

Небанковские сервисы для малого бизнеса 2024

—
Какие сервисы хочет видеть бизнес в экосистеме банка?

DEMO

Команда проекта

Уважаемые коллеги!

В 2024 году команда Frank RG провела исследование по теме «Небанковские сервисы для малого бизнеса».

В основу проекта легли:

- кабинетное исследование;
- экспертные интервью с руководителями департаментов небанковских сервисов банков;
- глубинные интервью с представителями МСБ;
- изучение клиентских путей компаний микро и малого бизнеса при подключении небанковских сервисов;
- анализ интерфейса витрин небанковских сервисов в мобильных приложениях для бизнеса;
- опрос предпринимателей по теме нефинансовых сервисов.

Команда проекта



Дмитрий Новоченко
Старший проектный лидер



Марина Восковская
Ведущий аналитик



Оксана Гончаренко
UX-аналитик



Алия Сафина
Младший аналитик



Илья Данильченко
Младший аналитик

Мы посмотрели на небанковские сервисы для малого бизнеса при помощи 6 инструментов

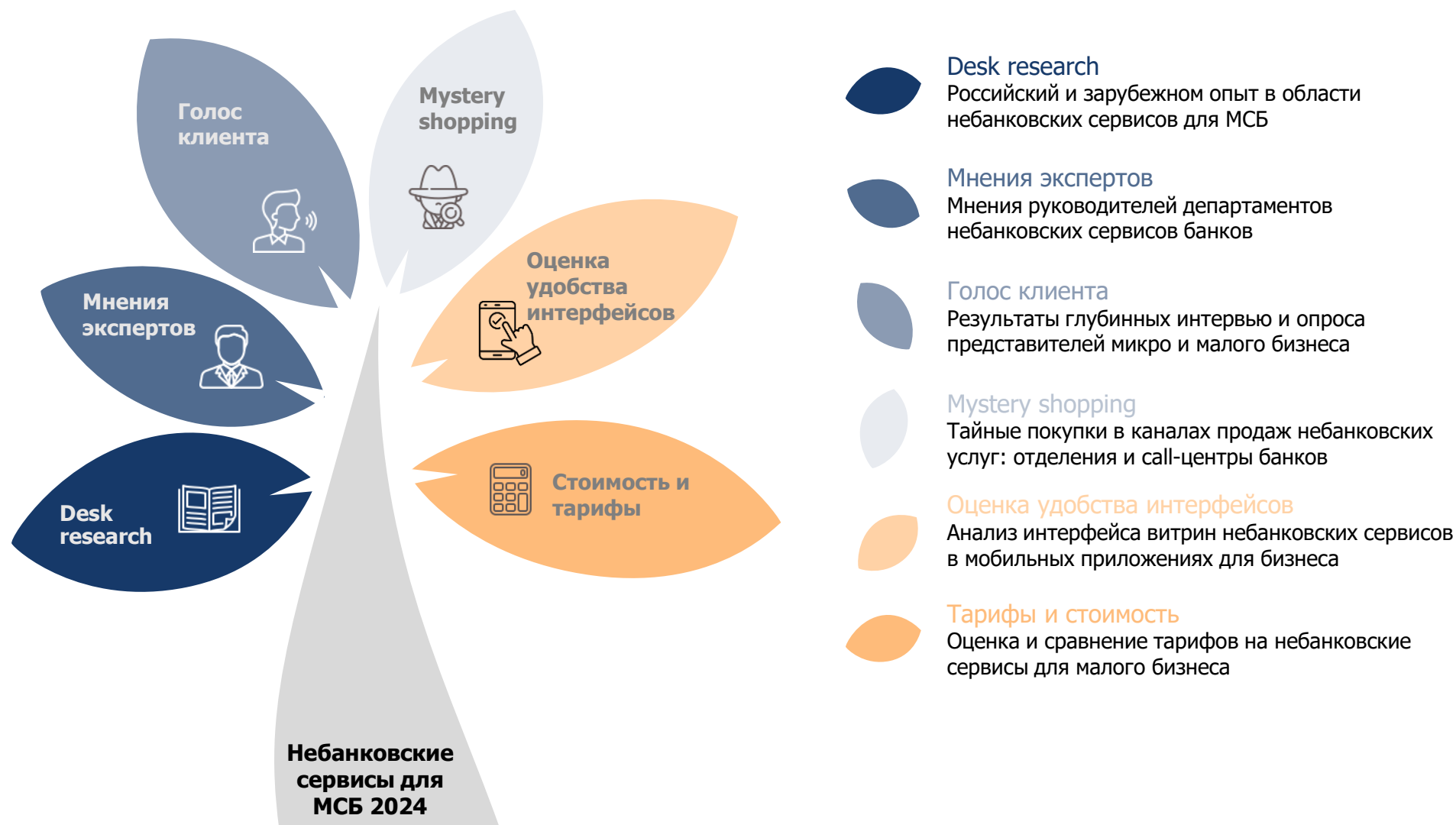
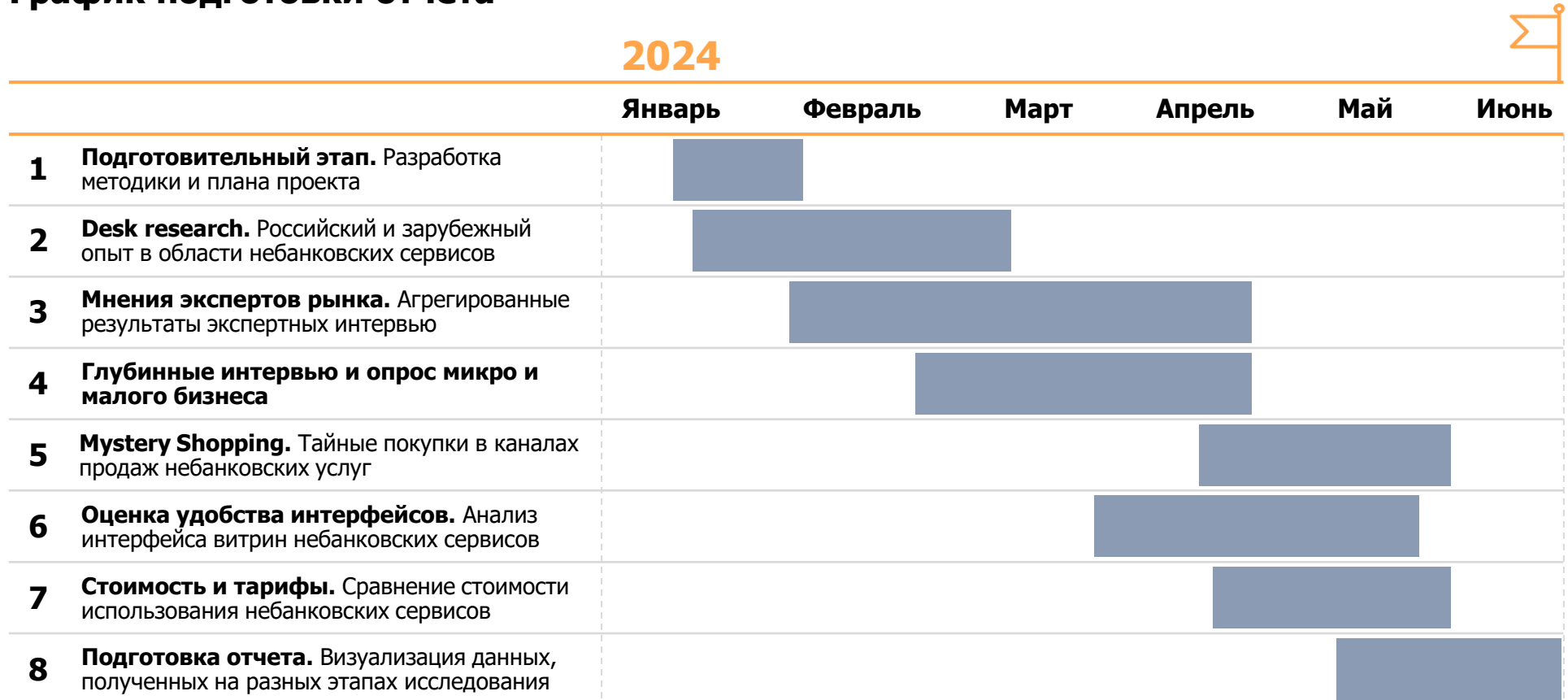


