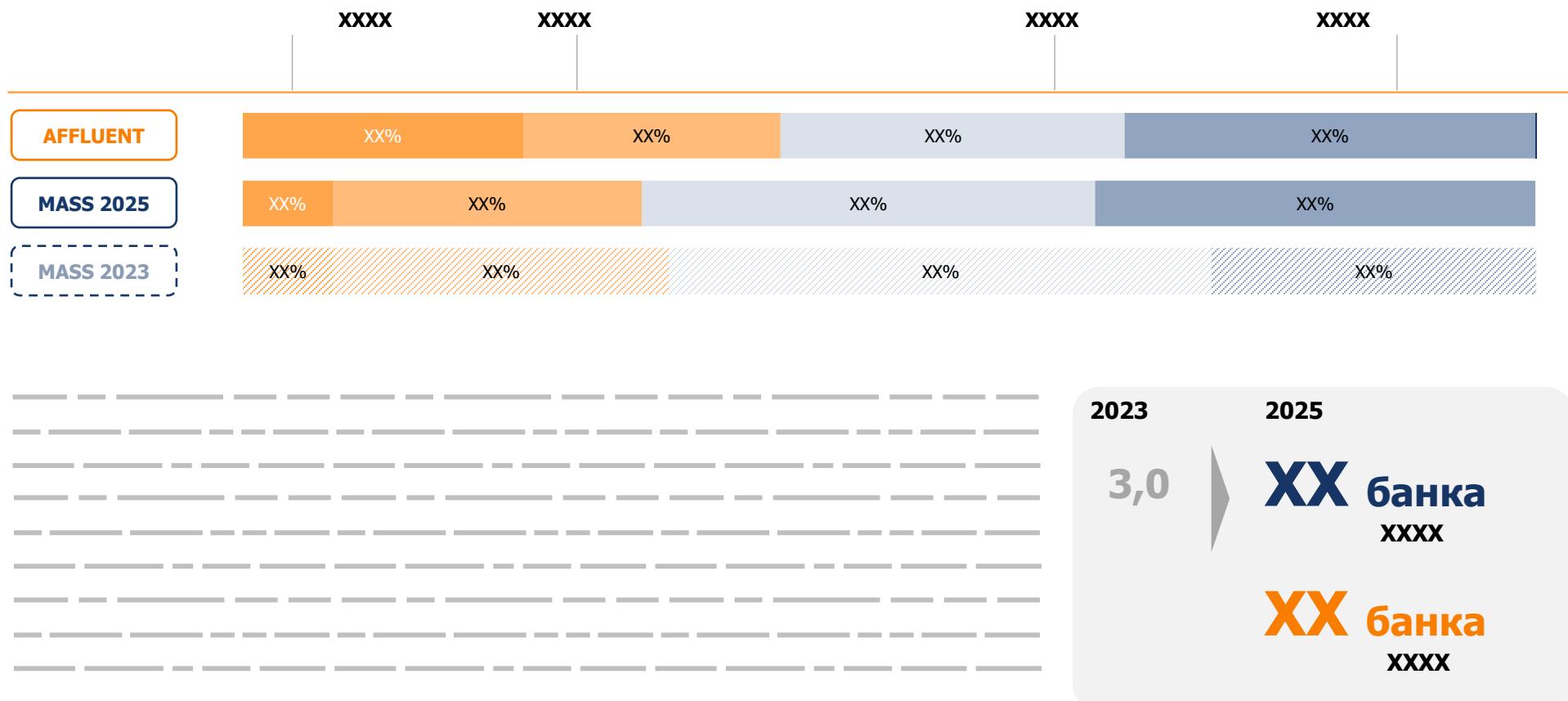
У XX% активных держателей дебетовых карт есть виртуальная карта

Есть ли у вас виртуальная/цифровая карта в любом из банков?, % респондентов



Обслуживание клиента в банках

В каких еще банках у вас есть карты (кредитные, дебетовые, зарплатные)?, % от общего количества ответов



