

# Банковские кредитные карты в России 2024

---

**DEMO**

Август 2024

## Содержание

### Исследование рынка кредитных карт

Приветствие проектной команды

1. Цели и методика исследования [\[1\]](#)
2. Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских кредитных карт в 2023-24 гг. [\[2\]](#)
3. Digital banking [\[3\]](#)
4. Исследование клиентского опыта и клиентского пути открытия новой кредитной карты [\[4\]](#)
5. Оценка рынка кредитных карт [\[5\]](#)
6. Анализ продуктового предложения и особенности продуктовой линейки кредитных карт [\[6\]](#)
  - 6.1 Анализ кредитных карт с reward-программами [\[6.1\]](#)
  - 6.2 Международный опыт и тренды развития рынка кредитных карт [\[6.2\]](#)
7. Анализ эффективности управления портфелями кредитных карт на основе benchmark [\[7\]](#)
8. Анализ предпочтений клиентов по кредитным картам. Voice of the Customer [\[8\]](#)
  - 8.1 Результаты онлайн-опроса активных держателей кредитных карт массового сегмента [\[8.1\]](#)
  - 8.2 Результаты онлайн-опроса активных держателей кредитных карт высокодоходного сегмента [\[8.2\]](#)
  - 8.3 Результаты онлайн-опроса клиентов, не являющихся держателями кредитных карт [\[8.3\]](#)
9. Актуальные вопросы управления портфелями кредитных карт (по итогам экспертных интервью) [\[9\]](#)
10. Рейтинг кредитных карт [\[10\]](#)

Приложения.

- I. Методика расчета выгоды по кредитной карте [\[1\]](#)

## Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

Представляем отчет по итогам инициативного исследования рынка кредитных карт в России в 2023-2024 гг., третье исследование рынка кредитных карт в формате 360 градусов, объединяющее анализ условий продукта, клиентский опыт, мнения экспертов рынка, а также бизнес-показатели банков и оценку цифровых каналов обслуживания.

Рынок кредитных карт в 2023 г. стал крупнейшим по количеству клиентов сегментом рынка розничного кредитования, насчитывающим свыше 27 млн активных клиентов и продемонстрировавшим рекордный прирост портфеля и клиентской базы. В условиях усиливающейся конкуренции за клиента, ужесточения регулирования рынка потребительского кредитования, роста кредитных рисков и снижения маржинальности продукта, задачи роста портфеля и активизации клиентской базы, стоящие перед банками в 2024-2025 гг., являются настоящим вызовом.

Сервисные составляющие (доставка карт, удобство и функциональное наполнение диджитал-каналов обслуживания), а также полнота информирования и понятность условий становятся частью ценностного предложения для клиентов, зачастую важнее, чем льготный период или программы вознаграждений. Измерение этих метрик проводилось в исследовании клиентского пути оформления кредитной карты в отделениях и онлайн-каналах.

Помимо традиционного онлайн-опроса активных клиентов, позволяющего проанализировать лояльность, измерить кросс-продуктовое проникновение и новые поведенческие паттерны в динамике с 2021 г., в рамках клиентского исследования в 2024 г. подробно проанализированы различия в потребительских предпочтениях и опыте клиентов массового и премиального сегментов. Кроме того, отчет впервые включает исследование отношения к кредитным картам со стороны респондентов, которые ими пользовались в прошлом или не пользовались никогда – эта информация содержит интересные инсайты с точки зрения потенциала продаж.

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

С уважением,

### Команда Cards Frank RG



**Анна Стогниенко**  
Старший проектный лидер  
[stognienko@frankrg.com](mailto:stognienko@frankrg.com)



**Анастасия Шишкина**  
Старший аналитик  
[shishkina@frankrg.com](mailto:shishkina@frankrg.com)



**Дарья Богдашкина**  
Старший аналитик  
[bogdashkina@frankrg.com](mailto:bogdashkina@frankrg.com)



**Александр Бережной**  
Старший аналитик  
[berezhnoy@frankrg.com](mailto:berezhnoy@frankrg.com)



**Артём Мосин**  
Старший проектный лидер  
[mosin@frankrg.com](mailto:mosin@frankrg.com)



**Яна Хромова**  
Ведущий аналитик  
[khromova@frankrg.com](mailto:khromova@frankrg.com)



**Екатерина Каменева**  
Ведущий аналитик  
[kameneva@frankrg.com](mailto:kameneva@frankrg.com)



**Дарья Петракова**  
Аналитик  
[petrakova@frankrg.com](mailto:petrakova@frankrg.com)



**Полина Перелыгина**  
Ведущий аналитик  
[p.pereLygina@frankrg.com](mailto:p.pereLygina@frankrg.com)



**Мария Ханамирян**  
Старший аналитик  
[hanamiryan@frankrg.com](mailto:hanamiryan@frankrg.com)



**Екатерина Южакова**  
Ассистент аналитика  
[yuzhakova@frankrg.com](mailto:yuzhakova@frankrg.com)



**Владимир Медведев**  
Ассистент аналитика  
[medvedev@frankrg.com](mailto:medvedev@frankrg.com)

# **1 Цели и методика исследования**

**Об исследовании**

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

**23** банка  
**88** кредитных карт  
**96,9%** рынка

**6 000+** держателей кредитных карт  
**1000+** клиентов без карт  
**80+** тайных покупателей  
**15** экспертов рынка  
**15** аналитиков Frank RG

**Бенчмарк-исследование**

**Анализ продуктовой линейки**





## Основные разделы исследования



### Анализ продуктового предложения

Обобщение условий обслуживания кредитных карт крупнейших банков и участников исследования, составление каталога карт



### Глобальные тренды

Анализ изменений и международных трендов развития кредитных карт и reward-программ



### Бенчмарк

Анализ бизнес-показателей портфелей кредитных карт в динамике



### Digital Banking

Кабинетное исследование: тестирование функционала мобильных приложений. Рейтинг мобильных приложений



### Экспертные интервью

Мнения руководителей подразделений, ответственных за управление портфелями кредитных карт



### Клиентское исследование

- Онлайн-анкетирование 6 000+ активных держателей кредитных карт по единой методике
- Тестирование клиентского пути открытия кредитной карты тайными покупателями



### Рейтинги

Расчет рейтингов и награждение лучших карт на ежегодной церемонии Frank Credit Cards Award

## Цели и методика исследования

### Цели и задачи исследования:

- определить расстановку сил и приоритетов среди банков на рынке и сформулировать основные тенденции развития рынка кредитных карт;
- описать основные изменения на рынке;
- сравнить уровень клиентской выгоды и условия по карточным программам вознаграждений;
- сравнить количественные и бизнес-результаты портфелей кредитных карт банков-участников;
- установить benchmark для оценки эффективности управления портфелями кредитных карт и динамики развития рынка в будущем;
- выяснить предпочтения и опыт клиентов банков в кредитных картах и программах вознаграждений.

**Сроки проведения исследования:** март 2024 – август 2024 г.

**Объекты исследования:** кредитные карты ТОП-20 банков\*, а также банков-участников исследования. Было проанализировано 88 флагманских кредитных карт 23 участников рынка, доля которых составляет 97% рынка кредитных карт.

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

- кабинетного исследования (сборник тарифов с количественными и качественными параметрами кредитных карт, включая карты с reward-программами – более 200 ключевых параметров);
- 15 экспертных интервью с представителями банков, отвечающих за управление портфелями кредитных карт, а также представителей сервисов финансовой доставки с идентификацией клиентов и онлайн-подбора и продажи карт;
- benchmarking-анкетирования 8 банков, проводимого по клубной системе обмена данными между банками-участниками face-to-face (банки, раскрывшие собственные показатели, получают доступ к данным всех остальных участников);
- исследования функционала онлайн-банков (мобильных приложений) 15 банков;
- Voice of the Customer – онлайн-опроса свыше 6 тыс. держателей активных кредитных карт, а также 1 000+ клиентов банков, не являющихся держателями кредитных карт;
- исследования клиентского пути открытия кредитной карты в 15 банках методом тайных покупок.

### Уникальность исследования:

- первое и единственное на рынке исследование кредитных карт, основанное на анализе как качественных, так и количественных данных, в частности, данных, характеризующих экономическую эффективность портфелей и reward-программ;
- единственное на рынке исследование, участники которого получают доступ к данным управленческого учета и детализированным бизнес-показателям других банков, недоступным в официальной отчетности и публичных источниках (при условии раскрытия собственных данных);
- расчет выгоды кредитных карт по клиентским профилям трат и доходов, позволяющий оценить и сравнить между собой ценностные предложения банков-конкурентов;
- взгляд банковского специалиста и аналитика дополнен анализом клиентского опыта и предпочтений в рамках исследования Voice of the Customer и клиентского пути.

\* по портфелю кредитных карт на 01.04.2024

## Участники исследования

В бенчмарк-исследовании и клиентском опросе приняли участие 11 банков.

