

Интернет-банки для малого бизнеса 2024

Что в голове у предпринимателя?

DEMO

Команда проекта

Уважаемые коллеги!

В 2024 году команда Frank RG провела исследование интернет-банков для малого бизнеса. Основной целью исследования стало понимание потребностей и ожиданий малого бизнеса от интернет-банков. Работая над проектом, мы стремились выявить ключевые аспекты, которые влияют на опыт взаимодействия представителей микро- и малого бизнеса с интернет-банками. Для этого часть исследования проводилась в нейроработатории с применением оборудования для определения нейрофизиологических реакций, что позволило оценить эмоциональную реакцию пользователей от взаимодействия с интерфейсами интернет-банков.

В основу нашего проекта легли: кабинетное исследование, экспертные интервью с руководителями банков, экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса, UX и нейротестирование пользовательских сценариев, клиентские интервью и опрос предпринимателей, мониторинг стабильности работы интернет-банков.

Надеемся, что данный отчет будет вам интересен и поможет адаптироваться к динамично меняющемуся рынку.

Команда проекта



Дмитрий Новоченко

Старший проектный лидер



Марина Восковская

Ведущий аналитик



Юсуф Байбурын

Ведущий аналитик



Оксана Гончаренко

UX-аналитик



Алия Сафина

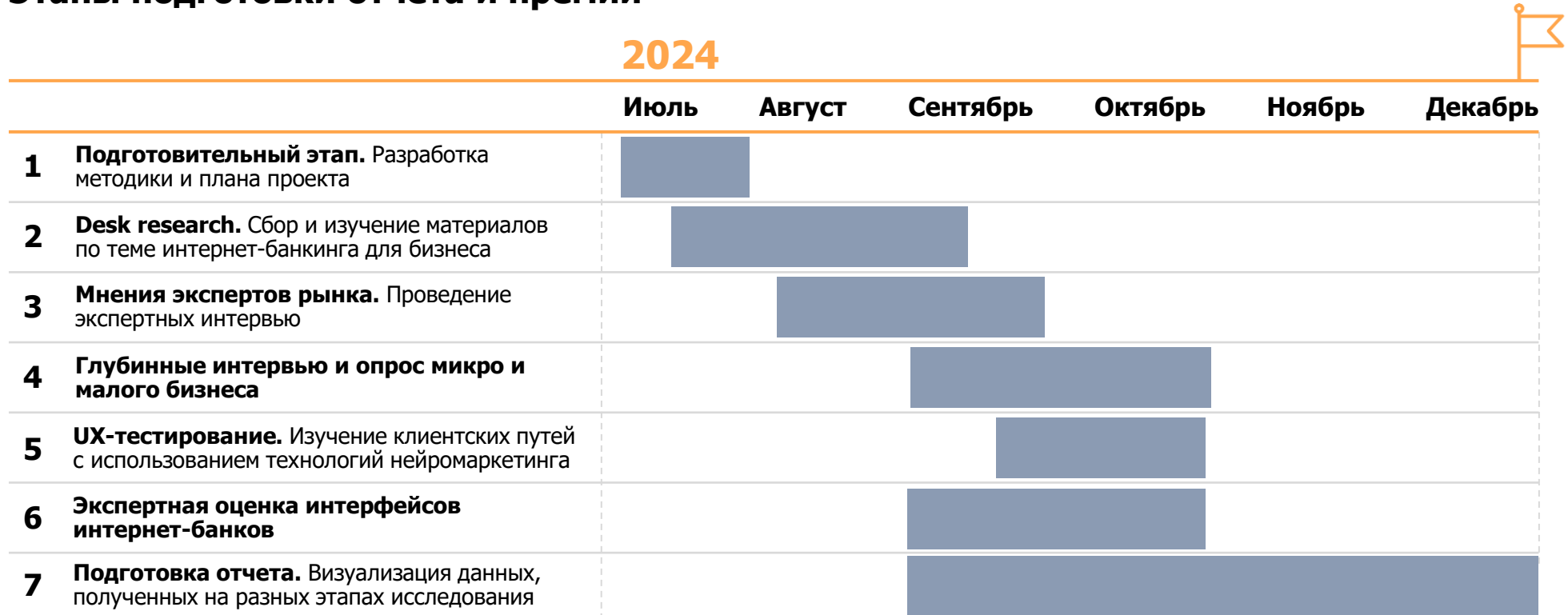
Аналитик



Илья Данильченко

Младший аналитик

Этапы подготовки отчета и премии



Frank SME Digital Banking Award 2024



Содержание

1. Desk research [\[24 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[41 стр.\]](#)
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer) [\[16 стр.\]](#)
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса [\[354 стр.\]](#)
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев [\[759 стр.\]](#)
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса [\[6 стр.\]](#)
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024 [\[13 стр.\]](#)

Σ Всего **1228 стр.** в
полной версии отчета

Содержание

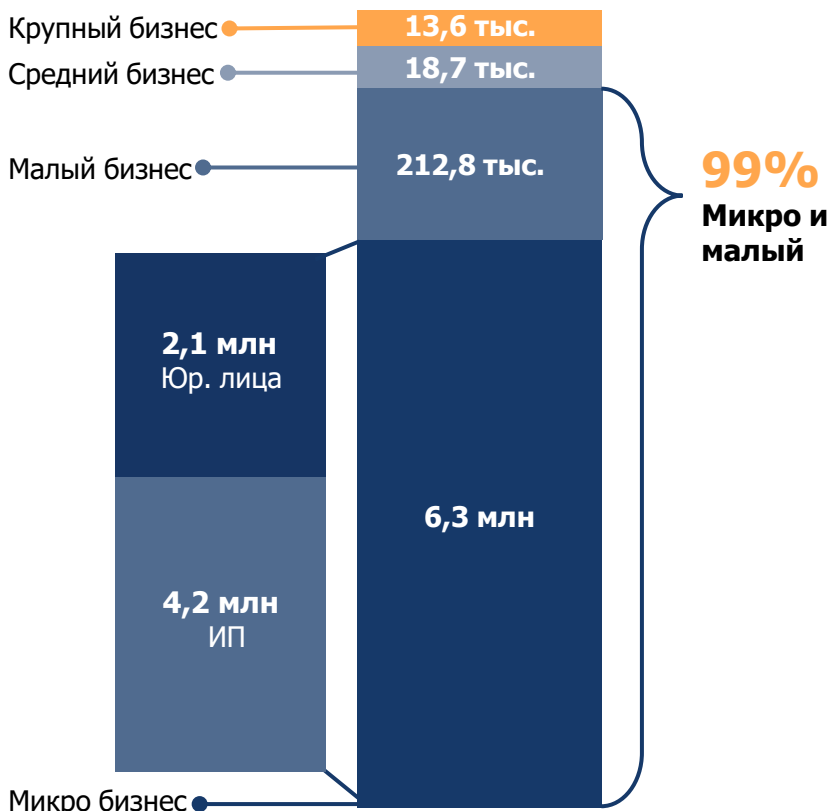
1. Desk research

2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

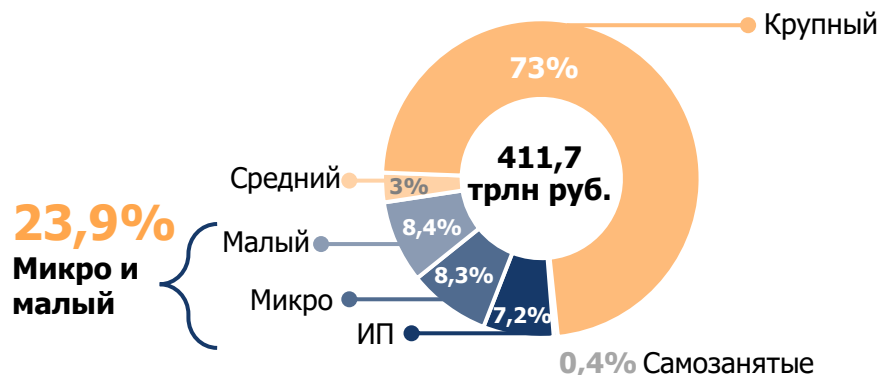
На ИП и компании микро- и малого бизнеса приходится 99% от количества субъектов российского бизнеса и 24% его выручки

Большинство работающих в РФ предпринимателей и компаний относятся к микро- и малому бизнесу. Эти предприниматели и компании являются пользователями интернет-банков для малого бизнеса.

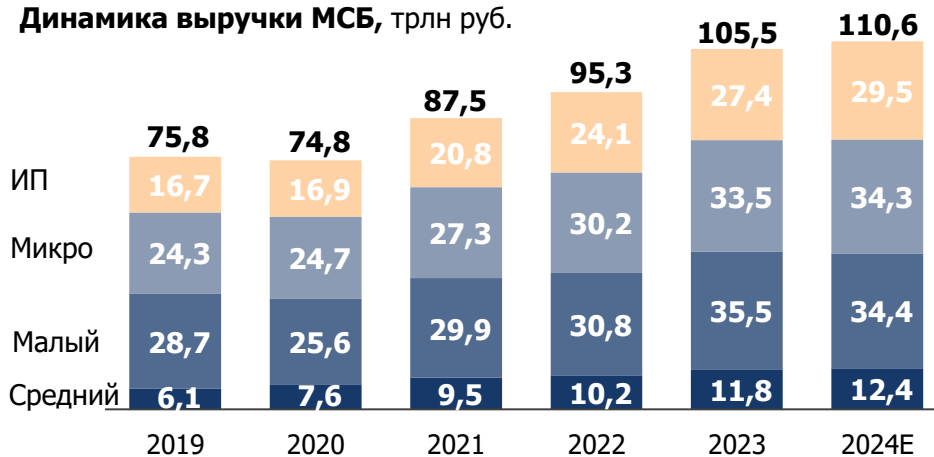
Бизнес в РФ, кол-во юридических лиц и ИП



Выручка российского бизнеса в 2024 году, %



Динамика выручки МСБ, трлн руб.



Мы поместили ИП и представителей микро и малого бизнеса в центр нашего исследования, в котором использовали следующие инструменты



Desk research.