**+ 24 слайда
в полной версии отчета**

9

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

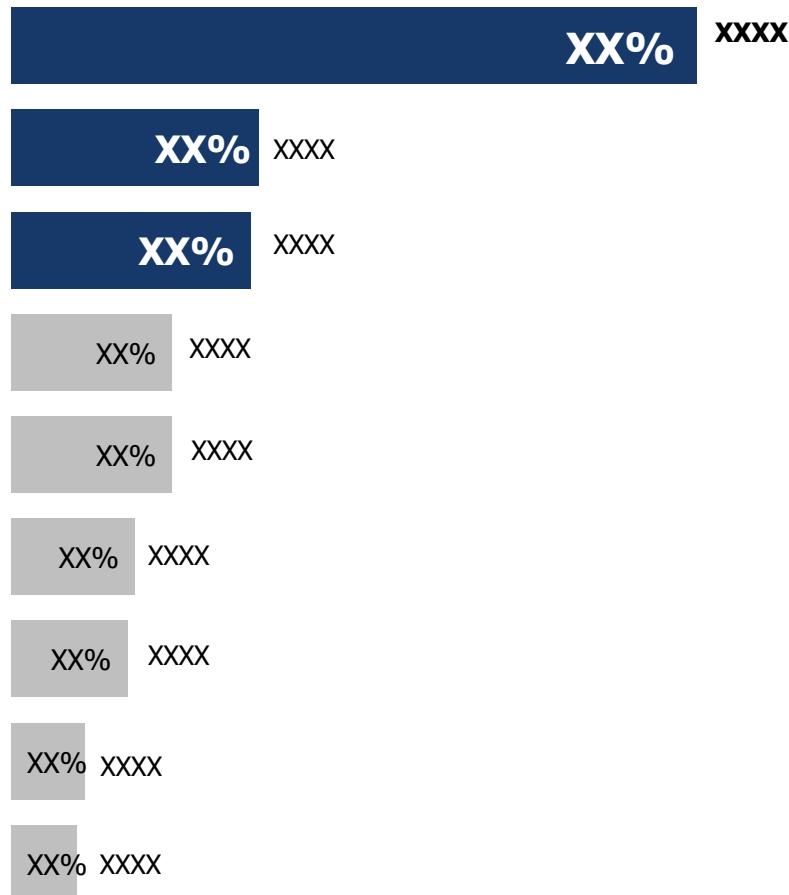
Банки, принявшие участие в экспертных интервью

Список банков-участников

	Альфа-Банк
	Банк Санкт-Петербург
	Банк Уралсиб
	Вайлдберриз Банк
	ВТБ
	Газпромбанк
	Кредит Европа Банк
	МКБ
	МТС Банк
	ОТП Банк
	Почта Банк
	СберБанк
	Совкомбанк
	Т-Банк