### Банки-участники исследования





1. **СберБанк (опрос клиентов)**
2. **Т-Банк (опрос клиентов)**
3. **Альфа-Банк (бенчмарк + опрос клиентов)**
4. **ВТБ (бенчмарк + опрос клиентов)**
5. Совкомбанк
6. **МТС Банк (бенчмарк + опрос клиентов)**
7. **Газпромбанк (бенчмарк + опрос клиентов)**
8. **ОТП Банк (бенчмарк + опрос клиентов)**
9. Райффайзен Банк
10. Почта Банк
11. Росбанк
12. **Банк Уралсиб (бенчмарк + опрос клиентов)**
13. Ренессанс Банк
14. **ПСБ (бенчмарк + опрос клиентов)**
15. Кредит Европа Банк
16. **УБРиР (бенчмарк + опрос клиентов)**
17. **Россельхозбанк (опрос клиентов)**
18. МКБ
19. АТБ
20. Банк Санкт-Петербург
21. Ак Барс Банк
22. Банк Зенит
23. Банк ДОМ.РФ



## **2 Основные тенденции и выводы о состоянии рынка банковских кредитных карт в 2023-2024 гг.**

Рынок кредитных карт: новые рекорды

По итогам 2023 г. кредитные карты обогнали ближайшего конкурента – сегмент кредитов наличными и стали **самым крупным сегментом рынка розничного кредитования по количеству заемщиков.**

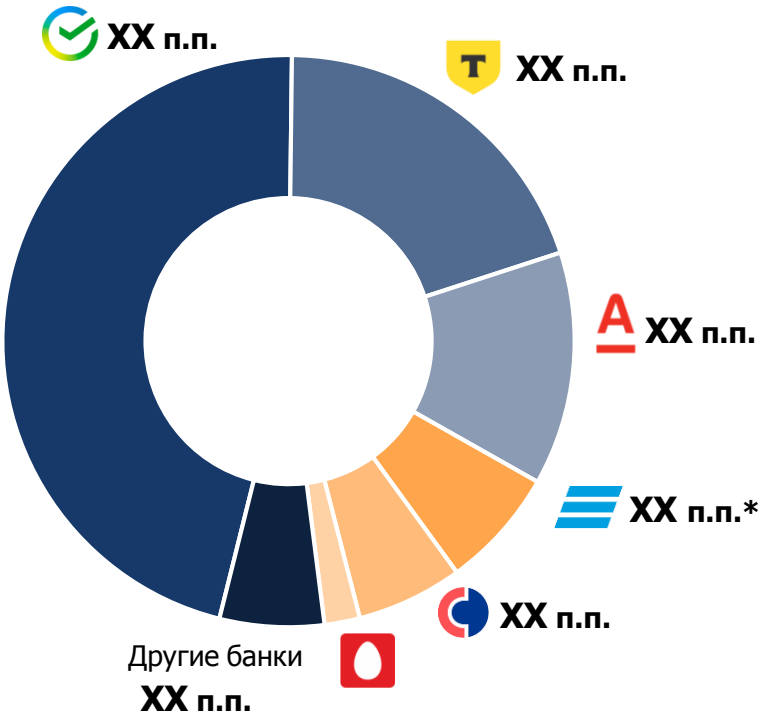
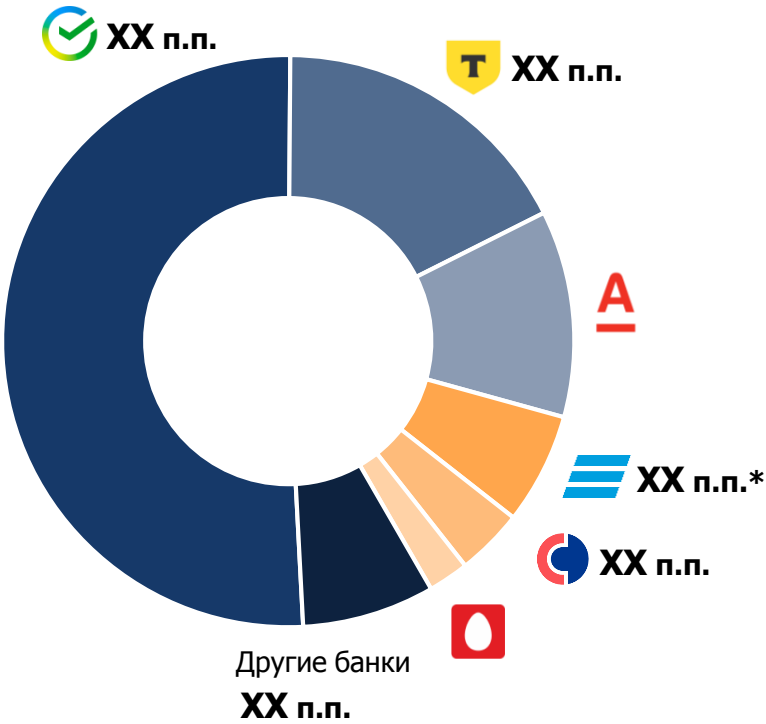
	2023	Δ 2023/2022	2024F
● <div></div>	<div><div></div><div><div>Клиенты</div><div>XXX млн человек</div></div></div>	+XX млн	XX млн чел.
● <div></div>	<div><div></div><div><div>Проникновение</div><div>XX% занятых в экономике</div></div></div>	+XX п.п.	XX%
● <div></div>	<div><div></div><div><div>Активные карты</div><div>XXX млн</div></div></div>	+XX млн	XX млн шт.
<div></div>	<div><div></div><div><div>Портфель</div><div>XXX трлн руб.</div></div></div>	+XX%	XX трлн руб.

Концентрация рынка продолжает расти

- ТОП-6 игроков занимают уже более XX% рынка по объему портфеля и XX% по количеству активных кредитных карт.
- XXX наращивает охват клиентов, XXX – средний чек, XXX – и то, и другое.

Доли участников рынка кредитных карт по объему портфеля, %, данные на 01.06.2024

Доли участников рынка кредитных карт по количеству активных карт, %, данные на 01.06.2024



Источник: Frank RG, Мониторинг банковских розничных услуг, 2024  
\* С учетом Банка Открытие

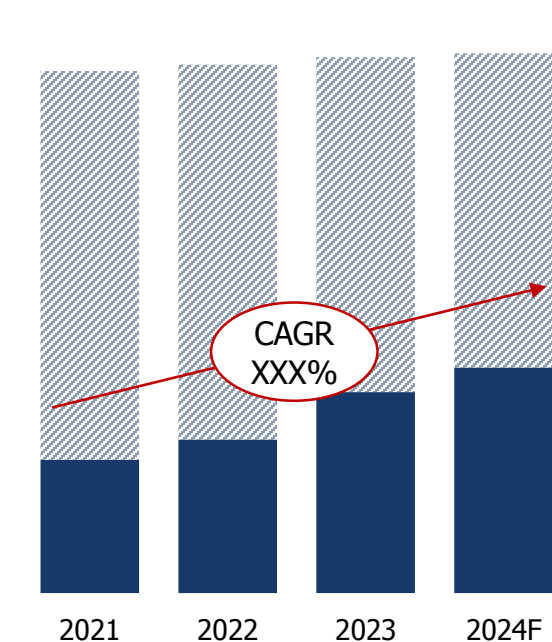
Темпы роста задолженности ..., что создает предпосылки для дальнейшего роста XXX

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Темпы роста зарплат и индекс потребительских цен, %



Проникновение в кредитные карты, % от занятых в экономике



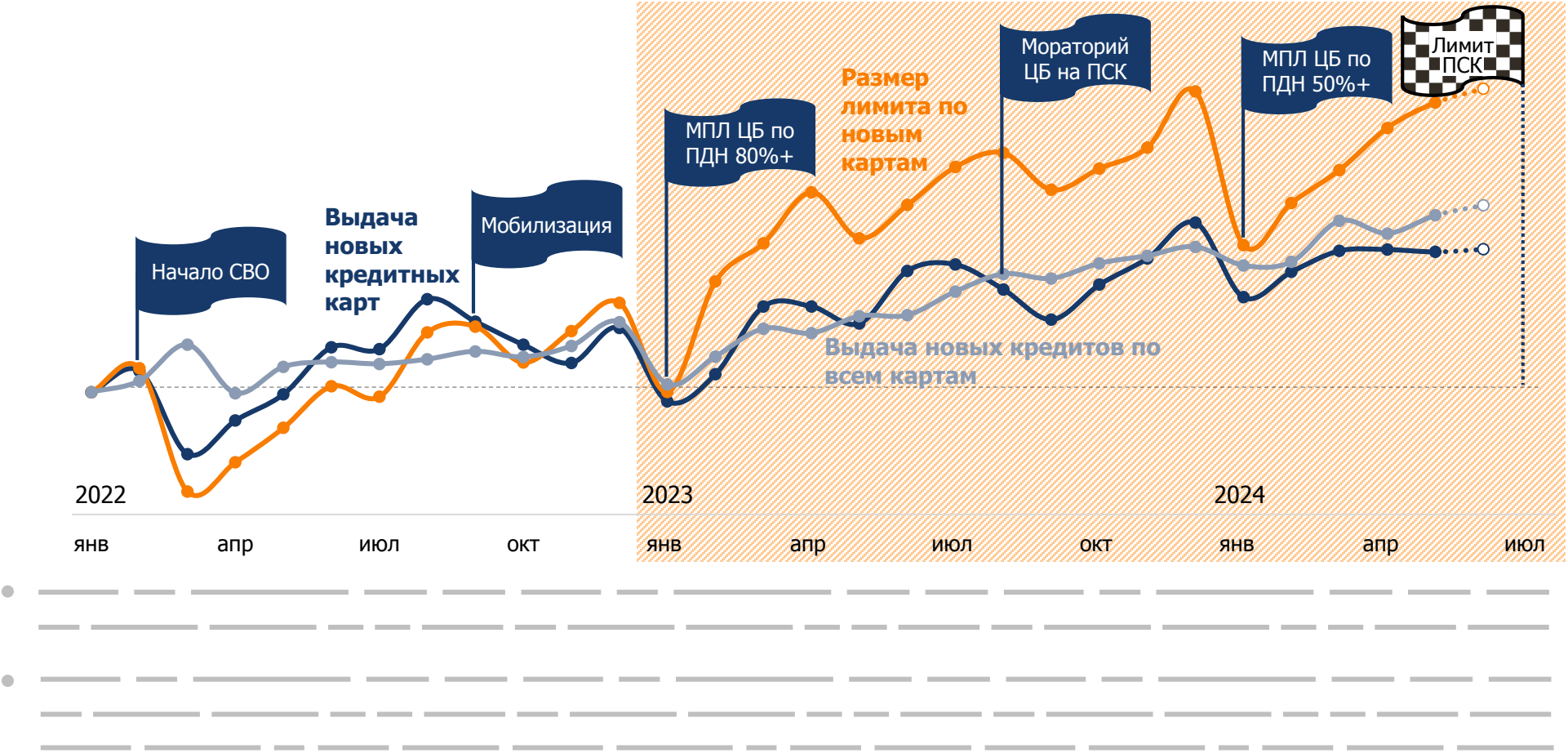
Доля выдач кредитов по кредитным картам за год в номинальном годовом ФОТ, %



Источник: Росстат, Банк России, СберИндекс, расчеты и оценка Frank RG, 2024

Кредитные лимиты росли быстрее потребностей клиентов – банки создавали задел на будущее перед ...