График подготовки отчета



Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса

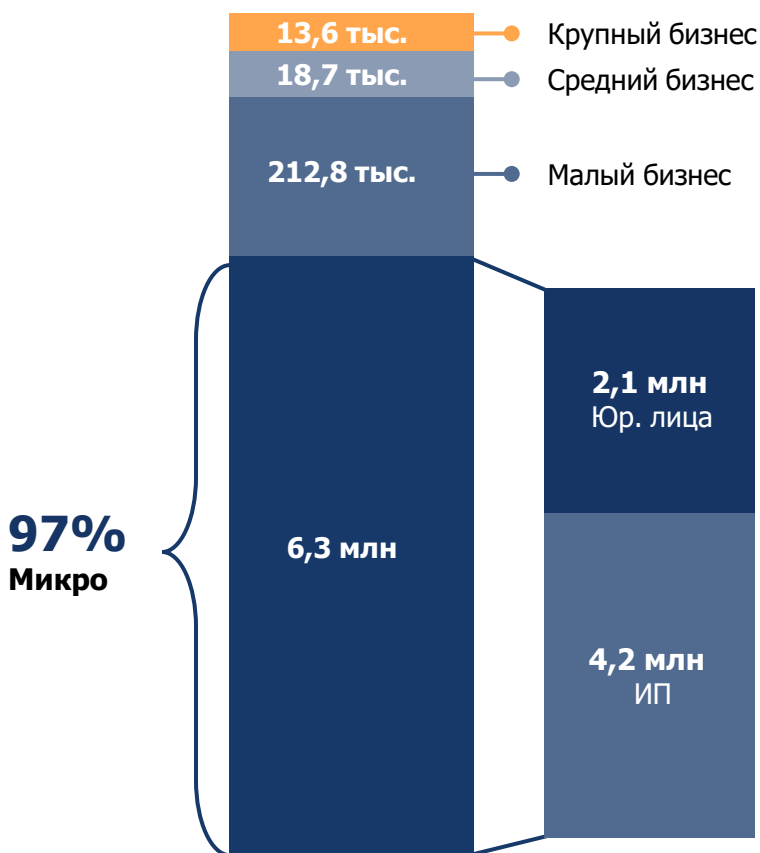
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
 3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
 4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
 5. Тарифы на небанковские сервисы
 6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
 7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов
-

Σ Всего **596 стр.** в
полной версии отчета

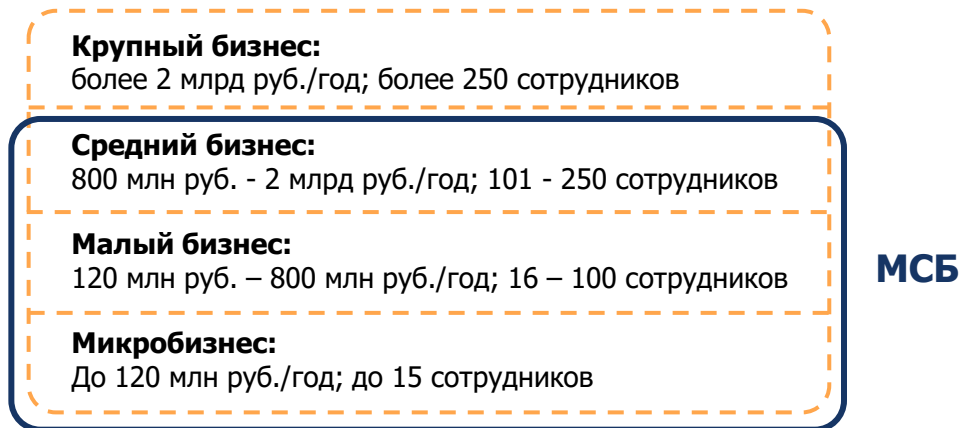
Индивидуальные предприниматели и микробизнес - самые многочисленные сегменты российского бизнеса

В количественном выражении на ИП и микробизнес приходится почти 97% компаний.

Бизнес в РФ, кол-во компаний

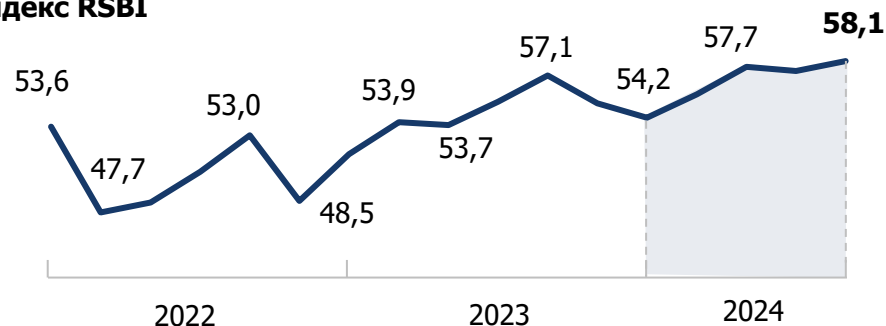


Сегментация бизнеса



В 2024 году, согласно индексу RSBI, деловая активность бизнеса достигла исторического максимума.

Индекс RSBI



Мы поместили ИП и представителей микро и малого бизнеса в центр нашего исследования



Глубинные интервью с ИП, микро, малым и средним бизнесом

30 интервью:

- 10 представителей микробизнеса
- 10 представителей малого бизнеса
- 10 представителей среднего бизнеса

Мы провели **глубинные интервью** с представителями бизнеса, чтобы выяснить: какими сервисами пользуются компании, кто из сотрудников имеет доступ к сервисам, как происходил процесс подключения сервисов, какие потребности есть у бизнеса и т.д.



Опрос ИП, микро и малого бизнеса

241 респондент:

- 127 ИП (в т.ч. микро и малый бизнес)
- 114 юр. лиц: 94 микропредприятий, 17 представителей малого бизнеса, 3 представителя среднего бизнеса

Мы опросили представителей МСБ с целью выяснить: какие сервисы пользуются наибольшим спросом, кто из сотрудников имеет к ним доступ, какие у клиентов есть болевые точки в процессе взаимодействия с банком и т.д.



Тайные покупки небанковских сервис от лица ИП и микробизнеса

2 профиля клиента:

- ИП на АУСН, срок с момента регистрации – 1 мес.
- ООО на УСН, срок с момента регистрации – 2 года

В рамках Mystery shopping мы протестировали **4 канала продаж** небанковских сервисов в **8 банках**: сайты + контакт-центры банков, отделения банков, интернет-банки для бизнеса и мобильные приложения для бизнеса.



Экспертные интервью с руководителями департаментов небанковских сервисов банков

Мы провели экспертные интервью с представителями следующих **банков**:

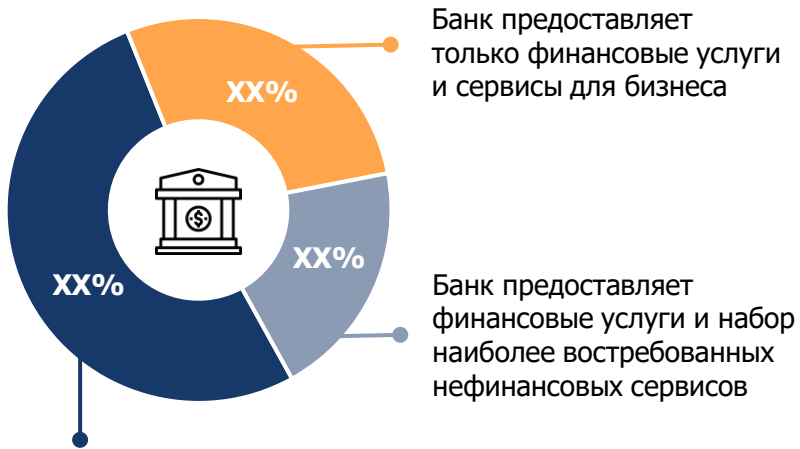
Альфа Банк **ВТБ** **Т БАНК ТОЧКА**

XX% клиентов сегмента МСБ хотят обслуживаться в банке, который предложит им набор основных финансовых и нефинансовых сервисов

XX% опрошенных респондентов поделились, что предпочли бы обслуживаться в банке, который предоставляет как финансовые, так и нефинансовые услуги. При этом большинству клиентов (XX%) нужна банковская экосистема с большим количеством разнообразных сервисов.

Клиенты хотят, чтобы в предложении банка были сервисы, которые помогут закрыть им все бизнес-задачи. Со стороны банка важно обеспечить клиента этими наиболее востребованными услугами, предоставить качественный сервис и бесшовный процесс подключения.

В каком банке клиенты предпочли бы обслуживаться,
доля респондентов



Банк формирует экосистему для бизнеса и предоставляет широкий набор финансовых и нефинансовых сервисов

В целом, результаты опроса коррелируют с трендами на рынке, которые выделили эксперты. Сейчас крупные банки фокусируются на создании и улучшении набора собственных сервисов и на построении собственной экосистемы для МСБ.



У меня создается впечатление, что тренд на обогащение списка небанковских сервисов достаточно сильно пошел на спад. Происходит переосмысление этого рынка. Видно, как выросло общее количество сервисов, но сейчас оно начинает сокращаться. Мы находимся в той ситуации, когда направлений много и нужно разбираться, какие небанковские продукты действительно создают дополнительный профит клиенту. И внутри тех направлений, которые пользуются спросом, ищем потенциал для роста. То есть мы не на количество сервисов работаем все-таки, а отталкиваемся от клиентских сценариев.