... – все еще приоритетная задача в ежедневном банкинге

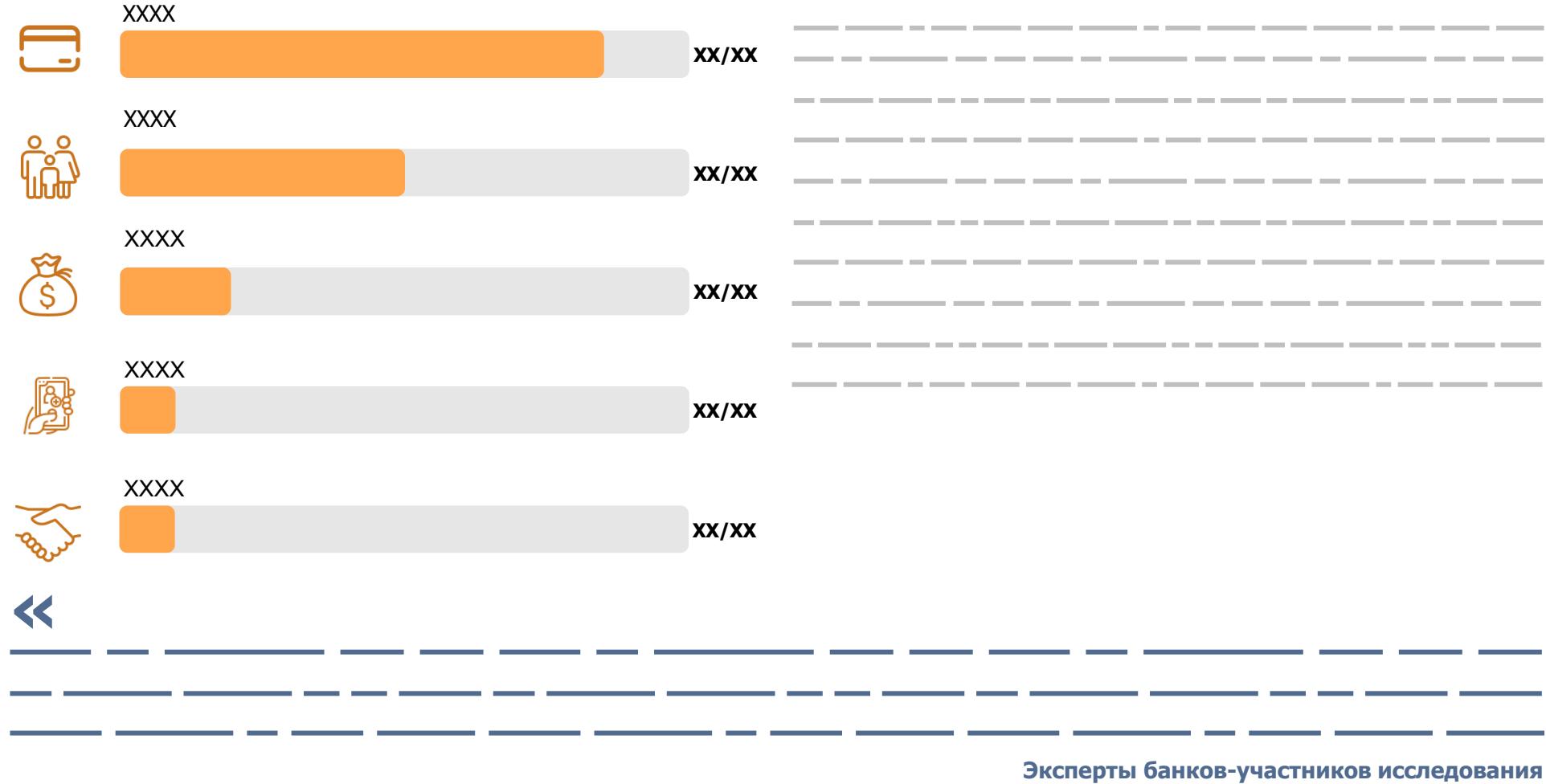
Приоритизация задач, стоящих перед банком в течение следующего года, пересчитано в зависимости от названного экспертом приоритета



Эксперты банков-участников исследования

Тренд на упрощение линейки дебетовых карт

Подходы к формированию продуктового предложения, кол-во упоминаний экспертами банков



Комплексный подход к оценке эффективности дебетовых продуктов

Какие ключевые показатели вы используете для оценки собственной эффективности?, кол-во упоминаний экспертами банков