Индексы выдачи кредитных карт и кредитов по картам

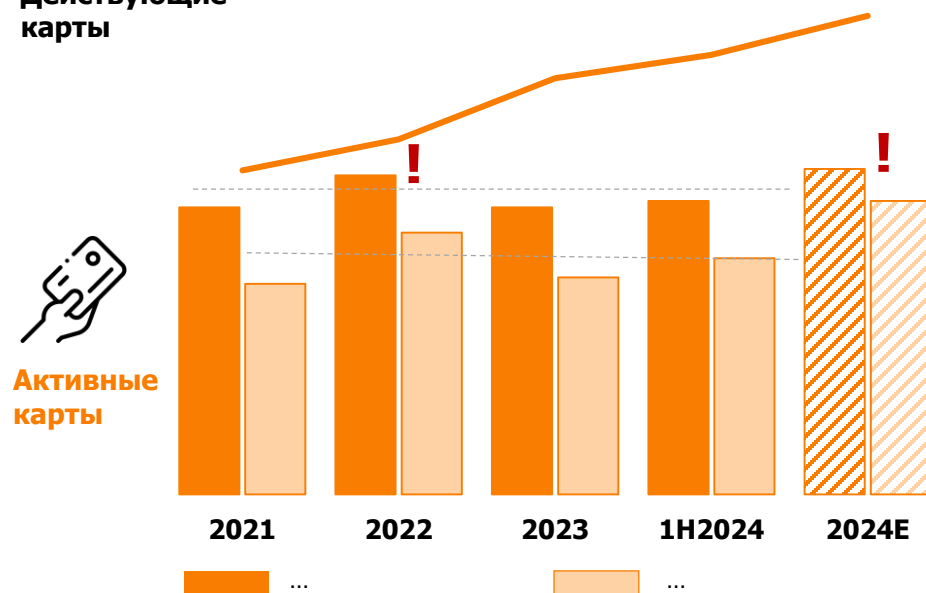


Источник: НБКИ, ОКБ, «Скоринг Бюро», Frank RG, Мониторинг банковских розничных услуг, 2024

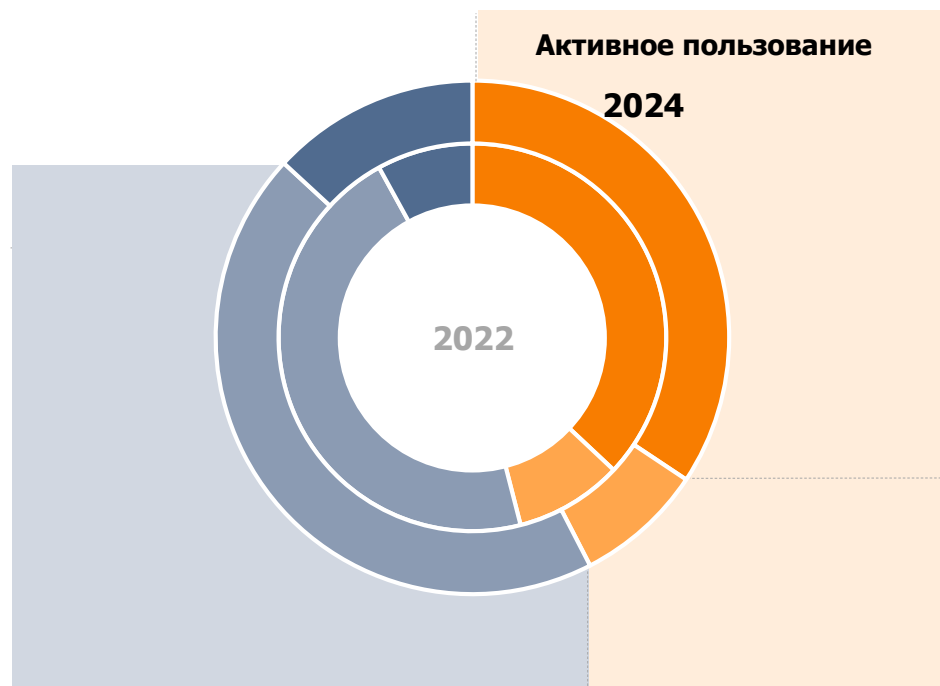
## Активность клиентов растет на фоне ...

**Выданные кредитные карты, млн шт. и доля активных карт, %**

## Действующие карты



**Цели оформления кредитной карты, % от общего количества ответов активных держателей кредитных карт**



- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

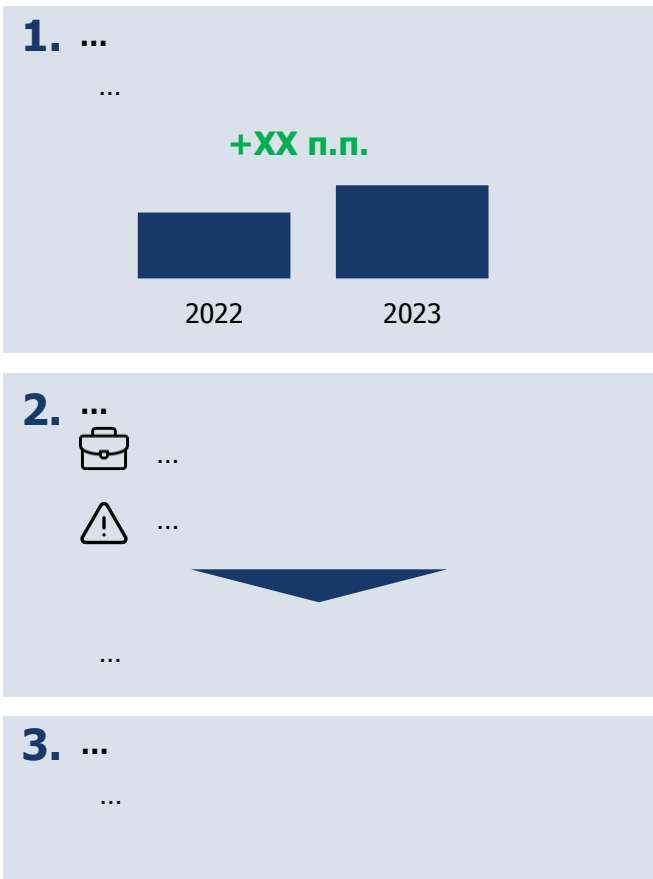


# Новые клиенты рынка кредитных карт: кто они?

## Источники прироста клиентской базы



**XX** МЛН НОВЫХ  
КЛИЕНТОВ

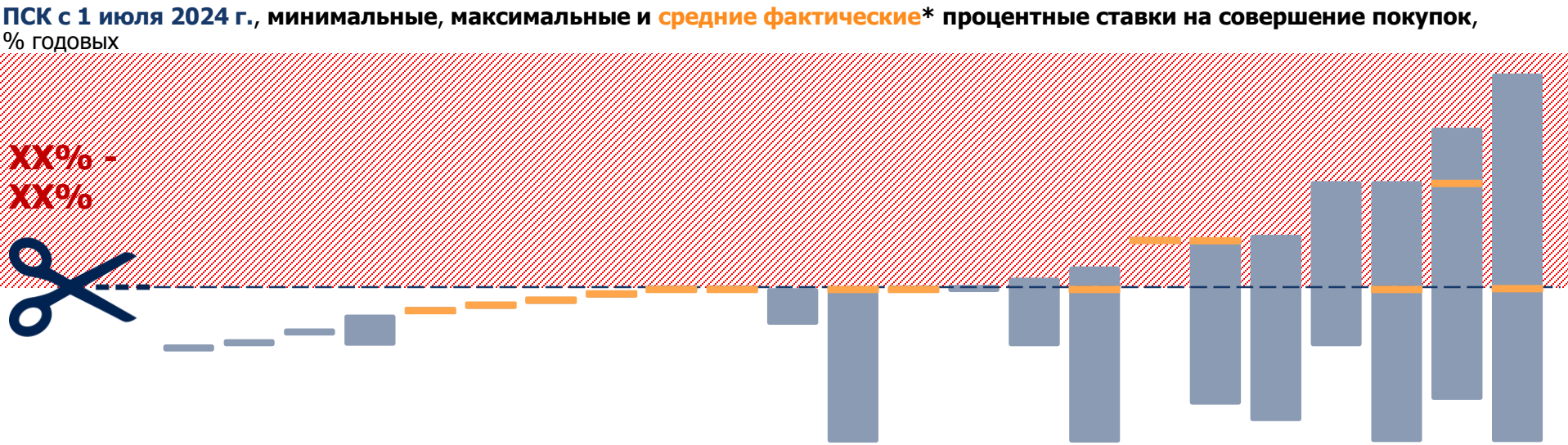


## Возможные сценарии использования кредитных карт



Источник: НБКИ, 2024, Frank RG, экспертные интервью с руководителями подразделений кредитных карт, 2024

«Ножницы ПСК» ...



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

\* По результатам выборочных тайных покупок.

Источник: Банк России, Обзор финансовой стабильности, май 2024, Frank RG, Мониторинг тарифных условий, экспертные интервью с руководителями подразделений кредитных карт, 2024

...что создает угрозу ...