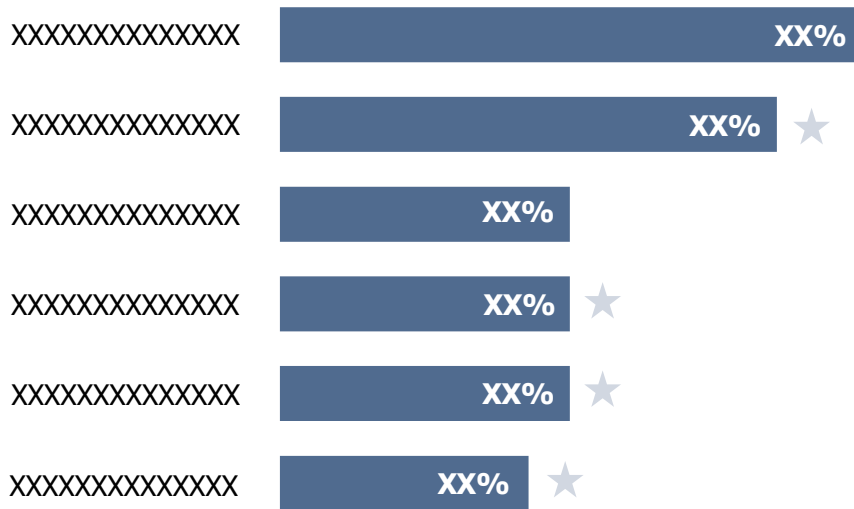
Леонид Назаров, руководитель управления продуктами Т-Бизнеса

Среди тех, кто хочет работать с банком, который строит свою экосистему, преобладающее большинство – ИП (микробизнес). Эксперты считают, что предприниматели привыкли к экосистемам для физических лиц и хотят видеть аналогичную структура и для бизнеса.

Наибольшим спросом со стороны клиентов пользуются сервисы для XXXXXXXXXXXX

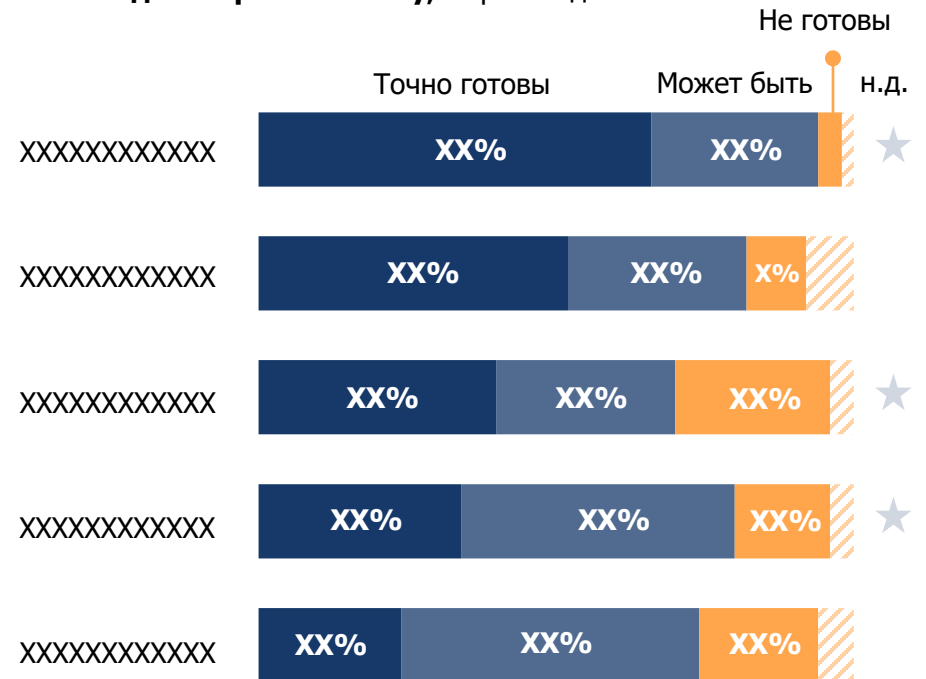
Рынок небанковских сервисов очень разнообразен, каждый банк предлагает своим клиентам от 5 до 50 небанковских сервисов. Однако клиенты не готовы делегировать все свои бизнес-задачи банку. Сейчас среди наиболее востребованных сервисов как эксперты на рынке, так и клиенты выделяют сервисы XXXXXXXXXXXX, XXXXXXXXXXXX, XXXXXXXXXXXX, XXXXXXXXXXXX и XXXXXXXXXXXX.

Какие сервисы уже пользуются спросом со стороны клиентов, % респондентов



★ - сервисы, которые эксперты упоминали как наиболее популярные среди представителей МСБ.

Топ-5 бизнес-задач, которые клиенты потенциально готовы делегировать банку, % респондентов



Также в качестве популярных сервисов в интервью с экспертами были упомянуты: XXXXXXXXXXXX, XXXXXXXXXXXX, XXXXXXXXXXXX.

Рынок управления рисками бизнеса

Объем мирового рынка управления рисками бизнеса составил примерно **XXX млрд. долларов** в 2023 году., при этом более **XX%** объема приходится на крупные компании. Эксперты прогнозируют рост мирового рынка оценки рисков на **XX%**, в связи с внедрением ИИ и больших данных в работу сервисов.

Говоря про российский рынок, среди клиентов МСБ самый популярный сервис по данному направлению – проверка контрагентов. По оценке Frank RG, объем рынка проверки контрагентов в РФ составил более **XX млрд руб.*** в 2023 году.

Согласно №115-ФЗ, банк может заблокировать расчётный счёт бизнеса, если он работает с ненадёжным контрагентом, поэтому сервисы проверки контрагентов пользуются спросом среди компаний.

У большинства банков сервисы проверки контрагентов уже встроены в интерфейс интернет-банка и не требуют оплаты. Наличие этого сервиса не является способом монетизации, а скорее гигиеническим минимумом.



Несмотря на развитие рынка управления рисками, на нем присутствуют такие проблемы, как конфиденциальность данных и высокие затраты на внедрение сложных сервисов в работу бизнеса.

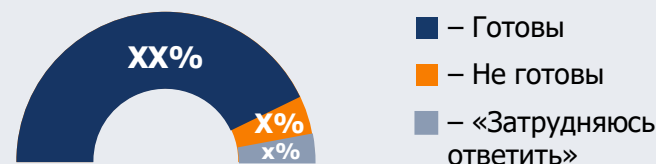
Объем рынка проверки контрагентов в 2023 г.*

XX млрд руб.

Объем мирового рынка управления рисками бизнеса в 2023 г.

XXX млрд дол.

Готовность представителей МСБ подключить сервисы для управления рисками бизнеса у банков, % респондентов



* При оценке не был учтен сервис проверки контрагентов от «СКБ Контур»

** Оценка Frank RG

Источник: Global Market Insights, оценка Frank RG, опрос клиентов МСБ Frank RG, 2024 г.

+ ещё **25** слайдов в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
- 2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках**
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов

Mystery shopping. Банки. Методология

В рамках Mystery shopping мы протестировали 4 канала продаж небанковских сервисов в 8 банках. Мы подавали заявки на сервисы в интернет-банке, анализировали кросс-продажи при открытии расчетного счета в отделениях банков, а также тестировали digital-каналы.

Участники mystery shopping:

Альфа Банк

ВТБ

ГАЗПРОМБАНК

МТС БАНК

ПСБ

СБЕР БАНК

Т БАНК

ТОЧКА

Профили клиентов в разрезе каналов продаж:



Сайт + контакт-центр; отделение банка

Размер компании – микропредприятие
Форма собственности – ИП
Срок действия компании с даты регистрации – менее 1 мес.



Digital-каналы

Размер компании – микропредприятие
Форма собственности – ООО
Срок действия компании с даты регистрации – 2 года

Исследуемые сервисы в разрезе каналов продаж:

- Сайт + контакт-центр (КЦ) банка:** бухгалтерия для бизнеса
- Отделение банка:** бухгалтерия для бизнеса; юридические услуги; сервисы для работы на маркетплейсах
- Интернет-банк и мобильное приложение:** бухгалтерия для бизнеса; ЭДО; проверка контрагентов; юридические услуги

Исследуемые каналы продаж небанковских сервисов:

- Сайт + контакт-центр (КЦ) банка:** анализ качества консультации сотрудника КЦ по вопросу небанковских сервисов.
- Отделение банка:** анализ прямых и кросс-продаж небанковских сервисов при открытии расчетного счета в банке.
- Интернет-банк:** анализ процесса подключения небанковских сервисов в личном кабинете интернет-банка.
- Мобильное приложение:** анализ процесса подключения небанковских сервисов в мобильном приложении для бизнеса.

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках**
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов



Mystery shopping. Сайт + контакт-центр

Mystery shopping. Сайт + контакт-центр банка

Одна из частей mystery shopping - исследование качества консультаций новых клиентов в КЦ по вопросам открытия расчетного счета и подключения дополнительных небанковских сервисов.