Российский и зарубежный опыт в области интернет-банкинга для МСБ



Голос клиента.

Результаты глубинных интервью, опроса и отзывов представителей микро и малого бизнеса, использующих интернет-банки для бизнеса



Мнения экспертов.

Мнения руководителей, занимающихся развитием интернет-банков



Экспертная оценка интерфейса.

Анализ соответствия интернет-банков для бизнеса стандартам UX-дизайна



UX-тестирование ДБО с инструментами нейромаркетинга.

Оценка удобства выполнения наиболее частотных сценариев в интернет-банках для бизнеса с использованием инструментов нейромаркетинга



Мониторинг стабильности интернет-банков для бизнеса.

Автоматический мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса

Чтобы лучше понять поведение и реакции представителей МСБ на интернет-банки, мы использовали нейромаркетинговые инструменты при проведении UX-тестов

Отличительной особенностью исследования 2024 года стало использование инструментов нейромаркетинга, которые позволили нам получить дополнительный срез данных об эмоциях, возникающих у пользователей при взаимодействии с интернет-банками. С помощью **айтрекера** мы отслеживали направление движения глаз респондентов при прохождении наиболее частотных пользовательских сценариев, а **биобраслет** позволил собрать данных об эмоциональной реакции респондентов (сила и знак эмоций).

Используемое оборудование:

Айтрекер



Обеспечивает расчет и передачу координат точки зрения на экране в пиксельных координатах экрана предъявления контента, а также диаметр зрачка. Частота – 500 Гц.

Данные о направлении движения глаз респондентов (в виде тепловых карт, сканпассов*, видео-записей экранов с движением глаз во время прохождения UX-тестов).

Биобраслет



Регистрирует физиологические сигналы (фотоплетизмограмма, электродермальная активность, электрокардиограмма, двигательная активность). Беспроводной модуль фиксируется на кисти руки.

Данные о об эмоциональном отклике респондентов на проходимые сценарии, в том числе валентность (знак эмоций) и вовлеченность (степень эмоций).

Site-spy



Дополнительный инструмент для регистрации переходов пользователя по страницам интернет-банка и длительности нахождения на них.

Данные об успешности и времени прохождения сценариев пользователями.

* Способ визуализации айтрекинговых данных, где видно направление движения глаз и длительность задержки взгляда на конкретном участке экрана.
Источник: Frank RG, 2024 г.

Для МСБ удобство ДБО входит в ТОП-5 факторов выбора и его важность только растет

В качестве ключевых факторов выбора банка для обслуживания бизнеса клиенты выделяют: надежность и репутацию банка (**XX%**), стоимость услуг и тарифы на РКО (**XX%**), скорость проведения платежей (**XX%**) и удобный интерфейс интернет-банка (**XX%**).

Также в некоторых кейсах выбор банка для юридического лица основывается на опыте генерального директора как физлица. Если ранее ген. директор получал качественное обслуживание или сталкивался с выгодными условиями, это могло повлиять на формирование положительных ассоциаций с брендом банка и, как следствие, стать одной из причин выбора банка для ведения бизнеса.

ТОП-10 факторов выбора банка для обслуживания, % ответов респондентов



Среди 10-ти наиболее популярных факторов выбора банка для обслуживания бизнеса **6 факторов** в той или иной степени связаны с опытом взаимодействия с дистанционными каналами обслуживания (в т.ч с интернет-банком).

Удобный интерфейс интернет-банка стал фактором, на который ориентируются **XX%** респондентов.



< ... > Для нас также важно удобство использования и наполнение интернет-банка: чтобы удобно было пользоваться, чтобы меньше было каких-то технических сбоев.

Из интервью с клиентом



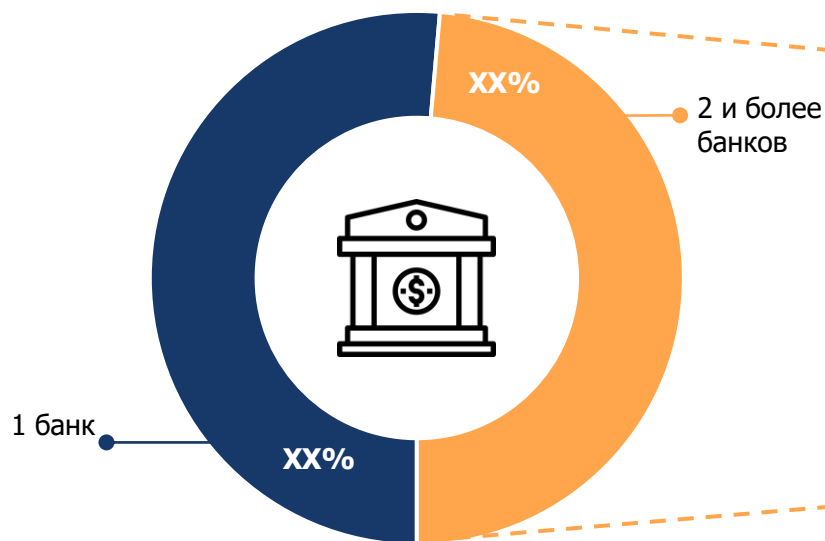
Банк ВТБ выбирал уже я [генеральный директор] непосредственно. У меня там на физлицо открыт счет тоже, поэтому чтобы дополнительно не консультироваться, я там и открыл счет для ООО. Решил, что ладно, пусть будет.

Из интервью с клиентом

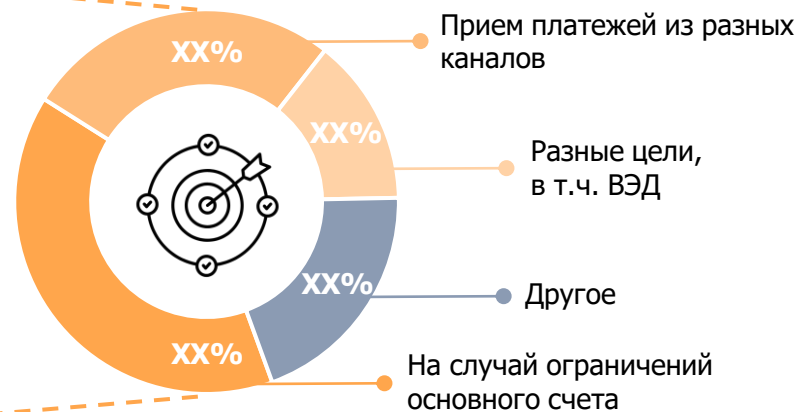
Клиенты микро- и малого бизнеса как правило имеют опыт взаимодействия с интерфейсами более чем в 1 банке

Предприниматели используют два и более банков для обслуживания своего бизнеса, чтобы минимизировать риски, связанные с временными или полными ограничениями на использование основного счета, и обеспечить бесперебойные расчеты.

Количество банков, в которых открыты расчетные счета малого бизнеса, % ответов



Цели использования нескольких банков для бизнеса, % ответов



Малый бизнес **часто сталкивается с блокировками счетов (в рамках 115-ФЗ)**, которые могут затянуться на несколько месяцев. Запасные счета в нескольких банках помогают продолжать операционную деятельность и принимать платежи из разных каналов, а также решать специфические задачи, включая внешнеэкономическую деятельность.

Крупнейшие российские банки показывают высокий уровень соответствия базовым стандартам UX: в среднем более XX%

Средний уровень соответствия банков стандартам UX, %

Простота и удобство интернет-банка

Интуитивно понятный интерфейс, логичная навигация, подсказки, показ текущего местоположения.

Аналитика и отчетность

Аналитика (графики, отчеты по операциям).

Доступность

Адаптивный дизайн (PWA/адаптивная веб-версия).

Обратная связь

Доступность обратной связи, реакция на ошибки.

Безопасность

Наличие различных способов авторизации, понятные уведомления о безопасности

Персонализация

Индивидуальные предложения и уведомления, настройка интерфейса.

Эффективность поиска

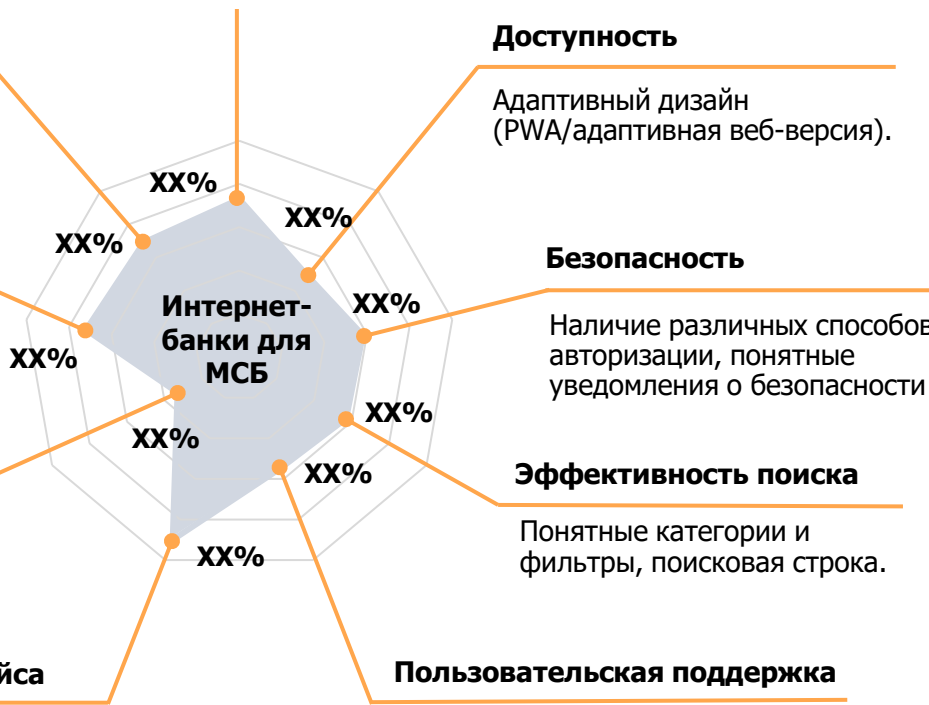
Понятные категории и фильтры, поисковая строка.