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Ожидание

Клиенты, утверждающие, что всегда укладываются в грейс, онлайн-опрос

■ Всегда    ■ Почти всегда



2022

2024

Клиенты (VOC)

Реальность

Экспертная оценка руководителей карточных бизнесов

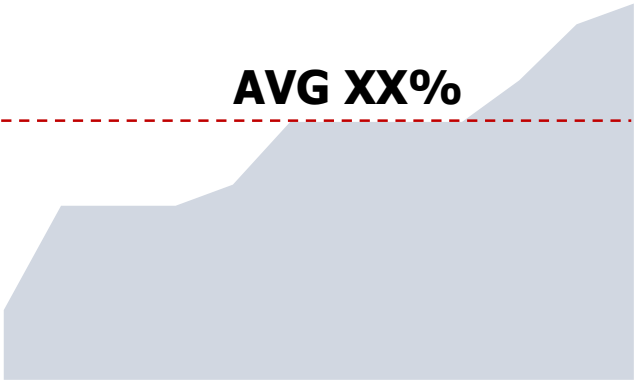


2022

2024

Эксперты рынка

Процентные доходы по кредитным картам, 2023, % от всех доходов, экспертная оценка руководителей карточных бизнесов

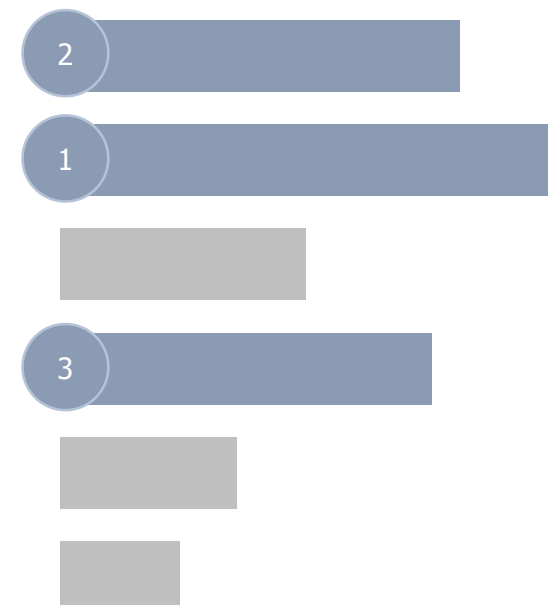
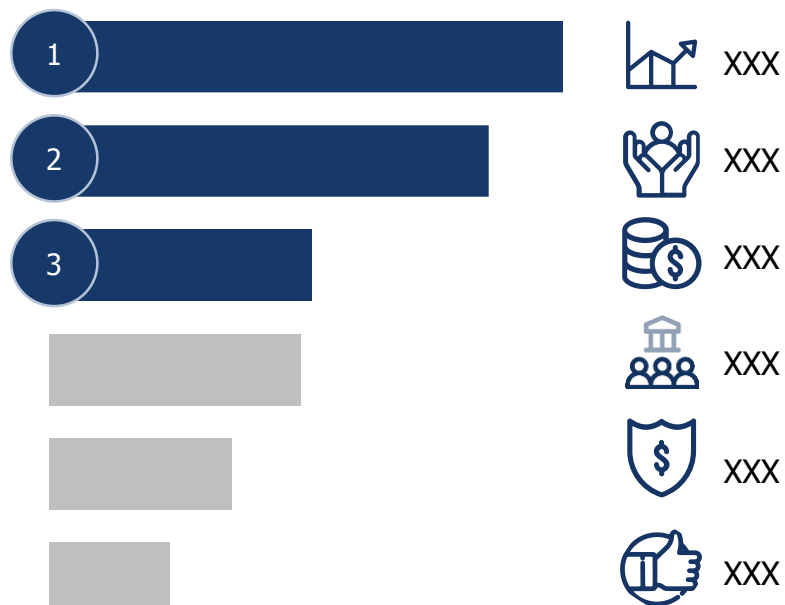


AVG XX%

## Ключевые задачи развития кредитных карт в 2024 и 2022 гг.

Оценка экспертов банков, в % от общего количества упоминаний с учетом приоритетности

## 2022



Источник: Frank RG, экспертные интервью с руководителями подразделений кредитных карт, 2022-2024

Банки не видят рисков просрочки в перспективе ближайшего года, однако оперативные индикаторы указывают на ухудшение качества портфеля



Кредитный портфель – совокупность активов, которые банк или иной финансовый институт имеет в собственности. Это может быть кредитование физических лиц, кредитование юридических лиц, кредитование государственных органов и т.д. В зависимости от структуры портфеля и качества кредитов, банк может быть подвержен различным рискам.

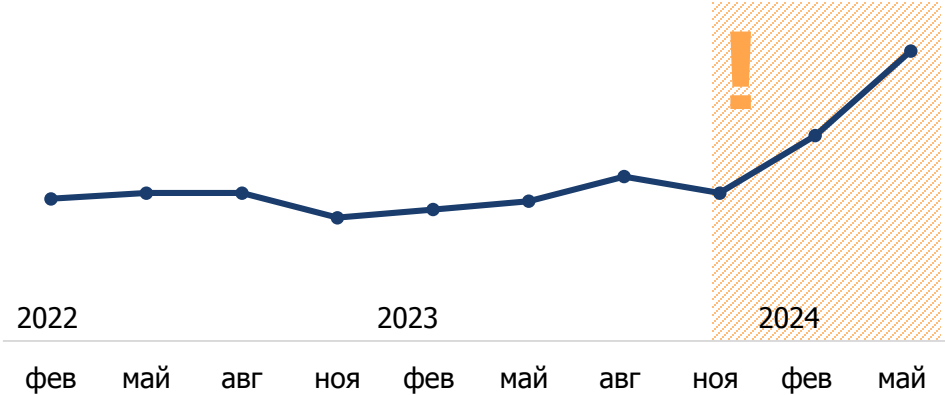
На рисунке ниже – динамика просроченной задолженности (NPL90+) и портфеля кредитных карт в России с 2015 по 2023 год.

Просроченная задолженность (NPL90+), % от портфеля, портфель кредитных карт, млрд руб.



- 
- 
- 

Кредитные карты с просроченной задолженностью (NPL90+), % от количества карт

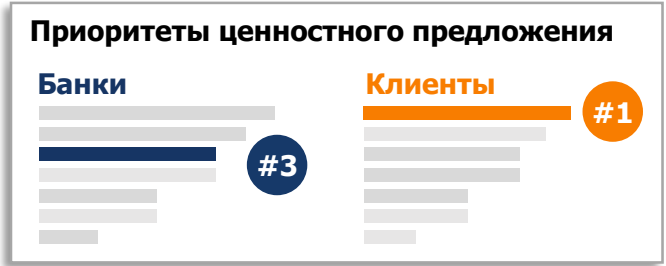
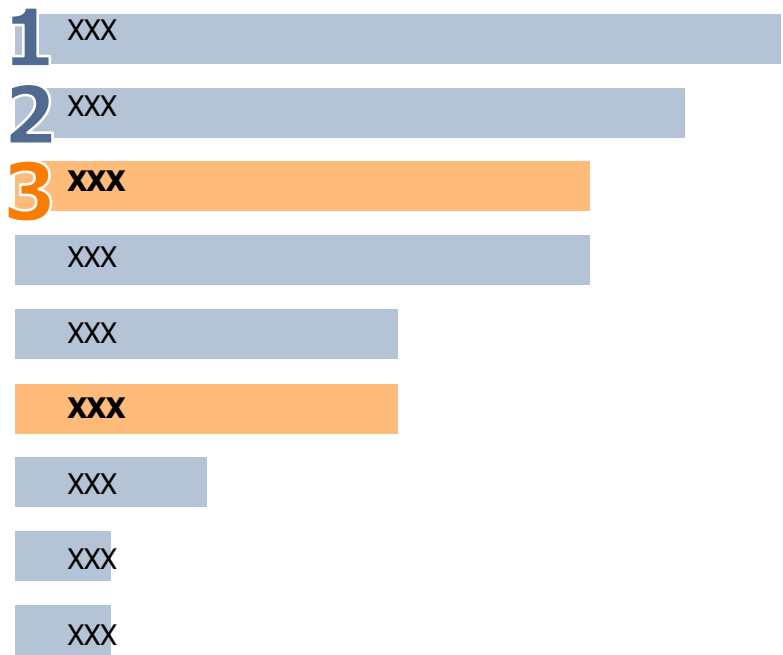


Источник: Банк России, публичная отчетность банков по МСФО, «Скоринг Бюро», Frank RG, интервью с экспертами банков, 2024, оценка Frank RG, 2015-2024

XXX – в ТОП-3 ценностного предложения



Приоритеты ценностного предложения,  
доля упоминаний экспертами банков



Согласно результатам исследования, эксперты банков и клиенты считают, что наиболее ценными являются следующие факторы:

Вопрос: Какие факторы являются наиболее важными для вас при выборе кредитной карты? Ответ: Для клиентов наиболее важными являются следующие факторы: низкий процент, удобный сервис, гибкие условия, возможность использования в зарубежных странах. Для банков наиболее важными являются следующие факторы: низкий процент, удобный сервис, гибкие условия, возможность использования в зарубежных странах.