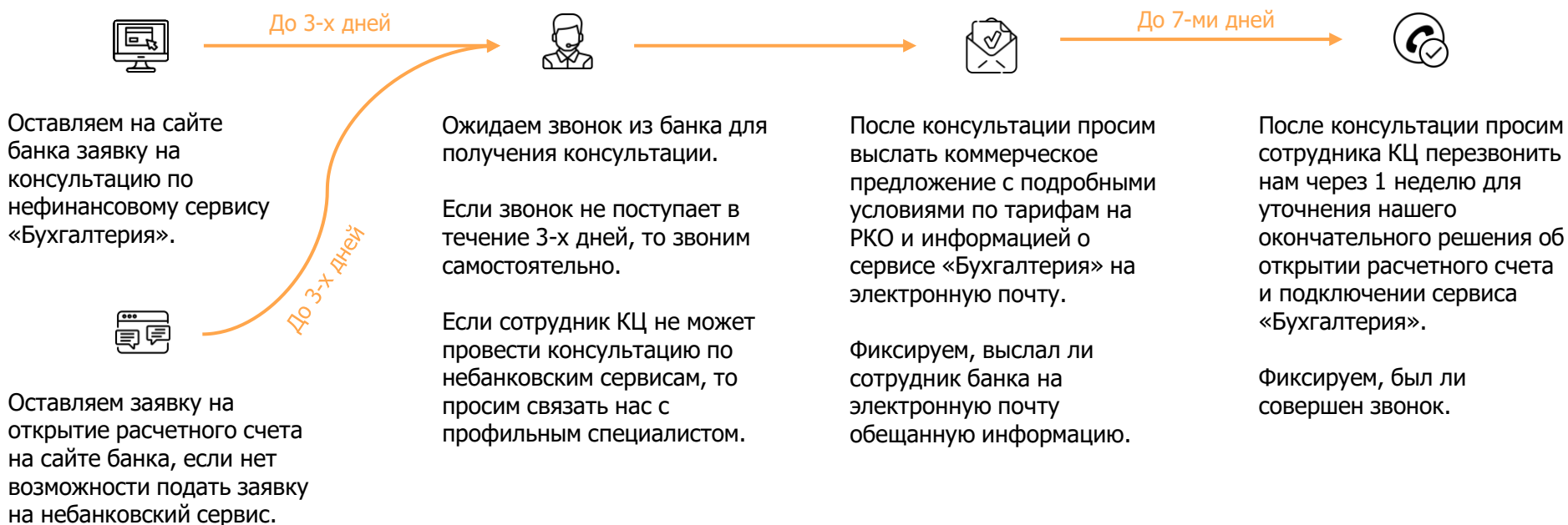


Микробизнес

Форма собственности – ИП
Срок действия компании с даты регистрации – менее 1 месяца
Система налогообложения – АУСН (или УСН, если нет сервиса для АУСН)
Вид деятельности – торговля на маркетплейсах

Сервис для ведения бухгалтерии для ИП на АУСН/УСН

Клиентский путь:



Итоговые результаты Mystery shopping. Сайт + КЦ

Банк	Кол-во полей в заявке на консультацию, шт.	Время ожидания звонка от сотрудника КЦ	Общее время консультации	Время ожидания письма с коммерческим предложением на почту	Оценка оператора КЦ, где 0 – очень плохо, 5 – очень хорошо	Отвечил ли сотрудник на вопросы о небанковских сервисах
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX
	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX

Банк ХХХ

Консультация в контакт-центре. Банк ХХХ (1/3)

Процесс взаимодействия с банком:

1. На сайте банка нет возможности оставить заявку на сервис для ведения бухгалтерии, поэтому мы оставили заявку на открытие расчетного счета.
2. Через XX часа после отправки заявки позвонил сотрудник КЦ, чтобы проконсультировать по открытию РКО и подключению небанковских сервисов.
3. В процессе диалога оператор рассказал общую информацию по интересующим нас сервисам. Для получения более конкретных условий необходимо сначала открыть расчетный счет.

Процесс подачи заявки на сайте банка:

1 Заявка на открытие счёта

Мобильный телефон

Введите номер любого оператора

Нажимая кнопку "Отправить заявку", вы подтверждаете своё согласие с [условиями обработки персональных данных](#)

Отправить заявку Мы гарантируем конфиденциальность ваших данных

2

1 Подтвердите номер телефона

Код из СМС

Повторно отправим код через 00:27
[Изменить номер телефона](#)

2 Заполните поля "ИНН" и "Электронная почта"

Подтвердите номер телефона

ИНН

Электронная почта

Поле обязательно для заполнения

Название организации

Организационно-правовая форма

Контактное лицо

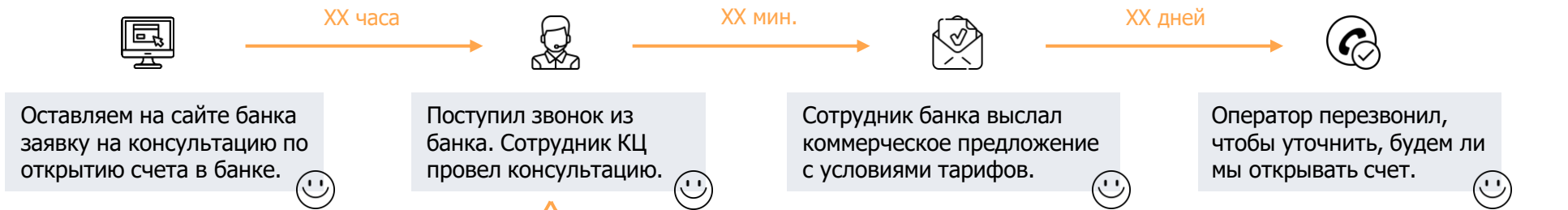
Отправить заявку

Для подачи заявки надо ввести номер телефона и подтвердить его с помощью кода из СМС.

Далее надо заполнить поле ИНН, электронную почту и остальные поля заполнятся автоматически. Для отправки заявки надо нажать на кнопку «Отправить заявку».

Консультация в контакт-центре. Банк ХХХ (2/3)

Процесс взаимодействия с банком:



Структура консультации от сотрудника КЦ:

1. Оператор КЦ поздоровался и спросил, когда будет удобно встретиться с выездным менеджером, чтобы открыть расчетный счет.

– Оператор с самого начала диалога перешел к теме открытия счета, не рассказав про условия и тарифы.



2. После того, как клиент уточнил условия РКО, сотрудник рассказал про тарифы и предложил «Точный».

+ Сотрудник качественно проконсультировал по условиям РКО.

– При подборе тарифа сотрудник не ориентировался на потребности бизнеса. В рамках нашей легенды лучше подошел бы тариф «Старт с 0» или «Минимум».



3. Далее оператор КЦ уточнил сферу деятельности бизнеса и предложил сервисы для работы на маркетплейсах.

+ Сотрудник сам предложил небанковские сервисы для бизнеса.

– Он не смог качественно проконсультировать по сервисам, несколько раз ставил звонок на удержание для уточнения информации.



4. После того, как клиент уточнил информацию о сервисе для ведения бухгалтерии, оператор отключился, чтобы дать ответ на вопрос. Он кратко рассказал про сервис и сказал, что подробную информацию можно узнать только после открытия р/с.

– Сотрудник КЦ не смог дать полную информацию по сервису, не ответил на все вопросы.



5. Клиент попросил прислать доп. информацию на почту. Сотрудник охотно согласился и спросил, когда ожидать нашего решения по открытию счета.

+ Сотрудник корректно завершил диалог.

+ Он обработал все возражения клиента.



Консультация в контакт-центре. Банк ХХХ (3/3)

 **X** поля
(+ X поля автоматически)

Кол-во полей в заявке на консультацию на сайте банка

 **XX** часа

Время ожидания звонка от оператора КЦ






 **XX** минуты

Общее время консультации

 **XX** минут

Время ожидания письма с коммерческим предложением на почту

Работа сотрудника контакт-центра:

1. Сотрудник ответил на все вопросы по небанковским сервисам 
2. Сотрудник был вежлив и готов помочь 
3. Сотрудник ориентировался на потребности клиента при подборе сервисов/тарифов 
4. Сотрудник был компетентен и корректно проконсультировал по продуктам 
5. Сотрудник обработал все возражения клиента при продаже продуктов 

Небанковские сервисы, которые предложил сотрудник в процессе диалога (в т.ч. после вопроса о небанковских сервисах):

1. Управление складом
2. Аналитика маркетплейса
3. Закупки из Китая
4. Фулфилмент
5. Кредитование.

Информация про сервис для бухгалтерии:

Название и поставщик сервиса	«Мое Дело: Бухобслуживание»
Включен ли сервис в тариф РКО	Нет
Наличие пробного периода у сервиса	?
Стоимость сервиса	5000 руб./3 месяца
Услуги, которые входят в сервис	В сервис включены бизнес-команда, бухгалтер, налоговый консультант, бизнес-ассистент, кадровик. Расчет налогов, работа с документами, формирование отчетности, консультации по бухгалтерскому обслуживанию, налоговое планирование.
Как подключить сервис	Надо оставить заявку в личном кабинете интернет-банка. Далее с клиентов связываются специалисты.