Консистентность интерфейса

Единообразие элементов интерфейса, соответствие брендбуку.

Пользовательская поддержка

Поддержка в реальном времени, Часто задаваемые вопросы (FAQ).



В целом, большинство интернет-банков достигли удобства для пользователей с точки зрения навигации, наличия подсказок, реакции на ошибки. Интерфейсы интуитивно понятны и просты в использовании.

Также XX% интерфейсов показывают высокий уровень соответствия критерию «консистентность», т.е. согласованность разных элементов системы (как визуально, так и функционально).

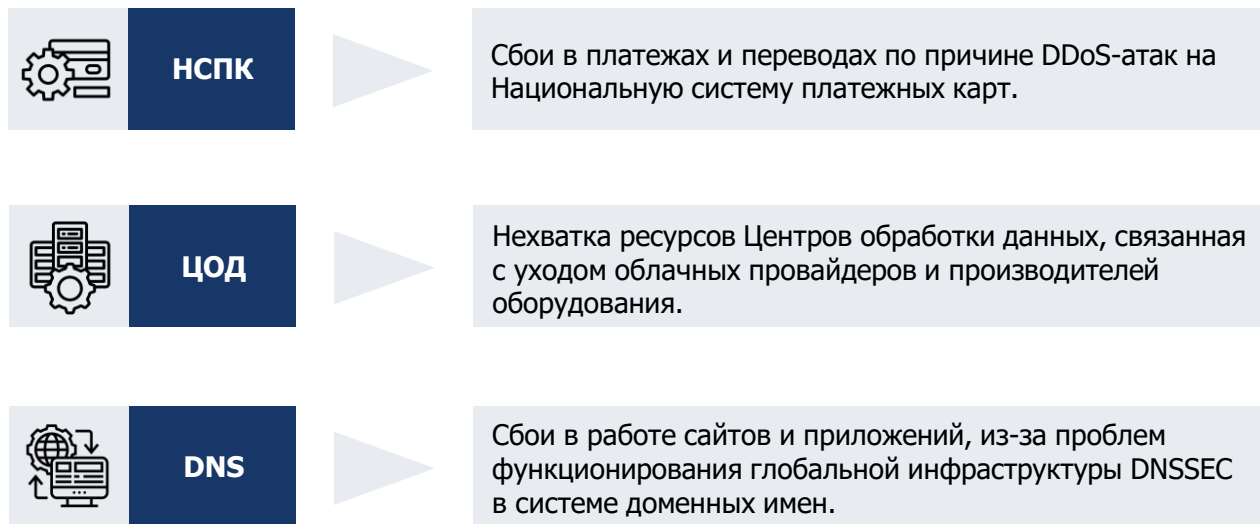
С точки зрения соответствия систем UX-стандартам, в качестве зон роста для большинства интернет-банков можно выделить –

- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Работа над стабильностью интернет-банков и импортозамещение ПО и оборудования стали вызовами для банков в 2024 году

Проблемы в работе Национальной системы платежных карт (НСПК), Центров обработки данных (ЦОД) и системы доменных имен (DNS) в этом году показали уязвимость банков перед сбоями общественной инфраструктуры. Такие сбои затрагивают платежи, работу сайтов и приложений, создавая риски для клиентов. Вызов для банков — научиться обеспечивать бесперебойную работу даже в условиях критических внешних нарушений.

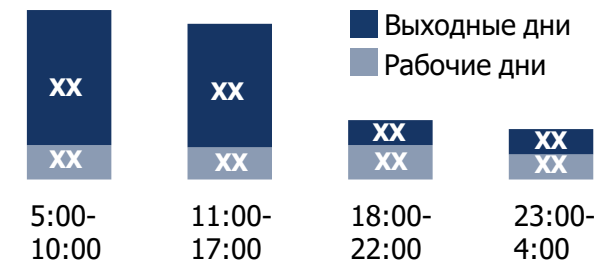
Уязвимые звенья инфраструктуры



Количество ошибок в работе интернет-банков по дням, шт.*

Будни	Выходные
XX	XX

Количество ошибок в работе интернет-банков по часам, шт.*



* - в рамках мониторинга стабильности работы интернет-банков за период июль-октябрь 2024 г.

Банки сталкиваются с задачей минимизации рисков, связанных с внешними инфраструктурными сбоями. Решение — **развитие собственных резервных систем и механизмов автономной работы**. Главная цель — обеспечить бесперебойный доступ клиентов к услугам интернет-банка даже в случае проблем с НСПК, центрами обработки данных или DNS-инфраструктурой.

+ ещё **7** слайдов в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Desk research
- 2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков**
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для бизнеса
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

Благодарим банки за участие в экспертных интервью

С августа по октябрь 2024 года Frank RG провели 11 глубинных интервью с представителями крупнейших банков, обсуждая ключевые тренды и вызовы рынка.



Форма интервью: глубинные полуструктурированные интервью продолжительностью 40-60 минут.

Участники исследования:



Модульбанк

Альфа Банк

BLANC

делобанк

ВТБ

БСПБ



СБЕР БАНК



БАНК

ПСБ

МТС БАНК

ТОЧКА

Какие преимущества банки выделяют у своего интернет-банка

Эксперты рынка отметили, что интерфейсы интернет-банков становятся похожими друг на друга. У большинства банков реализован базовый функционал для клиентов на должном уровне, но, несмотря на это, представители банков рассказали о готовности побороться за клиентов за счет следующих преимуществ своего интернет-банка среди конкурентов:



- Удобный интерфейс интернет-банка **(XX/11)**;
- Цифровизация процессов (например, добавление нового пользователя в интернет-банк без визита в банк) **(XX/11)**;
- Поддержка от лица человека в интернет-банке. Это когда проблему клиента помогает решить человек в банке, который владеет информацией о деятельности компании **(XX/11)**;
- Удобно для клиентов реализованы в интернет-банке платежные сервисы, например, сервисы для эквайринга **(XX/11)**;
- Есть дополнительные возможности у сервиса поддержки клиентов (например, демонстрация экрана при обращении в чат банка) **(XX/11)**;
- В интернет-банке доступно онлайн-кредитование бизнеса **(XX/11)**.



<...> О чем мы везде говорим – это то, что у нас абсолютно человеческая поддержка. То есть на любой вопрос как и про сам бизнес, так и про интерфейс, законодательство, налоги – в общем вопрос на любую, тему можно получить ответ в нашем чате и на той стороне живой человек ответит. Там нет никаких роботов и ассистентов, вот это «позови оператора». Там этого нет и принципиально для нас не будет. Мы развиваем тему, что дальше можно написать реально какие-то сложные бизнес вопросы, и мы со своей экспертизой попробуем на него ответить, вплоть до того, что типа: «Где лучше закупать апельсины в Катманду, чтобы сюда эффективнее привезти и как вообще всю эту логистику выстроить?». И специальный человек будет сидеть с нашим клиентом, рисовать эту схему.

Из интервью с экспертом



Из тех вещей, которыми мы гордимся, мы на самом деле очень много вложились в юзабилити. То есть мы проводили большое количество исследований, много тестов проводили с клиентами и постарались отточить как минимум базовые сценарии до идеала: выписку, платежки, авторизацию и так далее. То есть в части юзабилити мы считаем, что мы являемся одними из лучших на рынке.

Из интервью с экспертом



Мы стараемся уходить от бумажного общения, от заполнения каких-то документов в ручном формате, сканирования, отправки его в банк. Все типовые формы, которые у нас есть в продуктах, мы стараемся автоматизировать. Мы их переводим в какую-то электронную версию.

Из интервью с экспертом

Способы входа в интернет-банк

По словам экспертов рынка, предоставляемый банком способ входа в интернет-банк зачастую связан с сегментом бизнеса, с которым он работает. Если клиентский портфель состоит больше из микро и малого бизнеса, то здесь можно идти на некоторые послабления в способах входа (например, через смс-код, VK ID, Госуслуги и другие). Если клиентский портфель склоняется в сторону среднего бизнеса и верхнего уровня среднего бизнеса, то банку нужно иметь в ассортименте более надежные средства защиты (например, сертификат КриптоПро).

Так, вопрос безопасности и удобства для клиента каждый банк решает по-своему. У большинства опрошенных банков есть возможность входа в интернет-банк по смс-коду, а у **6 банков** доступны другие способы аутентификации пользователя.



- Логин, пароль и смс-код **(XX/11)**;
- Логин (номер телефона) и смс-код **(XX/11)**;
- Логин и пароль **(XX/11)**;
- Другие способы входа (через Госуслуги, через VK ID, сертификат, QR-код, биометрия, Google идентификатор) **(XX/11)**.



Закрутить гайки, сделать супер безопасно, но жутко неудобно. Сделать супер удобно, но супер небезопасно. У нас таких трендов нет принципиально. Для нас это должно быть всегда априори безопасно, вообще без вопросов, и априори всегда должно быть удобно. Поэтому мы ищем не баланс между этими двумя показателями, а мы ищем способы, как обеспечить и то, и то на высоком уровне.