На основании исследования Frank RG

**XX/23**

банков использует в ценностном предложении слова **понятный, удобный**

**XX/23**

банков подробно объясняют на сайте, как работает **льготный период**

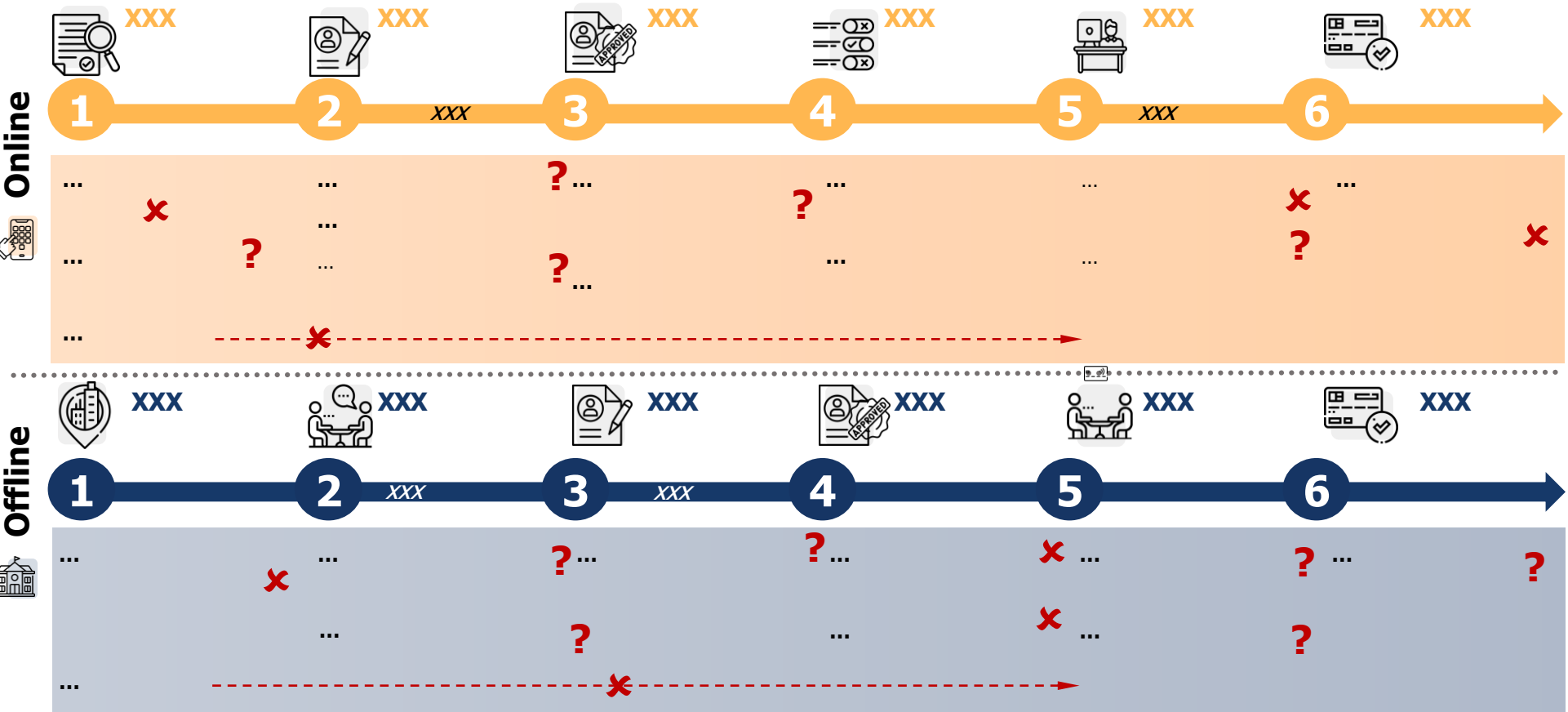
**XX/23**

банков **направляют** клиентов со страницы кредиток в мобильное приложение



Даже для клиентов банка путь получения кредитной карты может быть тернист

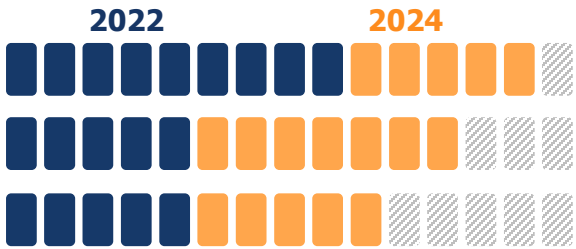
«Болевые» точки, выявленные тайными покупателями в процессе открытия кредитной карты



# Банки провели большую работу по улучшению пользовательского опыта в ДБО

Основные направления развития функционала ДБО в 2024 г., кол-во банков

- XXX
- XXX
- XXX

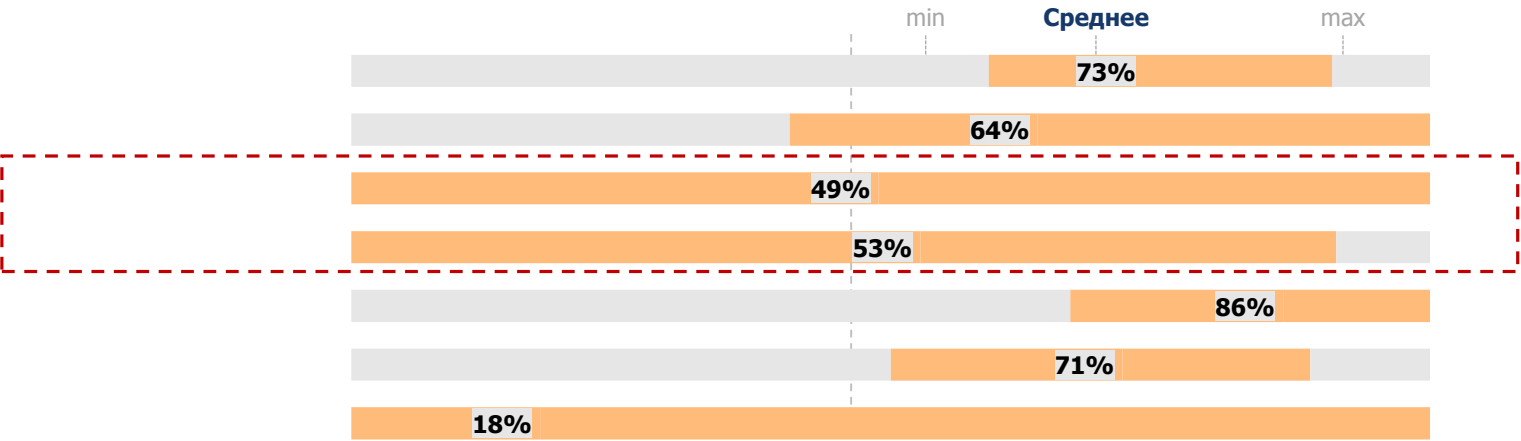


XX

баллов

Средний уровень  
удовлетворенности  
мобильным банком

Реализация функционала управления кредитной картой в мобильных приложениях ТОП-15 банков, 2024



XX%

клиентов

довольны  
информированием  
по кредитной карте



XX%

функций

Реализовано в  
мобильных  
приложениях

...

- 
- 
- 
- 
- 



Индекс клиентской удовлетворенности  
**CSI**

НЕ клиенты



VS



Активные клиенты



ТОП-5 ассоциаций с кредитной картой



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 6 000+ активных держателей кредитных карт и 1 000+ не клиентов, 2024

Задачи 2023 года выполнены, но впереди еще много работы

Ключевые задачи	Сделано в 2023 – 1H2024	Предстоит в 2H2024 – 2025
<div></div>	<div>✓</div>	<div>!</div>
<div></div>	<div>✓</div>	<div>!</div>
<div></div>	<div>✓</div>	<div>!</div>
<div></div>	<div>✓</div>	<div>!</div>
<div>NEW</div>	<div>  </div>	<div>!</div>

**+ 19 слайдов**  
**в полной версии отчета**

# **3      Digital banking**



## Методология исследования

### Методология:

- В рамках исследования тестировались:
  - мобильные приложения на платформе Android.
- Период исследования: апрель-июнь 2024 г.
- Исследовался функционал мобильных приложений:
  - управление картой;
  - наполненность тарифов;
  - помощь и подсказки;
  - установка лимитов;
  - информирование о задолженности;
  - операции по кредитной карте;
  - дополнительные фишки (уникальный функционал, рассрочка).
- Анализировались лучшие и худшие практики, а также самые интересные примеры реализации функционала.
- В оценках не принимались во внимание:
  - внешний вид приложения;
  - субъективная оценка удобства / эстетическая оценка.
- По итогам анализа функционала был составлен рейтинг удобства дистанционного банковского обслуживания.

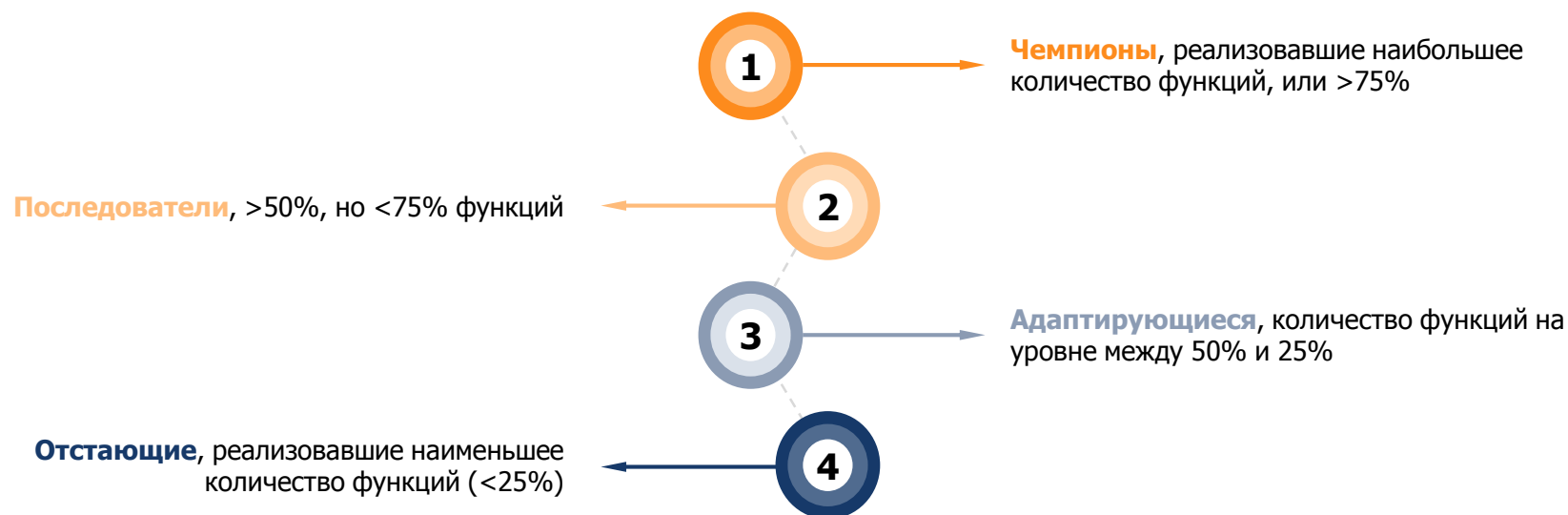
### Исследуемые банки:

1. СберБанк
2. Т-Банк
3. Альфа-Банк
4. ВТБ
5. Совкомбанк
6. МТС Банк
7. Газпромбанк
8. ОТП Банк
9. Почта Банк
10. Райффайзен Банк
11. Росбанк
12. Банк Уралсиб
13. ПСБ
14. Россельхозбанк
15. УБРиР

## Методика распределения банков на группы

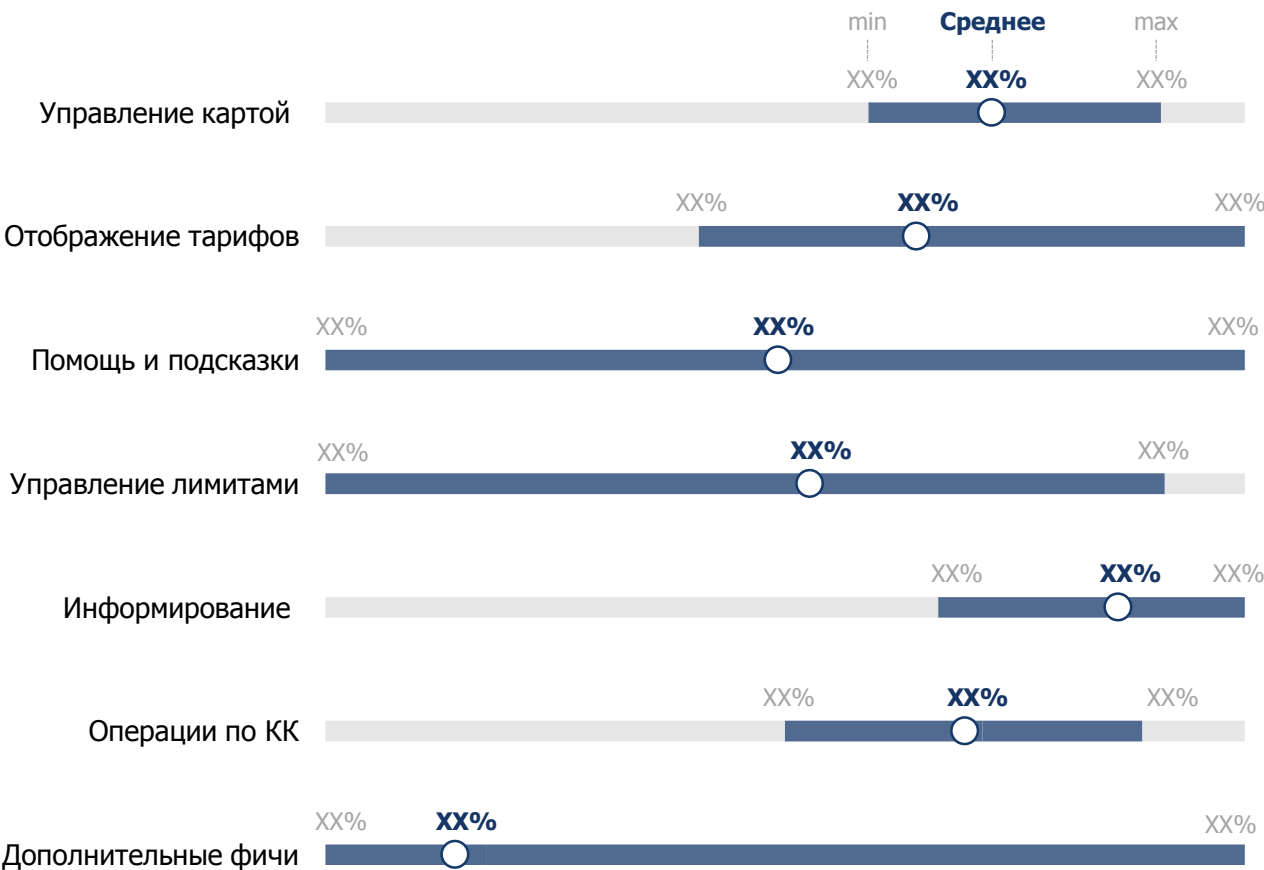
По итогам оценки функциональности ДБО банки распределяются по группам в зависимости от степени реализации функционала в каждом разделе исследования.

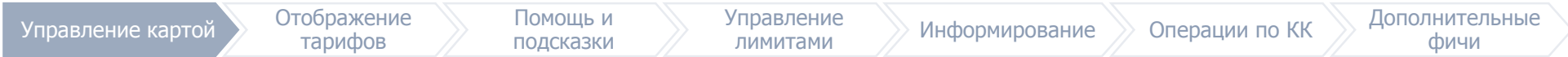
Отнесение банка к одной из групп осуществляется в зависимости от того, какая доля от максимального количества возможных функций была в нем реализована. Таким образом, каждый банк был отнесен к одной из четырех групп:



Функционал мобильного банка реализован в среднем на XX%

Реализация функционала мобильного приложения по разделам,  
% от максимального количества функций в разделе, реализованная банками





Управление картой. XXX

Глубина реализации функционала по группам банков, %

			Перечень банков	Перечень банков	Перечень банков	Перечень банков	
			Чемпионы	Последователи	Адаптирующиеся	Отстающие	Преимущество чемпионов над отстающими
	XXX	XX%					-x
	XXX	XX%					-x
	XXX	XX%					-x
	XXX	XX%					<div>1,2x</div>
	XXX	XX%					<div>1,5x</div>
	XXX	XX%					-x
	XXX	XX%					-x
	XXX	XX%					<div>1,5x</div>
	XXX	XX%					<div>3x</div>
	XXX	XX%					-x
• ...							

... важно совмещать

!

Точка роста

!

Управление картой. ...

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

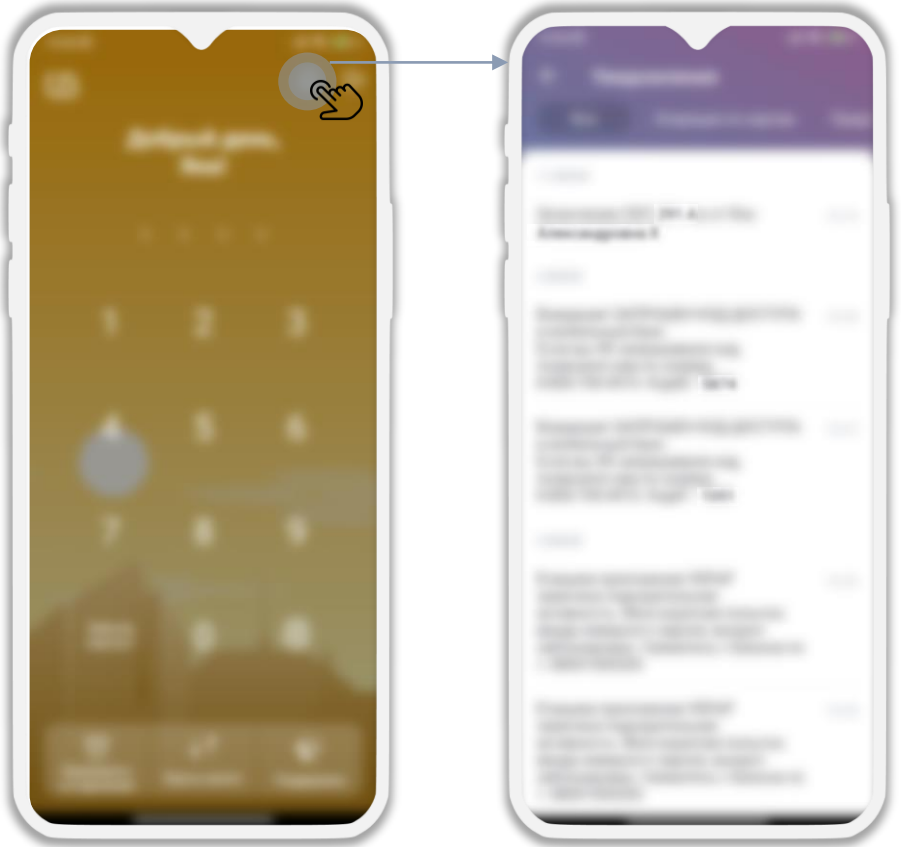
!

Точка роста

!

Управление картой. ...