Общие впечатления от консультации:

Оператор КЦ хорошо проконсультировал по поводу тарифов на РКО, однако не смог качественно ответить на вопросы по небанковским сервисам. Для уточнения информации он более 3-х раз ставил звонок на удержание и, в итоге, дал клиенту неполную информацию.

Оценка: 2/5

+ ещё **32** слайда в разделе в
полной версии отчета



Mystery shopping. Отделения банков

Mystery shopping. Отделение банка

Вторая часть mystery shopping - исследование качества консультаций новых клиентов в отделении банка, анализ прямых и кросс-продаж при открытии расчетного счета.



Микробизнес

Форма собственности – ИП
Срок действия компании с даты регистрации – менее 1 месяца
Система налогообложения – АУСН
Вид деятельности – торговля на маркетплейсах

Сервисы для ведения бухгалтерии;
юридические услуги;
сервисы для работы на маркетплейсах.

Клиентский путь:



Посещение отделения банка с целью открытия счета на нового клиента.
Временной интервал – **12:00 – 14:00** в будни.



Открытие расчетного счета и консультация по тарифам на РКО.

Анализ наличия прямых или кросс-продаж небанковских сервисов при открытии счета со стороны менеджера.



В случае если менеджер **предлагает** клиенту подключить дополнительные небанковские сервисы, мы получаем консультацию по сервисам и уточняем условия и тарифы.











Подача заявки на открытие расчетного счета с помощью выездного сервиса через КЦ (в случае если у банка нет оффлайн-отделений) и встреча с выездным менеджером.



В случае если менеджер **не предлагает** клиенту подключить дополнительные сервисы, мы самостоятельно задаем прямой вопрос о наличии в предложении банка небанковских сервисов и просим провести консультацию по продуктам.

Итоговые результаты Mystery shopping. Отделения банков

Банк	Время ожидания обслуживания в отделении	Общее время, затраченное на открытие счета и консультацию менеджера	Оценка работы менеджера, где 0 – очень плохо, 5 – очень хорошо	Предложил ли менеджер небанковские сервисы при открытии р/с	Предложил ли менеджер банковские продукты при открытии р/с
	XX мин.	XX мин.	XX	XX	XX
	XX мин.	XX мин.	XX	XX	XX
	XX мин.	XX мин.	XX	XX	XX
	XX мин.	XX мин.	XX	XX	XX
	XX мин.	XX мин.	XX	XX	XX
	XX мин.	XX мин.	XX	XX	XX

Банк	Общее время процесса	Оценка работы менеджера, где 0 – очень плохо, 5 – очень хорошо	Осведомленность менеджера о небанковских сервисах
	XX мин.	XX	XX
	XX мин.	XX	XX

* В Т-Банке и Точка Банке оценивалась работа выездных менеджеров, т.к. не было возможности открыть р/с в отделении банка, поэтому критерии оценивания отличаются.

Банк ХХХ

Консультация в отделении банка. Банк ХХХ (1/3)

Процесс взаимодействия с банком:



XX мин.



XX мин.



Посещение отделения банка. Клиент ожидает, пока освободится менеджер по работе с клиентам МСБ.



Менеджер проводит консультацию по РКО и оформляет заявку на открытие р/с.



Менеджер не предложил подключить небанковские сервисы, поэтому клиент сам задал вопрос об их наличии.



Отделение банка:

1. Тайный покупатель посетил отделение банка в будний день в интервале от 12:00 до 14:00.
2. При входе необходимо было взять талон в терминале электронной очереди.
3. Менеджер по работе с корпоративными клиентами пригласил тайного покупателя через **XX минут**.

+ В отделении банка комфортно находиться, нет очередей.

– Зона обслуживания клиентов МСБ находится там же, где и зона обслуживания физ. лиц.

Открытие счета + консультация:

1. Менеджер уточнил, по какому вопросу обратился клиент, и задал уточняющие вопросы по ИП.
2. Менеджер рассказал про тарифы на РКО. Помог подобрать подходящий.
3. Менеджер начал оформление заявки, параллельно предлагая сервисы: эквайринг, СБП, зарплатный проект, овернайт. Небанковские сервисы менеджер не предлагал.
4. Процедура открытия р/с не была завершена, т.к. со стороны банка возникли технические проблемы. Менеджер сказал подойти в другой день.

– Менеджер не предложил небанковские сервисы.

– Р/с не был открыт, в итоге.

Консультация по сервисам:

1. Клиент спросил, какие сервисы можно подключить в банке.
2. Менеджер упомянул страхование бизнеса, сервис «Бизнес юрист» и вкратце рассказал про них, параллельно консультируясь с коллегами
3. Менеджер не смог ответить на все вопросы. Также он не смог ничего рассказать про партнёрский сервис для бухгалтерии (при этом информация о сервисе представлена на сайте).

– Менеджер недостаточно компетентен в вопросах небанковских сервисов.

– Инициатива шла от клиента, сам менеджер ничего не предлагал.

Консультация в отделении банка. Банк ХХХ (2/3)



XX раз

Кол-во посещений отделения банка для открытия счета



XX минут

Время ожидания обслуживания в отделении



XX минут

Общее время, затраченное на открытие счета и консультацию менеджера

Работа менеджера:

1. Менеджер был вежлив и готов помочь
2. Менеджер предложил дополнительно подключить небанковские сервисы
3. Менеджер смог проконсультировать по сервисам после прямого вопроса клиента
4. Менеджер был компетентен и корректно проконсультировал по условиям подключения и использования сервисов
5. Менеджер ответил на все вопросы по небанковским сервисам

Прямые и кросс-продажи при открытии счета:

Какие небанковские сервисы предложил сотрудник в дополнение к расчетному счету	—
Какие банковские сервисы предложил сотрудник	Эквайринг, Система быстрых платежей, Зарплатный проект, Овернайт.
Какие сервисы посоветовал сотрудник после прямого вопроса клиента о наличии в предложении банка небанковских сервисов	Страхование бизнеса, Бизнес юрист.

Общие впечатления от консультации:

Сотрудник банка был вежлив, качественно проконсультировал по тарифам РКО. Небанковские сервисы не предлагал, но постарался дать ответы на вопросы клиента. Некоторая информация по условиям была дана некорректно.

Оценка: 2/5

Общие впечатления от продаж небанковских сервисов:

Сотрудник банка не предлагал небанковские сервисы для бизнеса. После прямого вопроса клиента он был готов провести консультацию по сервисам, однако обладал неполной информацией и не на все вопросы смог дать ответ. Наибольшие сложности вызвали вопросы про партнерские сервисы.

Консультация в отделении банка. Банк ХХХ (3/3)

Информация о небанковских сервисах со слов сотрудника банка:

	Сервис для ведения бухгалтерии для бизнеса	Юридические услуги	Сервис для работы на маркетплейсах
Название сервиса	«Мое дело: бухобслуживание»	«Бизнес Юрист»	–
Поставщик сервиса	Мое дело	Правокард	–
Включен ли сервис в тариф РКО	Нет	Нет	–
Наличие пробного периода у сервиса	Да, 3 месяца	Нет	–
Стоимость сервиса	? <i>Менеджер сказал, что условия надо уточнять у партнера.</i>	Базовый тариф: от 4990 руб. Расширенный тариф: 9990 руб.	–
Услуги, которые входят в сервис	? <i>Менеджер сказал, что информацию надо уточнять у партнера.</i>	Устные юридические консультации по предпринимательским вопросам.	–
Как подключить сервис	Сервис подключается напрямую у партнера. Далее надо сказать, что клиент обслуживается в МТС Банке и партнер должен предоставить скидку.	После открытия р/с надо написать в чат поддержки, сотрудники вышлют пакет документов, который надо будет предоставить. Далее на почту придут контакты партнера, который предоставляет услугу. Использование сервиса происходит на платформе партнера, а не банка.	–
Какие документы необходимо предоставить для подключения сервиса	?	Договор об оказании услуг	–

+ ещё **30** слайдов в разделе в
полной версии отчета



Mystery shopping. Интернет-банк

Mystery shopping. Интернет-банк

Еще одна из частей mystery shopping - исследование расположения и процесса подключения небанковских сервисов в личном кабинете интернет-банка.



Микробизнес

Форма собственности – ООО
Срок действия компании с даты регистрации – 2 года
Система налогообложения – УСН
Действующий клиент банка

ЭДО, Бухгалтерия, Юридические услуги, Проверка контрагента

Клиентский путь в интернет-банке:

1. Мы заходим в личный кабинет **интернет-банка** и оцениваем расположение рассматриваемых нами небанковских сервисов в интерфейсе ЛК. Анализируем возможность и удобство перехода с главной страницы интернет-банка к странице сервиса.
2. Далее подключаем в интернет-банке: сервис для ведения бухгалтерии, сервис для проверки контрагентов, ЭДО и юридические услуги. Фиксируем весь процесс подключения и оплаты сервисов.

Процесс подключения сервиса **начинается** с главной страницы личного кабинета интернет банка и **заканчивается** на странице сервиса в интернет-банке/на сайте сервиса.