Из интервью с экспертом



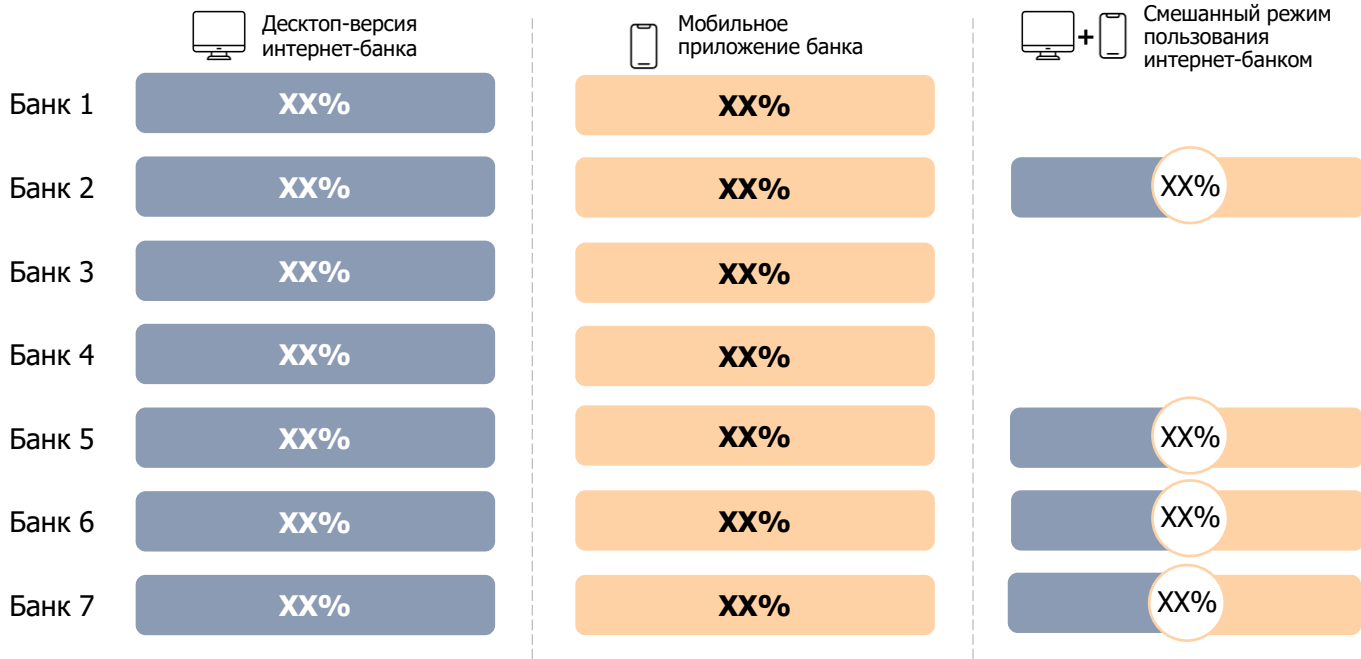
Этот вопрос требует баланса между удобством и безопасностью. Банки, у которых значительная доля портфеля составлена из микробизнеса и где используются паттерны, характерные для физических лиц, могут позволить себе сместить акцент в сторону улучшения пользовательского опыта (UX), поскольку риски в таких случаях ниже, а требования клиентов больше ориентированы на получение аналогичного опыта, как у физических лиц. В то же время, если клиентский портфель преимущественно состоит из среднего и верхнего сегментов бизнеса, то в этом случае возникает потребность в надежных средствах защиты, таких как криптографические технологии.

Из интервью с экспертом

Десктоп-версия интернет-банка продолжает быть востребованной у бизнеса

У большинства из опрашиваемых банков (XX из XX) десктоп-версия интернет-банка является основной точкой контакта с банком.

Доля МСБ в клиентской базе банка по типу использования интернет-банка, %



<...> Мы наблюдаем зависимость от клиентского сегмента. Если 2-3 года назад в нашей клиентской базе было много предпринимателей, и значительная доля клиентов имела срок деятельности менее 1 года, то мобильные приложения использовались примерно на 70%. За последние 2 года мы реализуем стратегию перехода к нише крупного, малого и среднего бизнеса. В результате поток клиентов значительно изменился по сегментам, что повлияло на долю пользователей. Доля мобильных пользователей снизилась до 54%, в то время как доля веб-пользователей возросла до 46%.

Из интервью с экспертом

+ ещё **10** слайдов в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Desk research
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков
- 3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса**
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

Клиентские интервью. Методология

В сентябре-октябре 2024 года аналитики Frank RG провели 20 интервью с представителями компаний микро и малого бизнеса, которые пользуются интернет-банком для бизнес.



Количество проведенных интервью: 20.



Участники интервью: генеральные директора или собственники бизнеса, финансовые директора или руководители отделов, бухгалтера компаний.



География: все регионы РФ.



Форма интервью: глубинные полуструктурированные интервью продолжительностью 20-60 минут.



Возраст компаний: не более 1 компании моложе 1 года, остальные - от 1 года и старше.

Характеристика выборки

**10 человек
микробизнес**

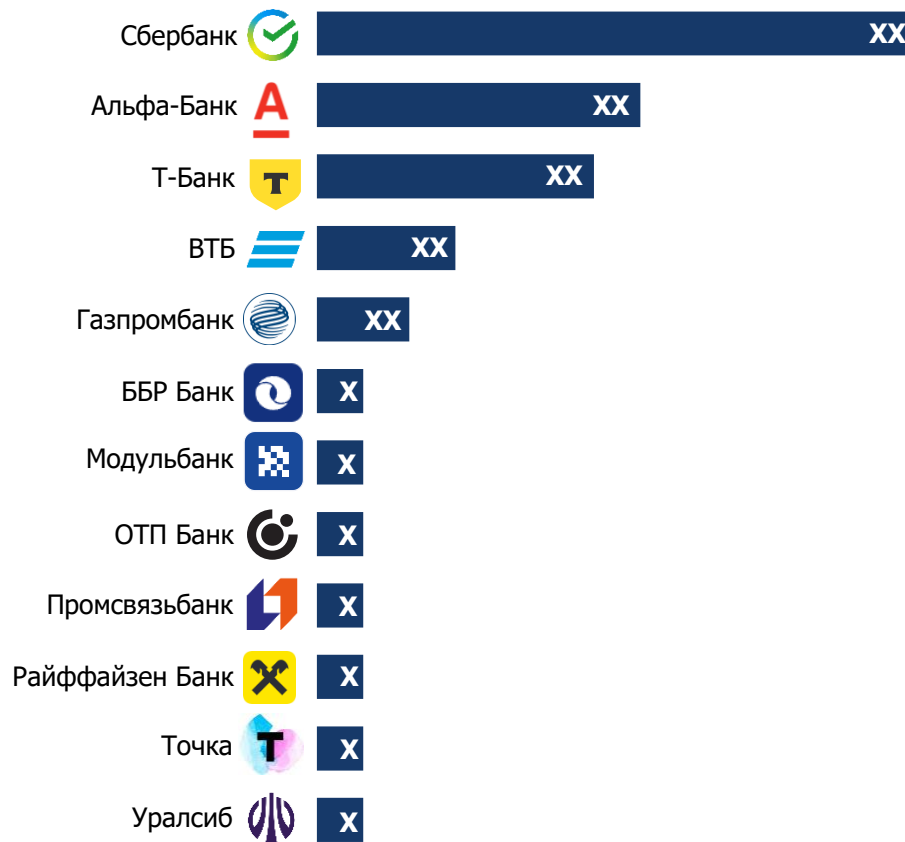
- оборот до 120 млн руб. в год
- до 15 штатных сотрудников



**10 человек
малый бизнес**

- оборот 120-800 млн руб. в год
- 15-100 штатных сотрудников

Банки, используемые респондентами, кол-во ответов



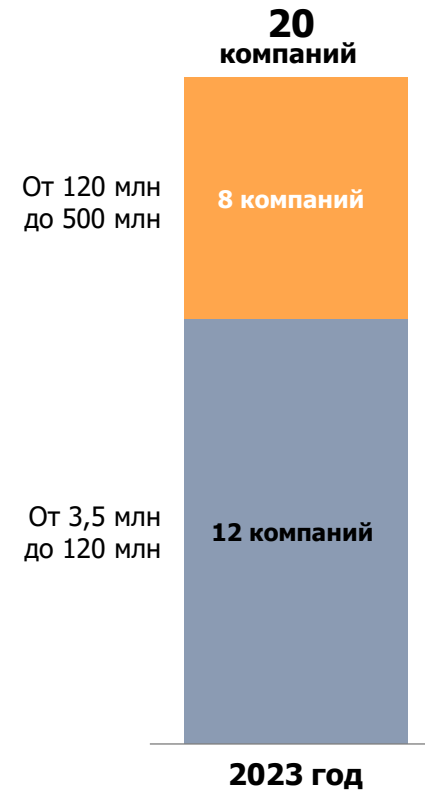
Портрет компаний участников глубинных интервью (1/2)

Для изучения опыта использования интернет-банков и для понимания потребностей клиентов, мы пообщались с представителями **20 компаний**.

Сфера деятельности бизнеса

	Микробизнес	Малый бизнес
IT, программное обеспечение	—	1 компания
Логистика и грузоперевозки	—	2 компании
Обслуживание инженерных сооружений	1 компания	—
Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ	1 компания	—
Полиграфические услуги	1 компания	—
Развлечения и отдых	1 компания	—
Реклама	1 компания	—
Строительство	—	2 компании
Технические испытания и исследования	—	1 компания
Торговля оптовая	1 компания	3 компании
Торговля розничная	1 компания	1 компания
Туризм	1 компания	—
Услуги для бизнеса	2 компании	—

Оборот компаний, руб.



Портрет компаний участников глубинных интервью (2/2)

Мы пообщались с представителями компаний, где в штате находится от 1 до 72 человек. У **XX%** компаний есть доступы в интернет-банк для наемных сотрудников: у **XX** компаний в микробизнесе, у **XX** компаний в малом бизнесе. При этом во всех исследуемых компаниях доступ к интернет-банку имеет генеральный директор, дополнительный доступ чаще предоставляется бухгалтеру компании из сегмента малого бизнеса (**XX/XX**), реже в сегменте микробизнеса (**XX/XX**).

Сколько сотрудников в штате компании

	Микробизнес	Малый бизнес
Без сотрудников	XX компаний	XX компаний
2 – 5 чел.	XX компаний	XX компаний
6 – 10 чел.	XX компаний	XX компаний
11 – 20 чел.	XX компаний	XX компаний
21 – 50 чел.	XX компаний	XX компаний
51 – 100 чел.	XX компаний	XX компаний

Сколько сотрудников в компании имеют доступ к интернет-банку

	Микробизнес	Малый бизнес
1 чел.	XX компаний	XX компаний
2 чел.	XX компаний	XX компаний
3 чел.	XX компаний	XX компаний
4 чел.	XX компаний	XX компаний
Более 5 чел.	XX компаний	XX компаний

Кто в компании пользуется интернет-банком, кол-во ответов

	Микробизнес	Малый бизнес
Генеральный директор	XX	XX
Бухгалтер	XX	XX
Финансовый директор/ руководитель отдела	XX	XX

Малый бизнес чаще делегирует доступ к интернет-банку бухгалтерам, в то время как в микробизнесе доступ концентрируется на руководителе.