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_



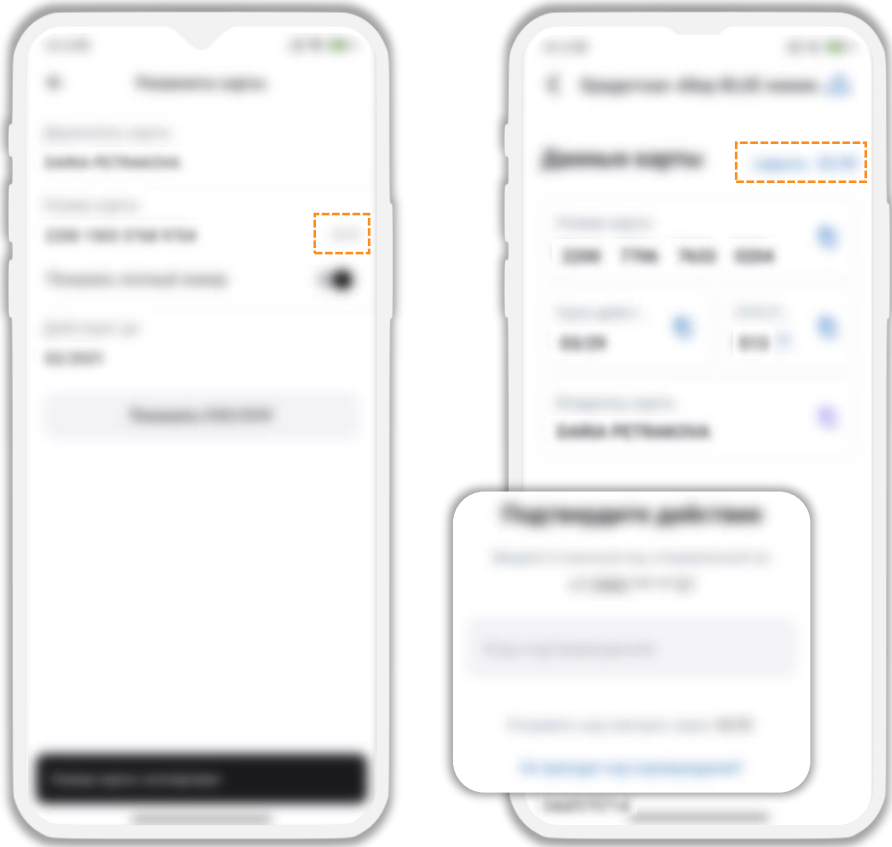
Банк XXX

Дополнительные меры безопасности позволят защитить данные карты

★ Уникальные практики ★

Управление картой. Взаимодействие с реквизитами

- \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_



Банк XXX

Банк XXX



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

## **4 Исследование клиентского пути открытия кредитной карты**

Основные выводы: важные этапы клиентского пути, влияющие на опыт

Позитивный клиентский опыт

Негативный клиентский опыт

<div><div>XX%</div><div>...</div></div>	<div><div>...</div><div>XX%</div></div>	<div></div>
<div><div>XX%</div><div>...</div></div>	<div><div>..</div><div>XX%</div></div>	<div></div>
<div><div>XX%</div><div>...</div></div>	<div><div>...</div><div>XX%</div></div>	<div></div>
<div><div>XX%</div><div>...</div></div>	<div><div>...</div><div>XX%</div></div>	<div></div>
<div><div>XX%</div><div>...</div></div>	<div><div>...</div><div>XX%</div></div>	<div></div>
<div><div>XX%</div><div>...</div></div>	<div><div>...</div><div>XX%</div></div>	<div></div>

## Методика исследования клиентского пути оформления кредитной карты



### Что исследовали?

Клиентский путь оформления кредитной карты в двух каналах:

- дистанционный (мобильное приложение) и получение карты в отделении банка или курьером,
- очный визит в отделение банка.



### 2 сценария пути оформления карты

1. **Офлайн.** Тайные покупатели оформляли кредитную карту путем непосредственного визита в банк.
2. **Цифровой путь.** Тайные покупатели подавали заявку на кредитную карту в мобильном приложении банка (интернет-банке при недоступности мобильного приложения) с использованием смартфона и протестировали вспомогательные опции заполнения заявки и получения карты.



### Тестируемые банки

Общее количество тестов: **54 теста в 14 банках**



### География исследования

- В рамках каждого банка и сценария проводили замеры в **2** локациях: **Москва** и **город-миллионник**.
- В рамках одного банка тестируемые локации могли находиться в разных частях РФ (европейская и азиатская).
- Весь клиентский путь тестировался в одной локации (город подачи заявки и выдачи карты должен был совпадать с городом обслуживания и закрытия карты).



### Профиль тайного покупателя

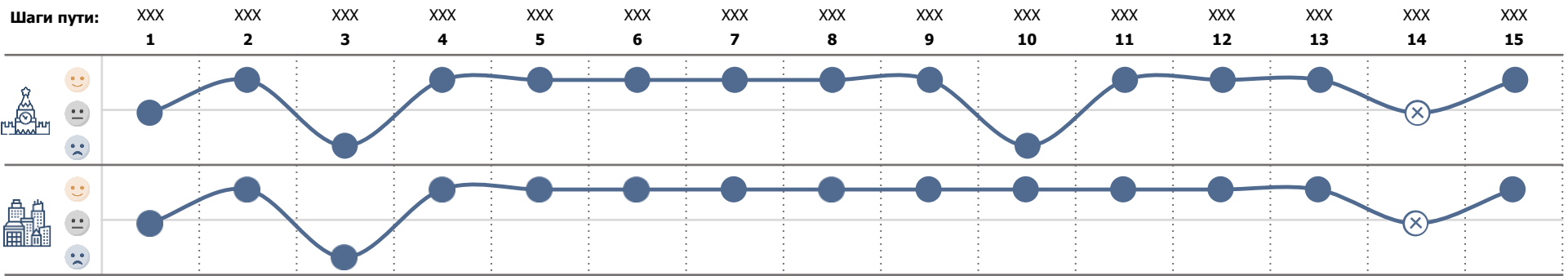
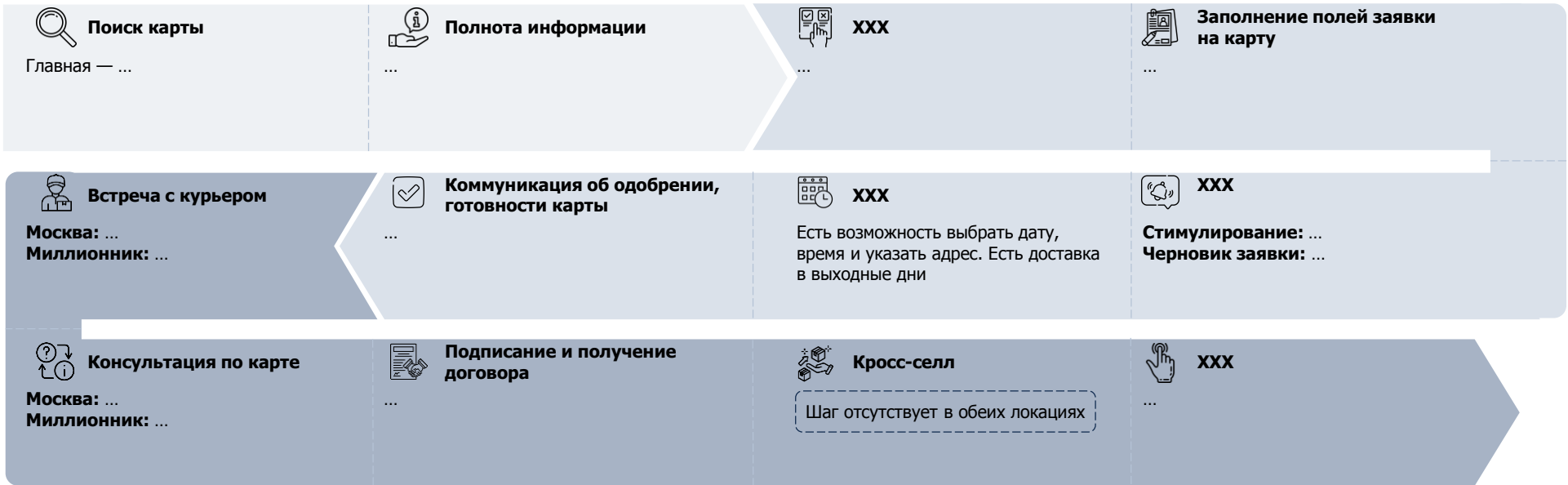
- Тайный покупатель — **клиент банка**.
- Пол, возраст – нет ограничений, распределяются случайным образом при рекрутировании тайных покупателей.
- Один тайный покупатель может тестировать клиентский путь в нескольких банках.
- В исследовании участвовало свыше 40 тайных покупателей.



### Период исследования

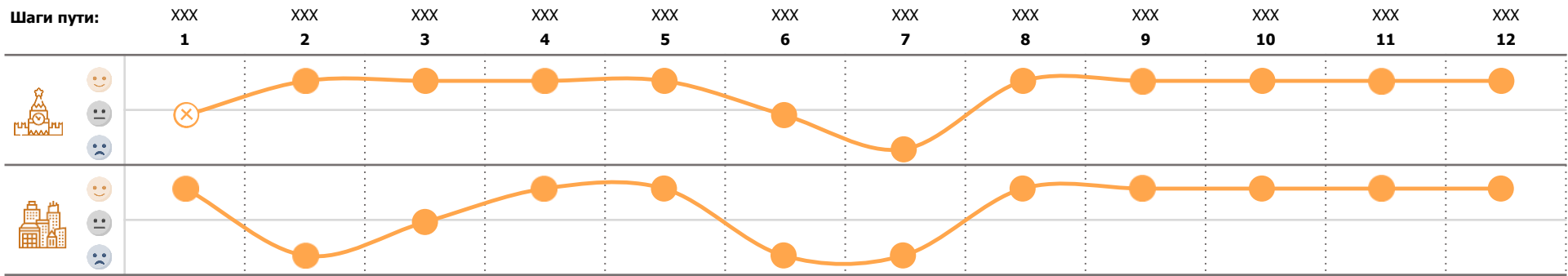
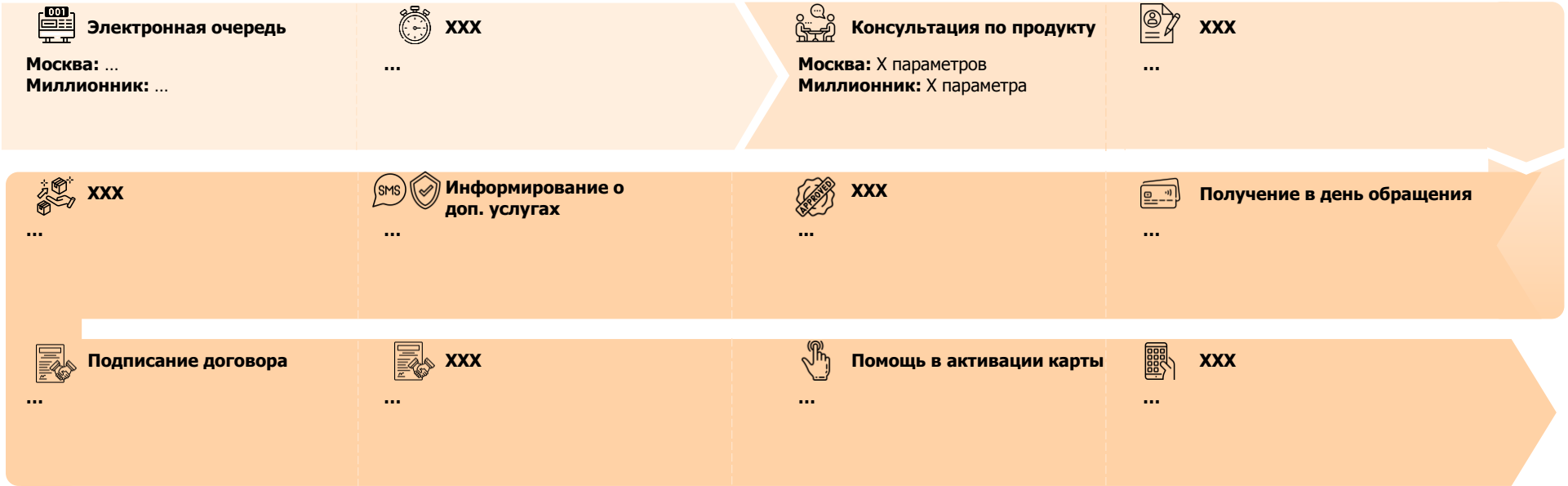
- Март-июнь 2024