Мы прерывали процесс в случаях, если:

- Процесс подключения сервиса полностью происходил на стороне партнера банка.
- В процессе возникали технические ошибки, которые не удалось решить через обращение в колл-центр/чат поддержки.
- Не было обратной связи со стороны банка по заявке на подключение сервиса.

Критерии оценивания процесса подключения небанковских сервисов:



«Бесшовность» клиентского пути (возможность подключить сервис без перехода на сторонние сайты или платформы)



Количество шагов, которое пришлось совершить тайному покупателю при подключении сервиса



Наличие/отсутствие технических ошибок или других болевых точек в процессе подключения небанковских сервисов.

+ ещё **107** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении**
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов

Mystery shopping. Мобильное приложение.

Одним из базовых принципов удобства мобильного приложения является возможность для клиента подключить небанковские сервисы с наименьшими затратами времени и сил. Мы посмотрели, как выглядит раздел «Сервисы» и продуктовая витрина в мобильном приложении в каждом исследуемом банке*.



Микробизнес

Форма собственности – ООО
Срок действия компании с даты регистрации – 2 года
Система налогообложения – УСН
Действующий клиент банка

Клиентский путь в мобильном приложении:

Мы заходим в личный кабинет и оцениваем расположение рассматриваемых нами небанковских сервисов в интерфейсе мобильного приложения. Анализируем возможность и удобство перехода с главной страницы к странице сервисов и продуктовой витрине.

Процесс подключения сервиса **начинается** с главной страницы личного кабинета и **заканчивается** на странице продуктовой витрины.

Мы прерывали процесс в случае, если:

- В процессе возникали технические ошибки, которые не удалось решить через обращение в колл-центр/чат поддержки.

Критерии оценки клиентского пути в мобильном приложении:



Поиск. Быстрый поиск небанковских сервисов в мобильном приложении.



Навигация. Простота и интуитивность навигации. Количество шагов до попадания в продуктовую витрину.



Интерфейс. Интуитивно понятный интерфейс продуктовой витрины.

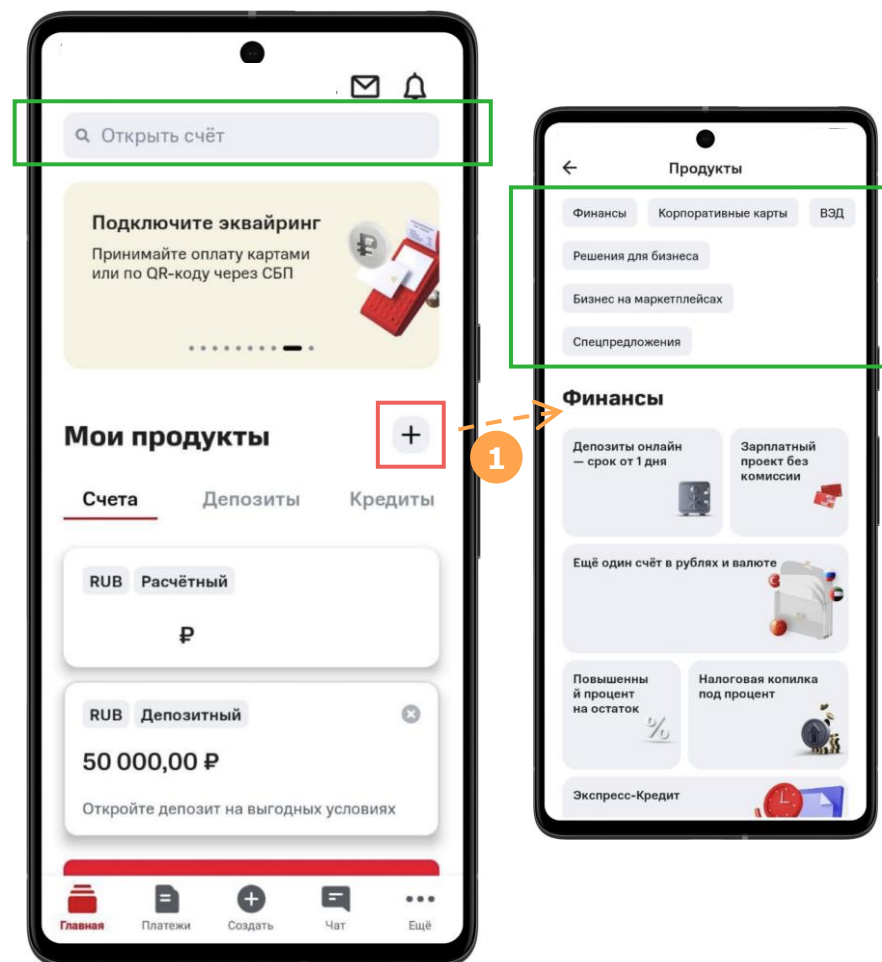
* В эту часть исследования не попало мобильное приложение для бизнеса от Газпромбанка, т.к. на момент проведения исследования (май-июнь 2024 г.) оно не работало.
Источник: Frank RG, mystery shopping, 2024 г.

Мобильное приложение. Банк XXX

Чтобы попасть в **продуктовую витрину**, необходимо нажать на иконку «+» категории «Мои продукты». Навигация реализована в 1 шаг. Продуктовая витрина представляет собой полноэкранное меню с карточками, разбитое на логические разделы.

Мобильное приложение банка имеет следующие преимущества и недостатки:

- ✓ Быстрый поиск необходимого сервиса возможен через фильтрацию по категориям сервисов.
- ✗ Нет локального поиска на экране продуктовой витрины, придется вернуться на главный экран, чтобы воспользоваться быстрым поиском необходимого сервиса.
- ✗ Попадание в продуктовую витрину реализовано непривычным для пользователя способом, что может запутать при поиске продуктовой витрины.
- ✓ Удобная навигация через вкладки сервисов.
- ✗ Нет категории подключенных сервисов.
- ✓ Продуктовая витрина представляет собой список сервисов, разделенный на логические разделы.



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

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера**
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов

Mystery shopping. Интернет-банк в мобильном браузере.

Web-версия интернет-банка, адаптированная под мобильное устройство, дает клиентам возможность пользоваться услугами банка без необходимости устанавливать мобильное приложение. Эта опция актуальна для пользователей IOS в России, которые столкнулись с удалением приложений банков из App Store. Мы рассмотрели ключевые аспекты процесса поиска небанковских сервисов и интерфейс продуктовой витрины в адаптивной мобильной версии исследуемых банков.

Профиль клиента:



Микробизнес

Форма собственности – ООО
Срок действия компании с даты регистрации – 2 года
Система налогообложения – УСН
Действующий клиент банка

Клиентский путь в интернет-банке мобильного браузера:

Мы заходим в личный кабинет и оцениваем расположение рассматриваемых нами небанковских сервисов в интерфейсе адаптивной мобильной версии интернет-банка. Анализируем возможность и удобство перехода с главной страницы к странице сервисов и продуктовой витрины.

Процесс подключения сервиса **начинается** с главной страницы личного кабинета и **заканчивается** на странице продуктовой витрины.

Мы прерывали процесс в случаях, если:

- В процессе возникали технические ошибки, которые не удалось решить через обращение в колл-центр/чат поддержки.

Критерии оценивания клиентского пути в интернет – банке мобильного браузера:



Поиск. Быстрый поиск небанковских сервисов в мобильном приложении.



Навигация. Простота и интуитивность навигации. Количество шагов до попадания в продуктовую витрину.



Интерфейс. Интуитивно понятный интерфейс продуктовой витрины.

Интернет-банк в мобильном браузере. Банк ХХХ

Интерфейс интернет-банка в мобильном браузере идентичен **веб-версии сайта**, но при этом адаптирован для удобства использования на мобильном устройстве.