+ ещё **38** слайдов в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Desk research
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
- 4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)**
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

Методика и участники клиентского опроса

Участники опроса – микро и малые предприятия, использующие интернет-банки для бизнеса.



Дата проведения опроса: 17-27 сентября 2024 г.



Количество полностью заполненных анкет: 325.



География: все регионы РФ.



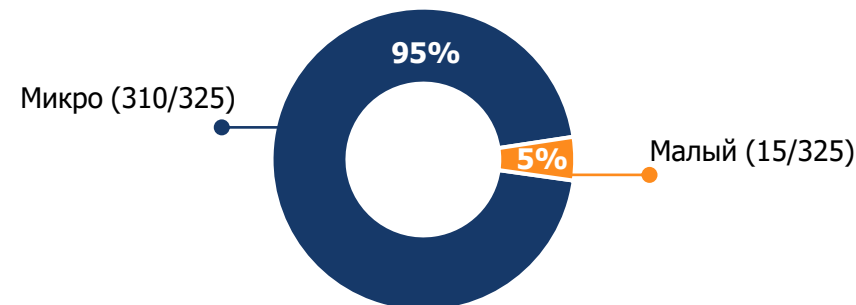
Формат опроса: онлайн-опрос с предварительным рекрутом по телефону (CATI to WEB).

Опрос был проведен с помощью онлайн-панели СМБиз от ФОМ. Он проводился по единой анкете и методике (одинаковые вопросы, одинаковые критерии выборки).

Перечень вопросов:

1. Профиль клиента;
2. На какие факторы ориентировались при выборе банка для обслуживания;
3. Какими продуктами банка пользуетесь;
4. Какие действия чаще всего совершаете в интернет-банке;
5. Кто из сотрудников имеет доступ к интернет-банку;
6. Уровень удовлетворенности интернет-банком, где ведется основная деятельность;
7. Опыт и причины смены банка для обслуживания.

Сегмент МСБ, % ответов

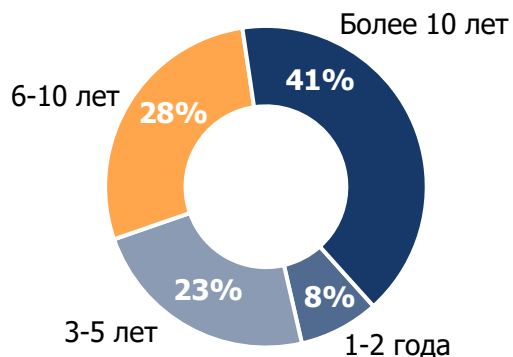


Географическое распределение, % ответов

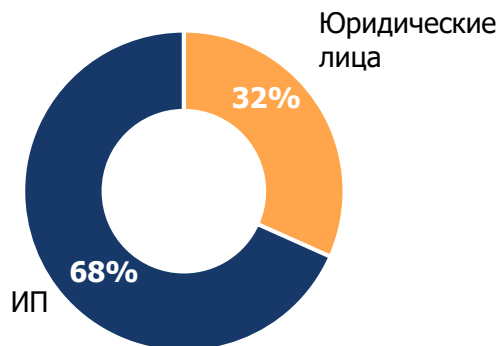


Характеристики выборки

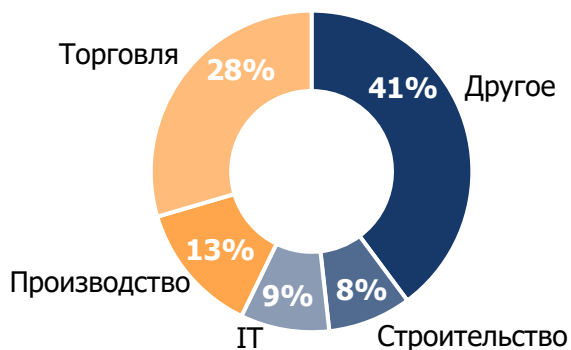
Распределение компаний по сроку ведения бизнеса, % ответов



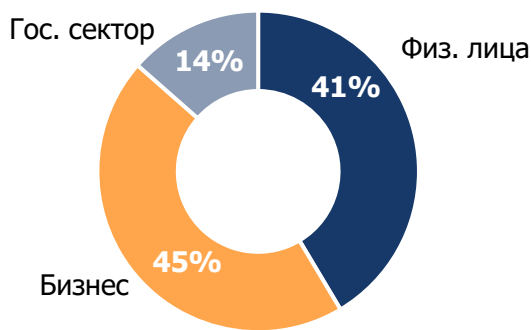
Распределение компаний по организационно-правовой форме бизнеса, % ответов



Распределение компаний по сферам деятельности, % ответов



Ориентированность компаний по потребителям, % ответов



В своем исследовании мы сфокусировались, в основном, на микробизнесе как на самом многочисленном сегменте МСБ. Большая доля респондентов – действующие компании или ИП, которые существуют на рынке более 10 лет.

Структура выборки по сферам деятельности репрезентативна и соответствует генеральной совокупности: преобладающая доля респондентов в сфере услуг задействована в сфере торговли (28%), 13% – в сфере производства.

Деятельность респондентов приблизительно в равной степени ориентирована на бизнес (45%) и физических лиц (41%).

+ ещё **13** слайдов в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Desk research
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
- 5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса**
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

Экспертная оценка интерфейса интернет-банка. Методика (1/4)

В рамках проекта мы сравнили и экспертно оценили функционал и удобство интернет-банков для бизнеса у **15** исследуемых банков, опираясь на общепринятые стандарты UX-исследований и эвристические метрики. **Объект исследования** – интернет-банк как платформа, т.е. мы оценивали интерфейс всей системы.

Сроки проведения экспертной оценки*: сентябрь – октябрь 2024 г.

Категория	Критерий оценки	Описание
1. Простота и удобство интернет-банка	1.1. Интуитивно понятный интерфейс	<p>Мах кол-во баллов: 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Все кнопки/функции расположены на интуитивно понятных местах (не надо ничего долго искать) - Используются привычные элементы интерфейса (в т.ч. иконки, кнопки и т.д.) - Все кнопки логично называются (названия кнопок соответствуют их реальному смыслу/функционалу)
	1.2. Логичная навигация	<p>Мах кол-во баллов: 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Все разделы и подразделы логично расположены относительно друг друга (например, создать шаблон платежки можно в разделе с платежками и т.д.) - Есть меню с перечнем разделов
	1.3. Всплывающие подсказки	<p>Мах кол-во баллов: 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть всплывающие подсказки
	1.4. Показ текущего местоположения	<p>Мах кол-во баллов: 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть навигационная цепочка ("хлебные крошки") - Есть индикация текущего раздела (понятно, на какой странице в данный момент находится пользователь) - Есть возможность вернуться на шаг назад
	1.5. Реакция системы на действия пользователя	<p>Мах кол-во баллов: 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Система присылает уведомления, когда пользователи совершают действия

Экспертная оценка интерфейса интернет-банка. Методика (2/4)

Категория	Критерий оценки	Описание
2. Доступность	2.1. Адаптивный дизайн (PWA/адаптивная веб-версия)	<p>Мах кол-во баллов: 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть PWA или адаптивная веб-версия - Адаптив визуально похож на мобильное приложение - Функционал работает исправно как десктопная версия
	3.1. Многофакторная аутентификация (MFA)	<p>Мах кол-во баллов: 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть возможность настроить способ входа - Есть разнообразие способов входа (от 3-х) - Требуется подтверждение операций через смс/сертификат
3. Безопасность	3.2. Понятные уведомления о безопасности	<p>Мах кол-во баллов: 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть возможность настроить уведомления - Есть возможность выбрать, какие уведомления будут приходить (например, о входе/об операциях/о каких-то действиях)
	4.1. Понятные категории, фильтры и сортировка	<p>Мах кол-во баллов: 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть фильтры - Есть разделение на категории - Есть сортировка
4. Эффективность поиска информации	4.2. Поисковая строка	<p>Мах кол-во баллов: 4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Наличие глобального поиска на главной странице - Наличие локального поиска на страницах ключевых разделов - Поиск выполняется корректно, есть подсказки при вводе запросов - Есть история поиска

Экспертная оценка интерфейса интернет-банка. Методика (3/4)

Категория	Критерий оценки	Описание
5. Пользовательская поддержка (помощь)	5.1. Поддержка в реальном времени	Мах кол-во баллов: 4 - Есть чат поддержки - Есть контакты персонального менеджера - Есть контакты банка (почта, номер телефона) - Есть раздел "Письма"
	5.2. Часто задаваемые вопросы (FAQ)	Мах кол-во баллов: 3 - Есть раздел FAQ- Контент в разделе FAQ покрывает основную часть потребностей и потенциальных проблем бизнеса - Есть разделение на категории вопросов или фильтр по вопросам
	5.3. Пошаговые инструкции	Мах кол-во баллов: 1 - Есть инструкции для сложных операций- Есть инструкции для сложных операций
6. Консистентность интерфейса	6.1. Единообразии элементов интерфейса	Мах кол-во баллов: 2 - Все элементы визуально единообразны - Одинаковые элементы находятся на одних и тех же местах в разных разделах
	6.2. Соответствие брендбуку	Мах кол-во баллов: 1 - Визуал, тон контента соответствуют брендбуку (бренд узнается)
7. Персонализация	7.1. Индивидуальные предложения и уведомления	Мах кол-во баллов: 2 - Есть индивидуальные предложения от банка - Есть раздел "Актуальное/рекомендации", где осуществляется подбор продуктов под потребности конкретного клиента

Экспертная оценка интерфейса интернет-банка. Методика (4/4)