xxxx



xxxx



xxxx



xxxx



xxxx



xxxx



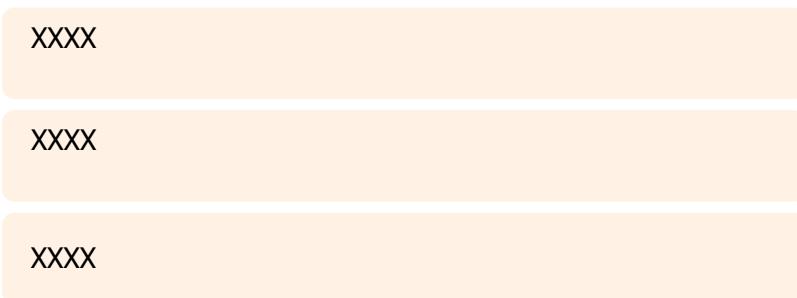
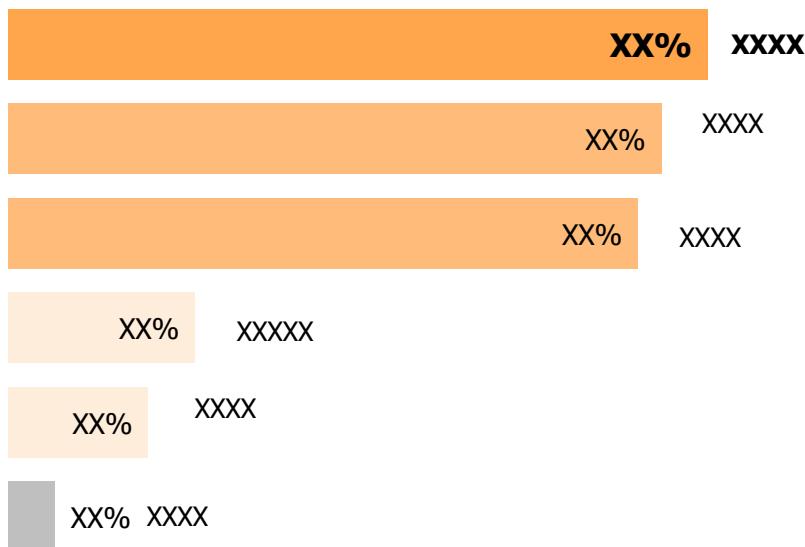
xxxx



Эксперты банков-участников исследования

... являются основным каналом привлечения новых клиентов

Приоритизация каналов привлечения, пересчитано в баллы в зависимости от названного экспертом приоритета



A blue double arrow icon, pointing both left and right, located in the bottom right corner of the slide.

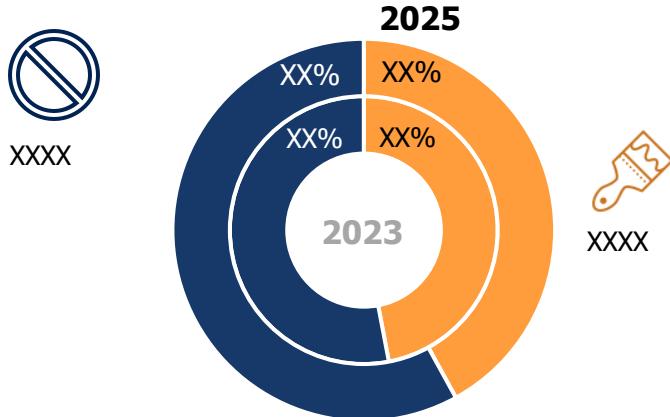
A blue icon consisting of two parallel, slanted lines forming a double arrow shape, positioned in the bottom right corner of the slide.

Эксперты банков-участников исследования

Эксперты банков-участников исследования

Трансформация роли дизайна карт

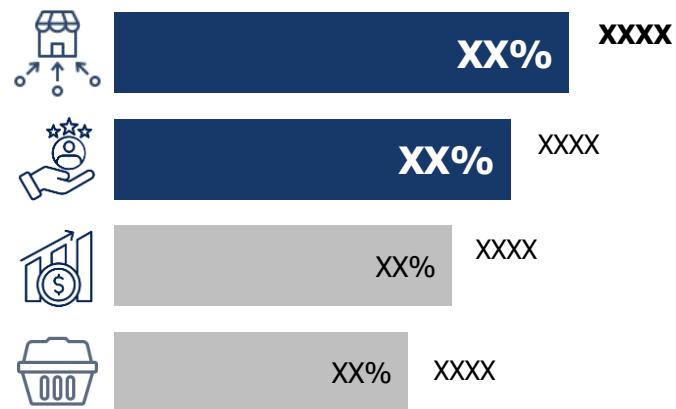
Насколько для клиентов важен дизайн карт?, % ответов экспертов