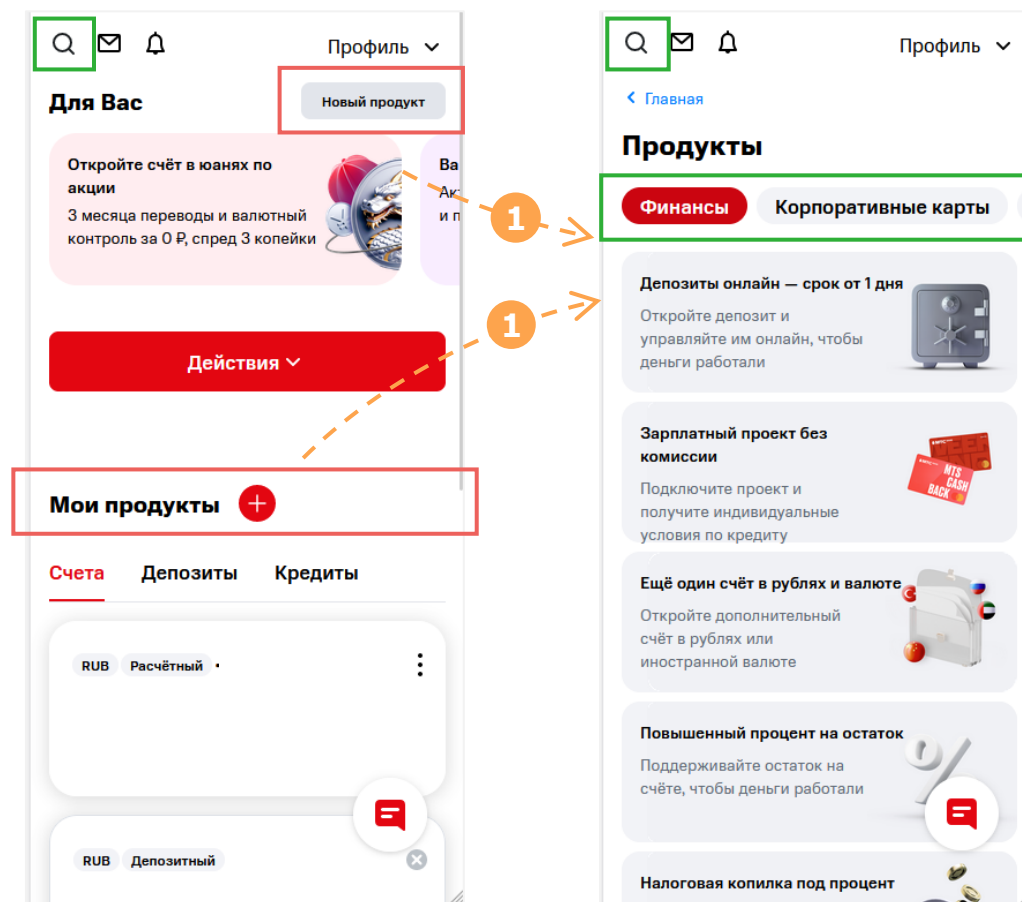
Попадание в **продуктовую витрину** возможно через несколько пользовательских сценариев:

1. При нажатии кнопки «Новый продукт».
2. При нажатии на «+» раздела «Мои продукты»

Выбрав любой сценарий, пользователь попадает на один и тот же экран продуктовой витрины. Она представляет собой экран с карточными блоками, разделенными на логические разделы.

Преимущества и недостатки:

- ✓ Расположение иконки поиска в верхнем меню дает возможность глобального поиска необходимого сервиса.
- ✗ Нет раздела «сервисы» как отдельной вкладки, вход в продуктовую витрину осуществляется через добавление нового продукта, что может запутать пользователя.
- ✓ Удобная навигация через сортировку сервисов.



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

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах**
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов

Mystery shopping. Экосистемы сервисов. Методология

В рамках mystery shopping мы протестировали и проанализировали экосистемы, которые являются конкурентами банков на рынке сервисов для бизнеса. Сейчас площадки для предпринимателей, такие как Wildberries, Ozon и Яндекс Маркет, позволяют клиентам не просто продавать свои товары, но и предлагают им множество финансовых и нефинансовых сервисов.

Мы зарегистрировали бизнес на 5 площадках:



Профиль клиента:



Микробизнес

Форма собственности – ООО
Срок действия компании с даты регистрации – 2 года
Модель продаж – FBS* (Fulfillment by seller)

Методика mystery shopping:

1. Обзор личных кабинетов для продавцов на маркетплейсах и обзор личных кабинетов площадок с сервисами для бизнеса (ВК, Ростелеком).
2. Анализ наполнения витрин сервисов для бизнеса. Сравнение продуктового предложения между площадками.

Процесс подключения сервисов:

Продукты на разных площадках отличаются, поэтому мы будем подключать близкие по функционалу сервисы - сервис для продвижения товаров/бренда, сервис с бонусами для клиентов продавцов.

Яндекс Маркет: сервисы «Буст продаж», «Программа лояльности»

Озон: сервисы «Продвижение в поиске», «Бонусы продавца»

Wildberries: сервис «Продвижение. Автоматическая кампания»

ВК: сервис «VK Реклама»

Ростелеком: сервис «Другие услуги»

* FBS – модель работы с маркетплейсом, при которой бизнес хранит товары на собственном складе и самостоятельно доставляет их в ПВЗ или клиенту.

+ ещё **31** слайд в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
- 3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса**
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов

Клиентские интервью. Методология

В марте 2024 года аналитики Frank RG провели глубинные интервью с представителями компаний микро, малого и среднего бизнеса, которые работают в разных отраслях.



Количество проведенных интервью: 30.



Участники интервью: генеральные директора и их заместители, исполнительные директора, финансовые директора, бухгалтеры и их заместители компаний.



География: все регионы РФ.



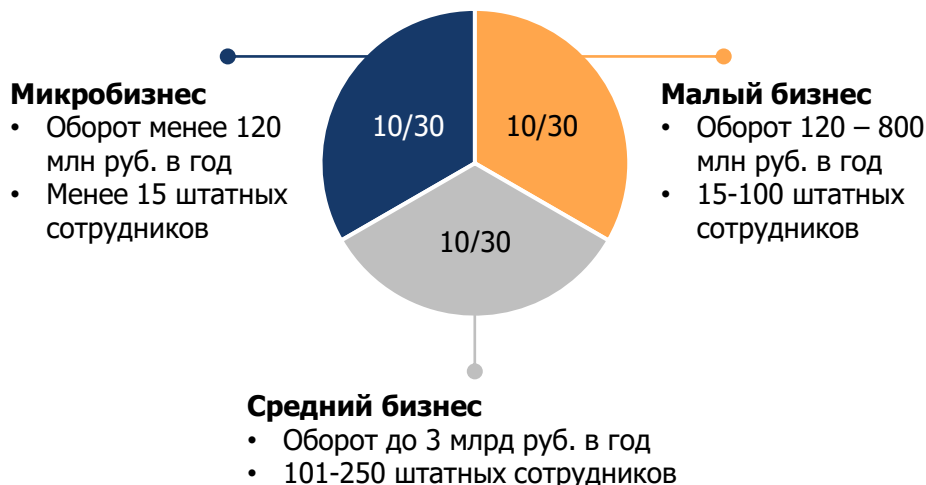
Формат интервью: глубинные полуструктурированные интервью продолжительностью 20-60 минут.

	Сервисы от банков подключены	Сервисы от банков не подключены
Микробизнес	5 компаний	5 компаний
Малый бизнес	5 компании	5 компании
Средний бизнес	5 компаний	5 компаний

Темы интервью:

- 1) Специфика бизнеса
- 2) Опыт использования нефинансовых сервисов:
 - Какими небанковскими сервисами пользуется бизнес;
 - Кто из сотрудников какими сервисами пользуется;
 - Какие сервисы подключены в интернет-банке, а какие у сторонних поставщиков;
 - Почему бизнес не пользуется нефинансовыми сервисами в интернет-банке;
 - Важно ли клиентам наличие нефинансовых сервисов в интернет-банке;
 - Было бы бизнесу удобно подключить все сервисы в одном месте – интернет-банке;
 - Незакрытые потребности клиентов.

Характеристика выборки



Портрет компаний участников глубинных интервью

Для определения потребности бизнеса в нефинансовых сервисах, мы пообщались с **30 компаниями**.

Сфера деятельности бизнеса?

	Подключены	Не подключены
Производство	3 компании	1 компания
Торговля	4 компаний	1 компания
Сфера услуг	4 компании	5 компаний
Медицина	1 компания	-
Ремонт техники	-	1 компания
Строительство	1 компания	2 компании
Общепит	-	2 компании
Химическая деятельность	-	2 компании
Логистика + Спецтехника	2 компании	1 компания

В каких банках обслуживаетесь?



*У некоторых респондентов счета открыты в нескольких банках, поэтому количество банков не совпадает с количеством опрошенных компаний.

В результате клиентских интервью были выявлены сервисы, которые чаще всего использует бизнес:

- Самыми востребованными являются сервисы XXXXXXXXXXXX, **XX/30 компаний** используют их в своей работе;
- Сервисами XXXXXXXXXXXX пользуются **XX/30 компаний**, закупая сервисы напрямую от поставщика;
- XXXXXXXXXXXX подключили **XX/30 компаний**;
- К сервисам XXXXXXXXXXXX прибегают **XX/30 компаний**;
- XXXXXXXXXXXX пользуются **XX/30 компаний**.



Банк, с которым я работаю, он выполняет свою функцию, я ему доверяю. Точно так же, если я уйду к партнеру банка, то я не хочу его контролировать по каким-то вопросам, он должен четко работать в рамках своих услуг и компетенций.

Из интервью с клиентами

+ ещё **64** слайда в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
2. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
- 3. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)**
4. Тарифы на небанковские сервисы
5. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
6. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов

Методика и участники клиентского опроса

Участники опроса – микро, малые и средние предприятия, которые подключали небанковские сервисы от банков.



Дата проведения опроса: май-июнь 2024 г.



Количество полностью заполненных анкет: 241.