Категория	Критерий оценки	Описание
7. Персонализация	7.2. Настройка интерфейса	<p>Мах кол-во баллов: 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть возможность настроить главную страницу под себя - Есть возможность настроить под себя еще какие-то разделы интернет-банка - Есть возможность настроить горячие клавиши или быстрый доступ к каким-то разделам
	7.3. Кастомизация	<p>Мах кол-во баллов: 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Темная/светлая тема - Есть возможность поменять язык интерфейса
8. Обратная связь	8.1. Простота обратной связи	<p>Мах кол-во баллов: 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - У пользователя есть возможность оставить отзыв/обратную связь о работе системы
	8.2. Реакция на ошибки	<p>Мах кол-во баллов: 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Должны высвечиваться ошибки, если пользователь что-то сделал не так - Должно быть понятно, что конкретно не так и как это исправить (а не просто подсветка поля красным)
9. Аналитика и отчетность	9.1. Аналитика (графики, отчеты по операциям)	<p>Мах кол-во баллов: 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Есть раздел с аналитикой (либо с графиками, либо история транзакций) - Есть графики (+ есть возможность выбрать тип графиков) - Есть возможность выбрать период



Банк №1

Простота и удобство интернет-банка. Банк №1

1 Интуитивно понятный интерфейс

Комментарий Frank RG:

Пользовательский интерфейс простой и понятный в использовании. Большинство разделов расположены на интуитивно понятных местах, используются привычные визуальные элементы. Однако некоторые кнопки непривычно/нелогично называются.

★
2/3
баллов

Некоторые разделы нелогично называются. Например, «Счета и платежи» - главная страница; «Мои документы» - история операций.



Все ключевые разделы и кнопки расположены на **ИНТУИТИВНО ПОНЯТНЫХ МЕСТАХ**, там где пользователь ожидает их увидеть.

Например, список доступных продуктов/услуг – в левой панели меню. Профиль компании и иконка «Выход из системы» – в правом верхнем углу.

Простота и удобство интернет-банка. Банк №1

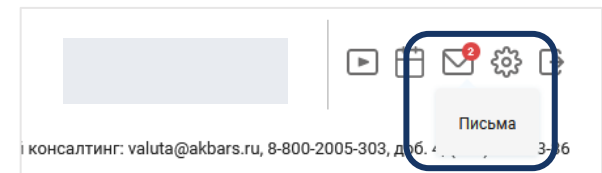
2 Всплывающие подсказки

Комментарий Frank RG:

Большинство полей, требующих ручного заполнения, снабжены всплывающими подсказками. Визуально все подсказки выглядят идентично.

1/1
баллов

ПОЛУЧАТЕЛЬ	
ИНН	<input type="text"/> ⓘ кпп <input type="text"/> ⓘ
Кому	<input type="text" value="Наименование получателя"/>
На счет	<input type="text" value="Счет получателя"/> ⓘ
Банк	<input type="text" value="БИК или название банка"/> ⓘ Укажите банк контрагента. Введите БИК или наименование банка.



Подсказки появляются при наведении курсора на **ИКОНКИ** в верхней панели меню.

При выполнении операций, где надо заполнять поля в анкете (например, создание платежных поручений), появляется иконка с раскрывающейся подсказкой. Для просмотра подсказки надо навести на нее курсор.

+ ещё **347** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Desk research
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса
- 6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев**
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

В рамках UX и нейротестирования 3 профиля клиентов проходили пользовательские сценарии в интернет-банке для бизнеса

Генеральный директор (ООО)	Бухгалтер (ООО)	Индивидуальный предприниматель
<ol style="list-style-type: none"> 1. Проверка остатка на счете (счетах) 2. Поиск реквизитов счета (счетов) 3. Поиск информации о действующем тарифе 4. Просмотр истории транзакций (поиск ленты операций) 5. Просмотр предложений от банка и партнеров (витрина банковских и небанковских сервисов) 6. Заказ справки об остатках на счете 7. Подписание платежных поручений 8. Подключение продуктов (депозит) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проверка остатка на счете (счетах) 2. Поиск реквизитов счета (счетов) 3. Поиск информации о действующем тарифе 4. Просмотр истории транзакций (поиск ленты операций) 5. Выгрузка выписки 6. Импорт документа из 1С 7. Создание платежного поручения и отправка его на подписание 8. Просмотр предложений от банка и партнеров (витрина банковских и небанковских сервисов) 9. Переход в зарплатный проект 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проверка остатка на счете (счетах) 2. Поиск реквизитов счета (счетов) 3. Поиск информации о действующем тарифе 4. Просмотр истории транзакций (поиск ленты операций) 5. Выгрузка выписки 6. Импорт документа из 1С 7. Заказ справки об остатках на счете 8. Создание платежного поручения, сохранение и подписание 9. Просмотр предложений от банка и партнеров (витрина банковских и небанковских сервисов) 10. Подключение продуктов (депозит)

Метрики оценки сценариев:

Прошел = 1 Не прошел = 0	Кол-во шагов, шт.	Общее время, сек.	Кол-во ошибок, шт.	Оценка респондента по системе SUS*	Нейромаркетинговые метрики**
-----------------------------	-------------------	-------------------	--------------------	------------------------------------	------------------------------

* SUS - System Usability Scale - инструмент для оценки респондентом удобства использования интернет-банка.

** К нейромаркетинговым метрикам относится уровень эмоционального отклика пользователя при прохождении пользовательских сценариев.

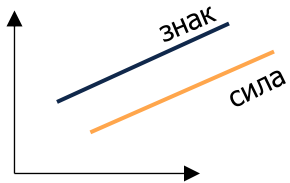
Источник: Frank RG, 2024 г.

Нейроисследование эмоционального отклика респондентов на интернет-банки для малого бизнеса. Методика

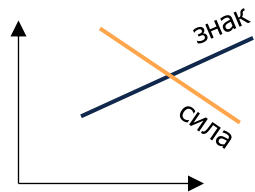
В рамках UX-тестирования респондентов мы оценивали уровень эмоционального отклика, который был вызван тестируемым интернет-банком, и отслеживали направление движения глаз респондентов при прохождении сценариев, чтобы понять, чем конкретно была вызвана реакция.

Для определения эмоционального отклика респондентов на проходимые сценарии мы использовали две нейрометрики: валентность и вовлеченность. **Валентность** - изменение эмоционального состояния человека по сравнению с предыдущим моментом в положительную или отрицательную сторону, т.е. знак эмоций. **Вовлеченность** - сила эмоционального возбуждения, т.е. степень эмоций.

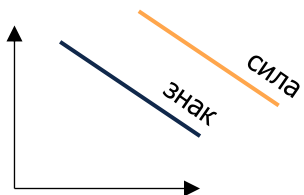
В зависимости от знака и силы эмоционального отклика можно выделить **4 ключевые категории эмоций**:



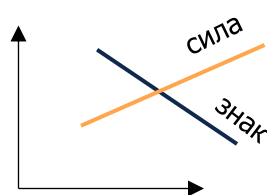
Положительные эмоции с высокой степенью вовлеченности - **интерес**



Положительные эмоции с низкой степенью вовлеченности - **умиротворение**



Отрицательные эмоции с низкой степенью вовлеченности - **скука**



Отрицательные эмоции с высокой степенью вовлеченности - **раздражение**

По каждому сценарию, который проходил респондент в интернет-банке, рассчитывались нейрометрики, отражающие эмоции респондента. Для интегрального рейтинга рассчитывалось среднее по всем сценариям в каждом банке.

Методика расчетов:

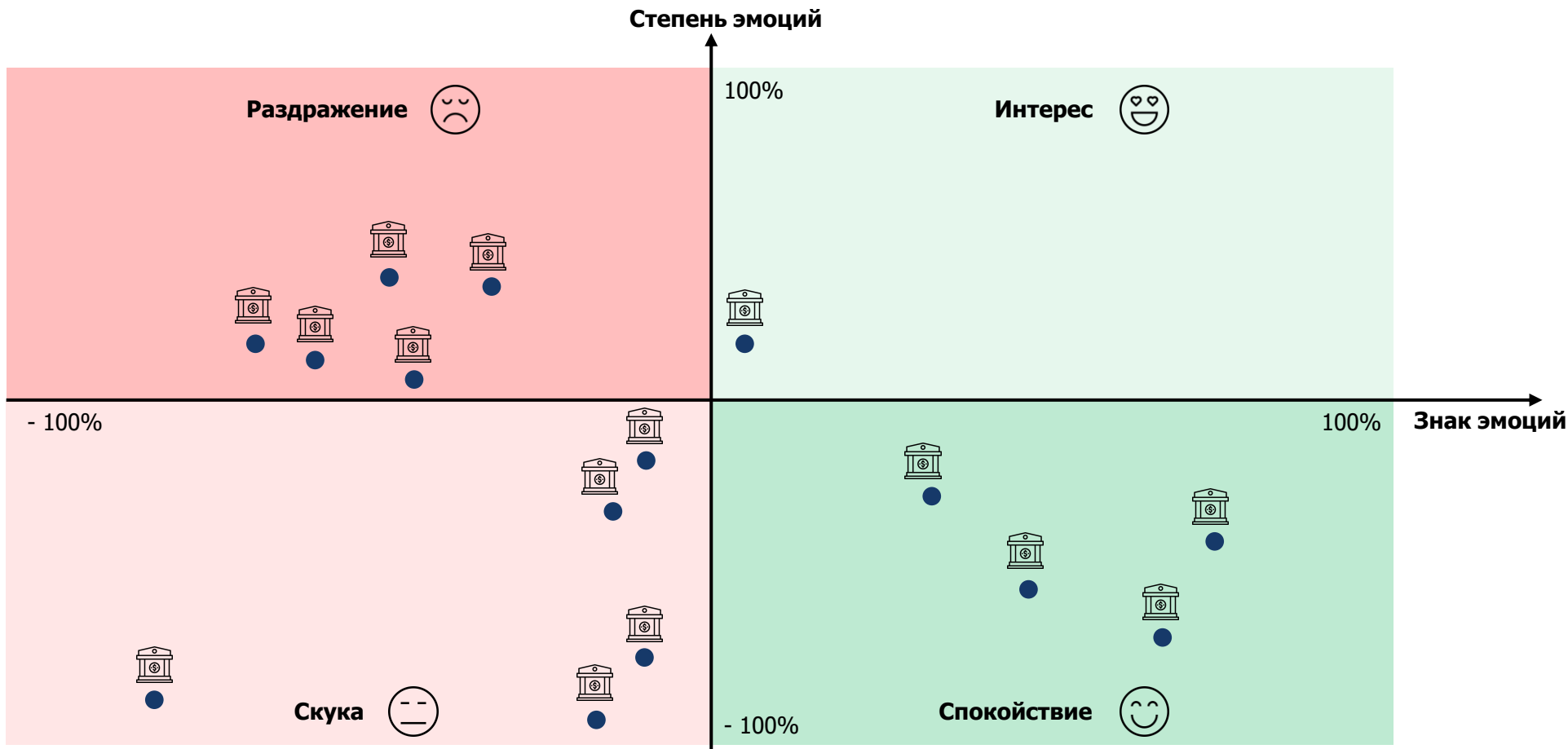
$$\text{знак эмоций} * \underbrace{(\text{степень эмоций} + 90^\circ) / 180^\circ}_{\text{нормировка значений с учетом специфики данных}}$$