Эксперты банков-участников исследования

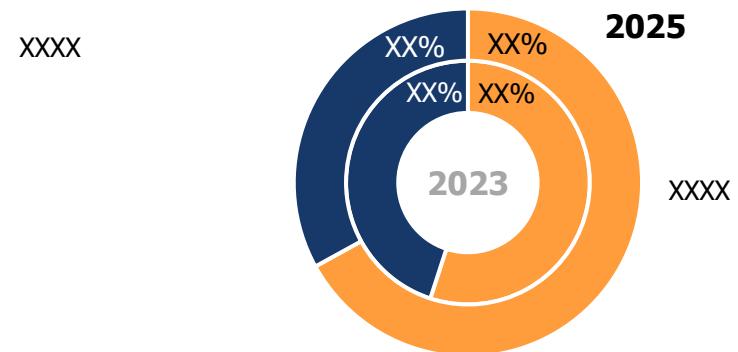
Стратегическая задача программы лояльности – ...

Приоритизация задач по целям программ лояльности, пересчитано в зависимости от названного экспертом приоритета



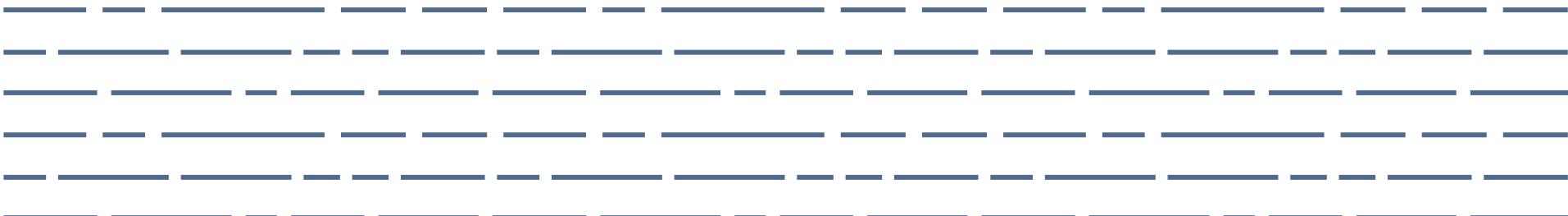
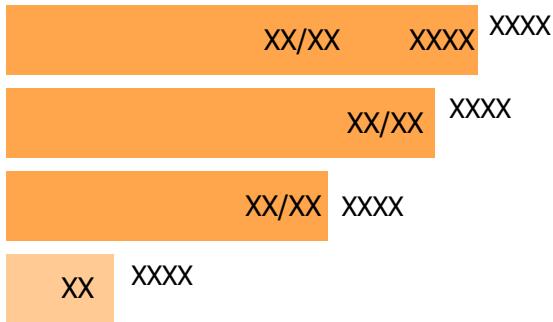
Эксперты банков-участников исследования

Разработка программ лояльности для продукта дебетовые карты, % ответов экспертов



Удачные практики рынка дебетовых карт: банки и инициативы

Удачные решения конкурентов, основные выделяемые преимущества



Эксперты банков-участников исследования

**+ 12 слайдов
в полной версии отчета**

10

Рейтинг дебетовых карт

Методика расчета рейтинга дебетовых карт и daily banking

Рейтинг дебетовых карт и daily banking (1/3)