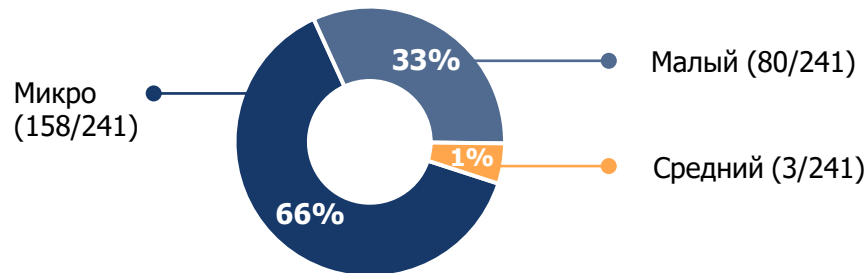
География: все регионы РФ.



Формат опроса: онлайн-опрос.

В 2-х банках-участниках был проведен опрос собственной клиентской базы, также с помощью онлайн-панели были привлечены клиенты других банков. Опрос проводился по единой анкете и методике (одинаковые вопросы, одинаковые критерии выборки).

Участники опроса, % ответов



Географическое распределение, % ответов

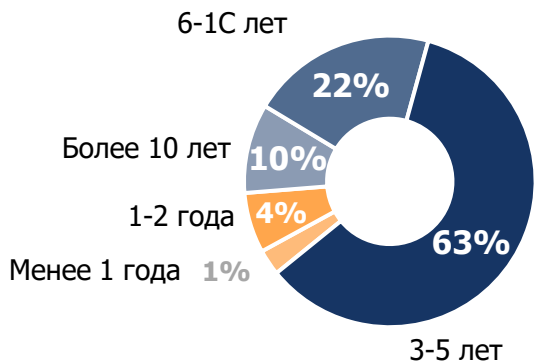


Перечень вопросов:

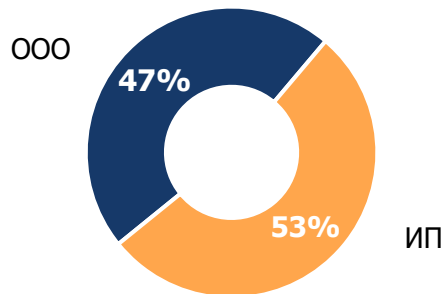
1. Профиль клиента;
2. Опыт подключения нефинансовых сервисов у банков;
3. Какие сервисы клиенты потенциально готовы подключить в банке;
4. Какие плюсы и минусы видят клиенты в возможности подключить нефинансовые сервисы в банке;
5. На какие факторы ориентируются клиенты при выборе сервисов для бизнеса;
6. Как клиенты оценивают продуктовую линейку банка, в котором они ведут основную деятельность и др.

Характеристики выборки

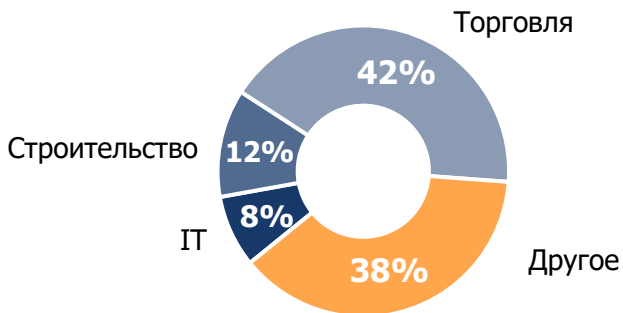
Распределение компаний по сроку ведения бизнеса, % ответов



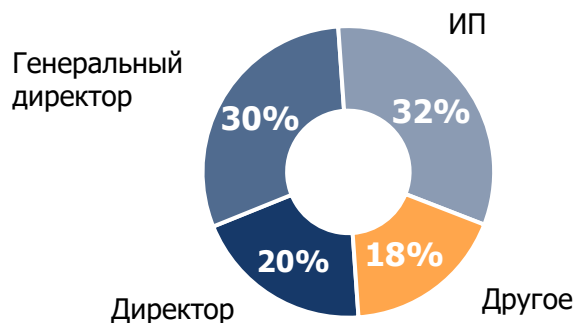
Распределение компаний по организационно-правовой форме бизнеса, % ответов



Распределение компаний по сферам деятельности, % ответов



Кто из сотрудников проходил опрос, % 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 от 3-х лет.

Опрос проходили преимущественно руководители бизнеса (генеральные директора, директора или ИП).

Структура выборки по сферам деятельности репрезентативна и соответствует генеральной совокупности: преобладающая доля респондентов (**42%**) задействована в сфере торговли, **12%** – в сфере строительства.

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

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
- 5. Тарифы на небанковские сервисы**
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов

Тарифы. Методология

С апреля по май 2024 года аналитики Frank RG проводили сбор тарифов по нефинансовым сервисам для бизнеса. Для анализа мы экспертно разделили сервисы на 14 крупных категорий в зависимости от бизнес-задач, которые они закрывают.

Так же нами было выделено два типа сервисов: собственные – это сервисы от исследуемого игрока или его дочерней компании; партнерские – это сервисы от партнера. Под бесплатным сервисом в рамках исследования мы понимаем сервис, за который не взимается комиссия за обслуживание.

Детали исследования:

Регион исследования – г. Москва

Основные источники данных – официальные сайты, колл-центры, интернет-банки и личные кабинеты бизнеса у исследуемых игроков.

Задача – анализ продуктовых предложения по нефинансовым сервисам для малого и среднего бизнеса.

Список исследуемых игроков

1) Банки:



2) Маркетплейсы:



3) Другие игроки:



Категории сервисов	Описание сервисов, которые включены в категорию
1. Автоматизация бизнес-процессов и ИТ	API, учет остатков на складе, конструктор сайтов, облачные системы, упрощенный вход в систему
2. Аналитика и консалтинг	Аналитика для бизнеса, маркетинговые исследования, бизнес-планы
3. Бухгалтерия, учет и ЭДО	Сервисы для бухгалтерии и учета, отчетность в госорганы, электронная подпись, электронный документооборот
4. Интеллектуальная собственность	Регистрация товарных знаков
5. Интернет и связь	Видеоконференции, корпоративная и мобильная связь
6. Маркетплейсы и закупки	Маркетплейсы, закупки
7. Облачные кассы и ОФД	Облачные кассы и ОФД
8. Отраслевые решения	Комплексное решение для определенных сфер бизнеса
9. Персонал	Проверка сотрудников, медицинское обслуживание, подбор персонала, страхование персонала
10. Реклама и коммуникация	Продвижение бизнеса/товаров, сервисы коммуникации с клиентами
11. Управление рисками	Проверка контрагентов, информирование бизнеса о рисках, предупреждения о рисках по 115-ФЗ
12. Юридические услуги	Юридическое сопровождение, конструктор документов
13. BNPL	«Buy now, pay later» или «покупай сейчас, плати потом»
14. Другое	Регистрация/ ликвидация ИП и ООО, внесение изменений в ИП и ООО, сервисы для принятия чаевых, страхование, сервисы для работы с самозанятыми и другие сервисы, которые не вошли в категории выше








+ ещё **197** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
- 6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков**
7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов
























Продуктовая витрина по банкам

Количество сервисов, предлагаемых банками, в разбивке по задачам бизнеса, шт.

									
Автоматизация и ИТ	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Аналитика и консалтинг	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Бухгалтерия, учет и ЭДО	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Интеллектуальная собственность	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Интернет и связь	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Маркетплейсы и закупки	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Облачные кассы и ОФД	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Отраслевые решения	От банка:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
	От партнеров:	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX

Автоматизация бизнес-процессов и IT

Сервисы и услуги, входящие в банковские и небанковские экосистемы

 Альфа-Банк: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 ВТБ: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 Газпромбанк: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 МТС Банк: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 ПСБ: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 Сбербанк: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX				
От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX				
 Т-Банк: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 Точка: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="710 775 1017 962">  ВК: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX </td> <td data-bbox="1017 775 1324 962">  Ростелеком: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX </td> <td data-bbox="1324 775 1630 962">  OZON XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX </td> <td data-bbox="1630 775 1943 1150">  WILDBERRIES Яндекс  Маркет XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX </td> </tr> </table>				 ВК: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 Ростелеком: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 OZON XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 WILDBERRIES Яндекс  Маркет XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX
 ВК: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 Ростелеком: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX					 OZON XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	 WILDBERRIES Яндекс  Маркет XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX		
От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX	От партнеров: XXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX								

+ ещё **14** слайдов в разделе в
полной версии отчета

Содержание

1. Рынок небанковских сервисов для малого бизнеса
2. Изучение процесса подключения небанковских сервисов в российских банках
 - 2.1. Mystery shopping в банках
 - 2.2. Оценка продуктовых витрин в мобильном приложении
 - 2.3. Оценка продуктовых витрин в интернет-банке мобильного браузера
 - 2.4. Mystery shopping на маркетплейсах
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса
4. Анализ клиентского опыта (Voice of customer)
5. Тарифы на небанковские сервисы
6. Приложение 1. Продуктовое предложение банков
- 7. Приложение 2. Новости в сфере небанковских сервисов**

+ ещё **86** слайдов в разделе в
полной версии отчета



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, БЦ «Аэродом», офис 517

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

www.frankrg.com