По данному показателю можно сопоставить уровень эмоционального отклика респондента на разные сценарии и сравнить сценарии между банками.

Результаты нейроисследования интернет-банков для малого бизнеса

По результатам нейроисследования ДБО, наиболее положительный отклик у респондентов вызвали **XX/15 банков**, в т.ч. легкий интерес наблюдался у тех, кто тестировал Банк №1, спокойствие – у респондентов Банка №2, Банка №3, Банка №4 и Банка №5.

График иллюстративно показывает средний эмоциональный отклик по всем UX-тестам в каждом из исследуемых банков.



🏦 – лого банка

1. Проверка баланса счета (счетов)

Проверка остатка на счете (счетах). Банк №1

Доступность



Количество шагов: 0

Общее время: 0 сек.

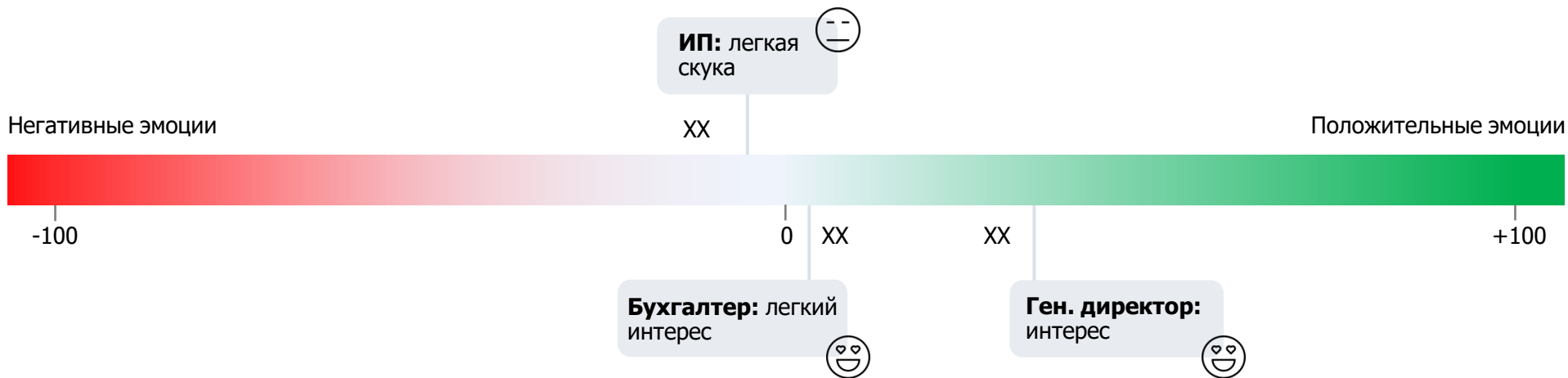
The screenshot displays the main interface of the Frank RG internet banking system. On the left is a navigation menu with categories like 'Счета и платежи', 'Мои документы', 'Сервисы', etc. The main content area features a search bar at the top, a green promotional banner for deposit rates up to 21.5%, and a summary of account balances. A blue box highlights the 'Собственные средства' (Own funds) section, which shows a balance of 2 800.00 P. Below this, there are buttons for 'Оплатить', 'Выписка', 'Расписка выпиской', and 'Перевести'. A 'Платежи' (Payments) section is visible, showing a list of transactions with columns for date, description, and amount. The first transaction is dated 19.08.2024 and involves a transfer to another account for -100.00 P. The interface is clean and modern, with a light gray background and clear typography.

Баланс счета можно увидеть на экране главной страницы.

Проверка остатка на счете (счетах). Банк №1

	Кол-во шагов (без ошибок)	Общее время	Кол-во ошибок	Эмоциональный отклик
 Результат экспертной оценки (минимальное кол-во шагов)	0	0 сек.		
 Результат UX-тестирования (генеральный директор)	X	XX сек.	X	Интерес 
 Результат UX-тестирования (бухгалтер)	X	XX сек.	X	Интерес 
 Результат UX-тестирования (ИП)	X	XX сек.	X	Скука 
Среднее по UX-тестам	X	XX сек.	X	

Эмоциональный отклик респондентов в процессе прохождения сценария, условные ед.



Поиск точки входа в сценарий. Банк №1

Генеральный директор

Статус	Дата	Описание	Сумма
Выполненные	19.08.2024	Перд ср-ч/з расчно сист. Банка России или расчно сист АББ на счета в другую кред орг (ЮЛ)	-100.00 P
Выполненные	19.08.2024	Клиринг по оплате ДСБ, за перевод средств в др. кред. орг: 24 (19.08.2024) Клиринг документов 11.	100.00 P
Выполненные	02.07.2024	Перд ср-ч/з расчно сист. Банка России или расчно сист АББ на счета в другую кред орг (ЮЛ)	100.00 P

Бухгалтер

Статус	Дата	Описание	Сумма
Выполненные	19.08.2024	Перд ср-ч/з расчно сист. Банка России или расчно сист АББ на счета в другую кред орг (ЮЛ)	-100.00 P

ИП

Статус	Дата	Описание	Сумма
Выполненные	19.08.2024	Перд ср-ч/з расчно сист. Банка России или расчно сист АББ на счета в другую кред орг (ЮЛ)	-100.00 P
Выполненные	19.08.2024	Клиринг по оплате ДСБ, за перевод средств в др. кред. орг: 24 (19.08.2024) Клиринг документов 11.	100.00 P
Выполненные	02.07.2024	Перд ср-ч/з расчно сист. Банка России или расчно сист АББ на счета в другую кред орг (ЮЛ)	100.00 P

+ ещё **752** слайда в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Desk research
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев
- 7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса**
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

Мониторинг стабильности работы интернет-банков. Методика

Согласно результатам клиентских интервью и опросов, мы выяснили, что **стабильность работы интернет-банка** – один из важных факторов, формирующих положительный клиентский опыт. В рамках проекта мы решили отследить, насколько стабильно работают интернет-банки для малого бизнеса, и исследовали доступность страниц авторизации для входа в них.



Период исследования: 11 июля – 31 ноября 2024 г.



Часовой пояс: UTC+3 (Москва)



Инструмент сбора информации: интернет-бот

Данные о стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса по всем банкам собирались по одной методике.

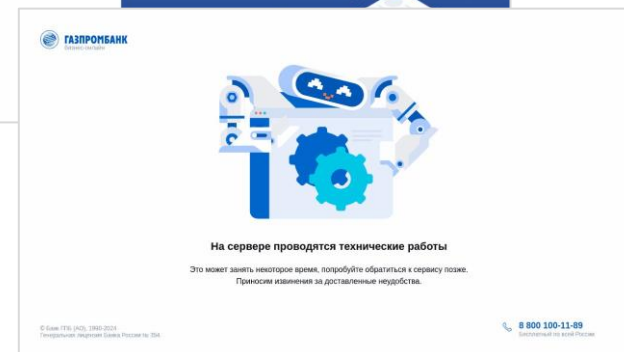
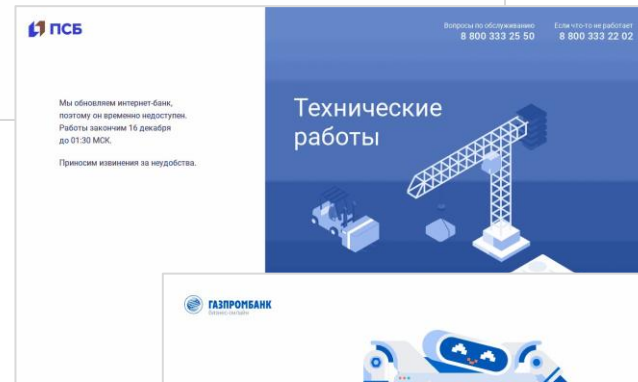
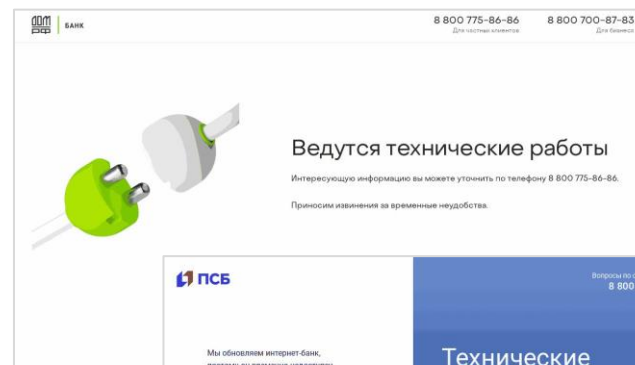
Методика сбора данных:

Мы разработали бота, который на протяжении всего периода исследования ежечасно посещал страницы авторизации в интернет-банки для малого бизнеса и фиксировал доступность данных страниц.