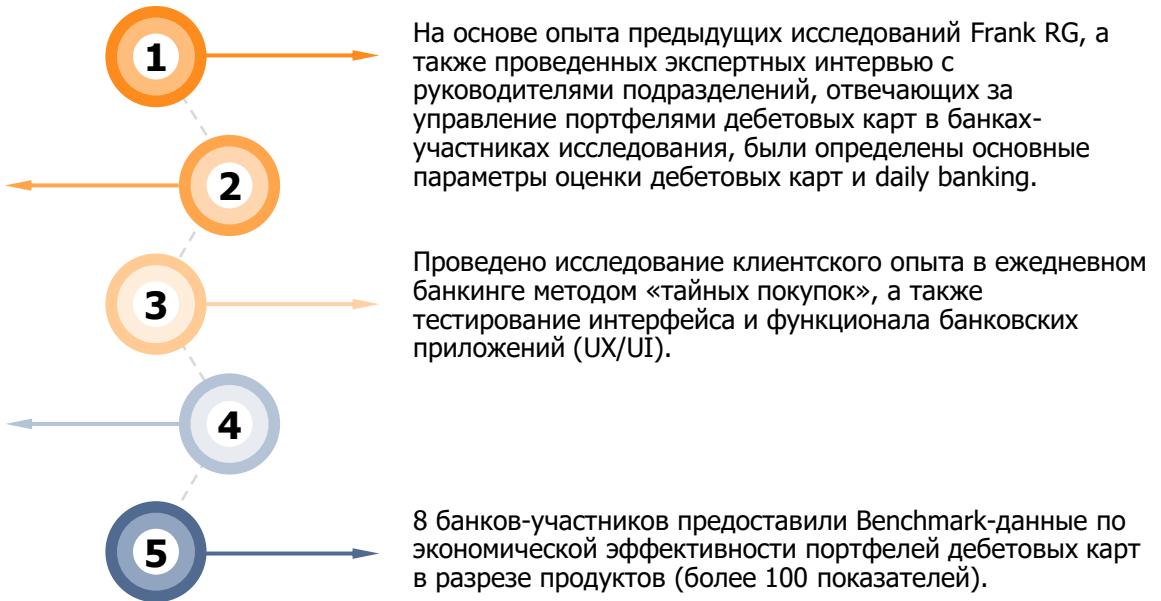
Интегральный рейтинг

Расчет рейтинга дебетовых карт и daily banking для главных номинаций осуществлялся в несколько этапов.

Этапы составления рейтинга

Информация по тарифам и условиям обслуживания 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 7 000 анкет.



Банки-участники проанализированы по 6 основным группам:

- Чистая выгода для клиента;
- Условия обслуживания карт и reward-программ;
- Показатели бенчмарк-исследования;
- Клиентский опыт пользования картой (VOC);
- Клиентский опыт в daily banking;
- Оценка ДБО (мобильного приложения).

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

Рейтинг дебетовых карт: основные параметры рейтинга (2/3)

Параметры интегрального рейтинга



Опрос держателей дебетовых карт

- Уровень удовлетворенности клиентов продуктом, доля и частота пользования картой
- Используемые метрики: CSI банка, NPS карты, доля лояльных клиентов, доля полноценно пользующихся картой, доля считающих карту основной, доля часто пользующихся картой для покупок

Benchmark

- Показатели активности продаж, клиентов и портфеля дебетовых карт в динамике
- Используемые метрики: динамика активной клиентской базы, доля активных карт в выданных, частота POS-транзакций, динамика удельных остатков по счетам держателей карт, динамика удельных POS-оборотов

Дистанционное банковское обслуживание

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

Выгода

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

Тарифы

- Рейтинг условий обслуживания по параметрам, наиболее важным для клиентов с точки зрения выбора дебетовой карты

Клиентский опыт в daily banking

- Комфортность клиентского опыта взаимодействия с банком на основании тайных покупок

Рейтинг дебетовых карт. Дополнительные номинации

Номинации по выгоде

Специальные номинации



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

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

www.frankrg.com