В случае возникновения ошибки бот фиксировал данные о времени, когда эта ошибка произошла, номер ошибки, и делал скриншот экрана. Все скриншоты команда проекта верифицировала вручную.

Ошибки в работе страниц, с которыми мы сталкивались*: 303, 400, 401, 404, 500, 502, 503

Примеры ошибок, с которыми мы сталкивались:

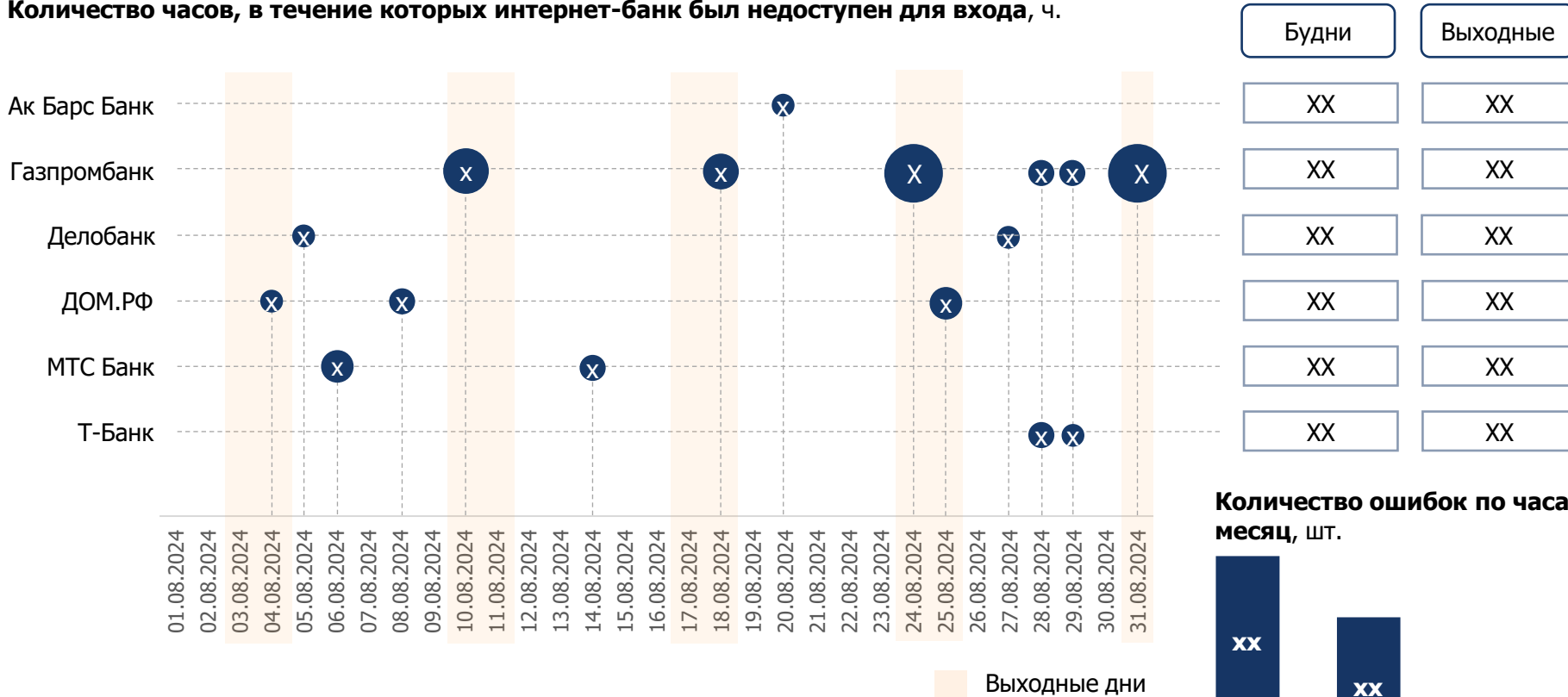


* В данном случае имеется в виду код ответа страницы на запрос HTTP
Источник: Frank RG, бот проверки стабильности работы интернет-банка, 2024 г.

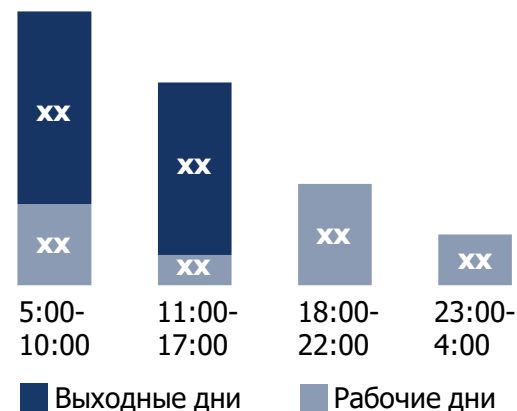
Стабильность работы интернет-банков за август

За август было выявлено **53 случая**, когда страница с авторизацией в интернет-банк была недоступна. Чаще всего страница для входа в интернет-банк была недоступна с 5 до 10 часов утра по московскому времени. В рабочие дни ошибки входа чаще всего были вечером или ночью.

Количество часов, в течение которых интернет-банк был недоступен для входа, ч.



Количество ошибок по часам за месяц, шт.



+ ещё **4** слайда в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Desk research
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Экспертная оценка интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса
6. Анализ и UX-тестирование пользовательских сценариев
7. Мониторинг стабильности работы интернет-банков для малого бизнеса

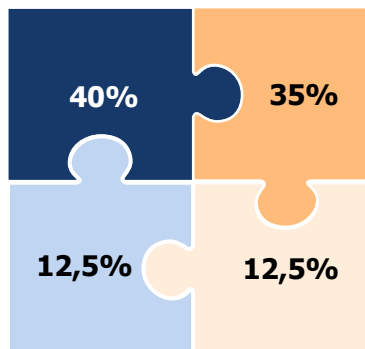
8. Премия Frank SME Digital Banking Award 2024

По результатам исследования был сформирован рейтинг интернет-банков для бизнеса, который был представлен на премии «Frank SME Digital Banking Award»

В основу рейтинга легли результаты по **4-м категориям**: экспертная оценка интерфейса (40%), удобство использования интернет-банка (35%), стабильность работы интернет-банка (12,5%) и удовлетворенность клиентов банка (12,5%).

Экспертная оценка интерфейсов, в т.ч.
62% - оценка интернет-банка как платформы
38% - оценка пользовательских сценариев

Удовлетворенность клиентов
(на основе отзывов клиентов банка на сайте-агрегаторе Банки.ру)



Удобство использования интернет-банка, в т.ч.
14% - SUS
29% - UX-тесты
57% - нейрометрики

Стабильность интернет-банка
(на основе ежедневного мониторинга работы интернет-банка)



Исследуемые банки:



Победители в интегральном рейтинге

Банк	Номинация	Описание методики
Точка	Лучший интернет-банк для малого бизнеса ТОП-1	Интегральная оценка учитывает:
Альфа Банк	Лучший интернет-банк для малого бизнеса ТОП-2	<ul style="list-style-type: none"> • результаты экспертной оценки интерфейсов интернет-банков для малого бизнеса; • результаты UX и нейротестирования пользовательских сценариев; • удовлетворенность действующих клиентов банков; • стабильность работы интернет-банков.
ВТБ	Лучший интернет-банк для малого бизнеса ТОП-3	Победителями номинации стали банки, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.

Победители в отдельных номинациях (1/2)

Банк	Номинация	Описание методики
	<p>Самый удобный интернет-банк для генерального директора</p>	<p>Оценка учитывает результаты UX-тестирований генеральных директоров, где оценивались:</p> <ul style="list-style-type: none"> успешность прохождения сценариев пользователем; кол-во шагов и шагов, которые возникли при прохождении сценариев; общее время, затраченное на прохождения сценариев. <p>Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.</p>
	<p>Самый удобный интернет-банк для бухгалтера</p>	<p>Оценка учитывает результаты UX-тестирований бухгалтеров, где оценивались:</p> <ul style="list-style-type: none"> успешность прохождения сценариев пользователем; кол-во шагов и шагов, которые возникли при прохождении сценариев; общее время, затраченное на прохождения сценариев. <p>Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.</p>
	<p>Лучший интернет-банк для малого бизнеса по daily banking</p>	<p>Оценка учитывает результаты экспертной оценки реализации наиболее частотных пользовательских сценариев, где оценивались:</p> <ul style="list-style-type: none"> наличие функционала в интернет-банке; минимальное кол-во шагов до завершения сценария; минимальное кол-во времени, которое требовалось для завершения сценария. <p>Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.</p>

Победители в отдельных номинациях (2/2)

Банк	Номинация	Описание методики
Точка	Высокая лояльность пользователей интернет-банка для малого бизнеса	<p>Оценка учитывает средний уровень удовлетворенности действующих клиентов банка. Она рассчитывалась на основе данных, собранных с сайта-агрегатора Banki.ru.</p> <p>Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.</p>
Альфа Банк	Лучший интернет-банк для малого бизнеса по нейрометрикам	<p>Оценка учитывает результаты нейротестирования интернет-банков для бизнеса, где оценивались уровень эмоционального отклика респондента на интерфейс системы (в т.ч. знак и степень эмоций).</p> <p>Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.</p>

Результаты интегрального рейтинга интернет-банков для малого бизнеса

Место	Банк	Интегральный рейтинг	Экспертная оценка сценариев	Экспертная оценка интерфейса	UX-тесты	SUS	Нейрометрики	Отзывы	Оценка стабильности
1	Точка	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
2	Альфа-Банк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
3	ВТБ	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
4	Промсвязьбанк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
5	Т-Банк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
6	Модульбанк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
7	Делобанк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
8	Сбербанк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
9	Райффайзен Банк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
10	МТС Банк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
11	БСПБ	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
12	Ак Барс Банк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
13	Газпромбанк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
14	Бланк Банк	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
15	ДОМ.РФ	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX

+ ещё **8** слайдов в разделе в
полной версии отчета



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, 5 этаж, офис 517

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

www.frankrg.com