Клиентский путь: онлайн-оформление кредитной карты. Банк XX



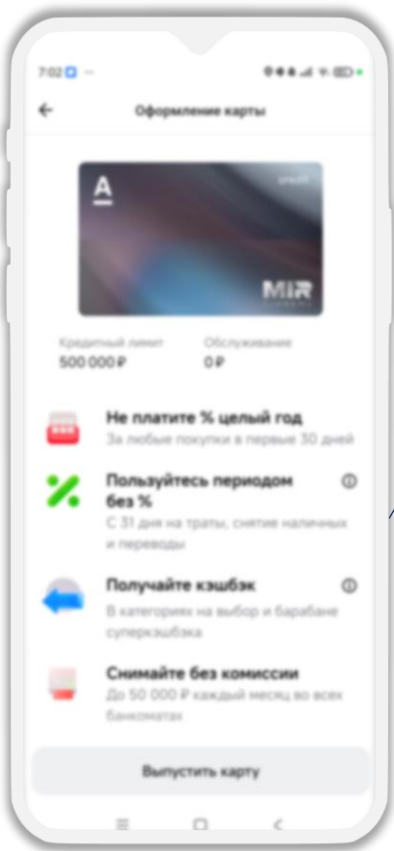
Этапы пути оформления: — Изучение информации о карте — Оформление заявки на карту — Получение кредитной карты курьером

Клиентский путь: **офлайн**-оформление кредитной карты. Банк ХХ



Этапы пути оформления: — Посещение офиса — Подача заявки — Выдача кредитной карты

... – must have для любого канала оформления кредитной карты



Первый без % будет обслуживаться картой 30 дней, после возврата, минимальный платеж и погашать задолженность в рамках льготного периода.



Вы получите карту, оформленную на. Первый траншить день у вас есть время, чтобы сделать платеж. Вы можете погасить, и все платежи, которые совершены в первый 30 дней, у вас льготный период льгот на год. 10 есть у вас есть год, чтобы вернуть эти деньги. Только не погасите в первый 30 дней. До погашения у 30 не дни (льготный период) 60 дней и не погасите полностью. Не погасите полностью долг (льготный период) 60 дней.

Сотрудник Анофа Банка (Москва)



Вы получите карту, оформленную на. Первый траншить день у вас есть время, чтобы сделать платеж. Вы можете погасить, и все платежи, которые совершены в первый 30 дней, у вас льготный период льгот на год. 10 есть у вас есть год, чтобы вернуть эти деньги. Только не погасите в первый 30 дней. До погашения у 30 не дни (льготный период) 60 дней и не погасите полностью. Не погасите полностью долг (льготный период) 60 дней.

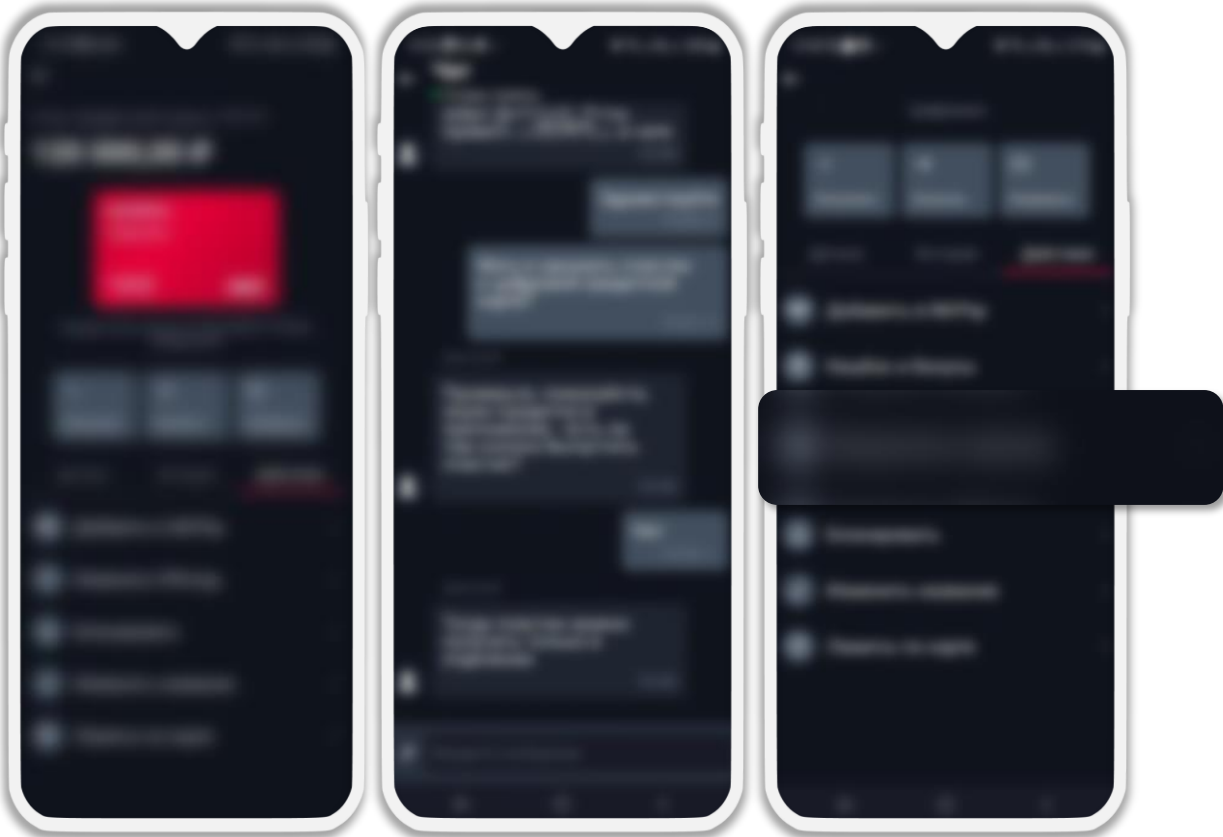
Сотрудник Анофа Банка (Москва)

Case Study: при оформлении цифровой карты по умолчанию нужна понятная инструкция о том, как заказать пластик



Банк XX

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_





**+ 45 слайдов**  
**в полной версии отчета**

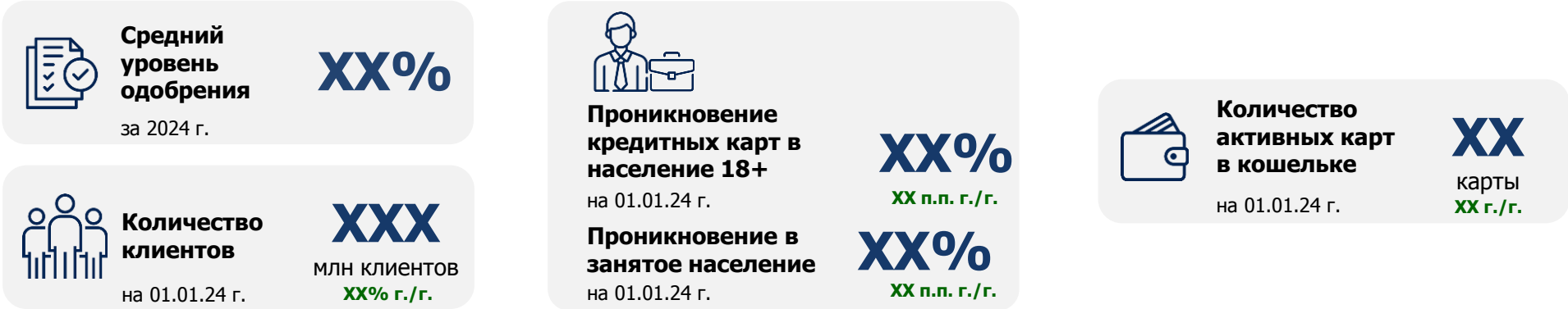
# **5      Оценка рынка кредитных карт**

Ключевые изменения рынка в 2023-1Q2024 гг.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

Рынок кредитных карт в цифрах

• ...



• ...

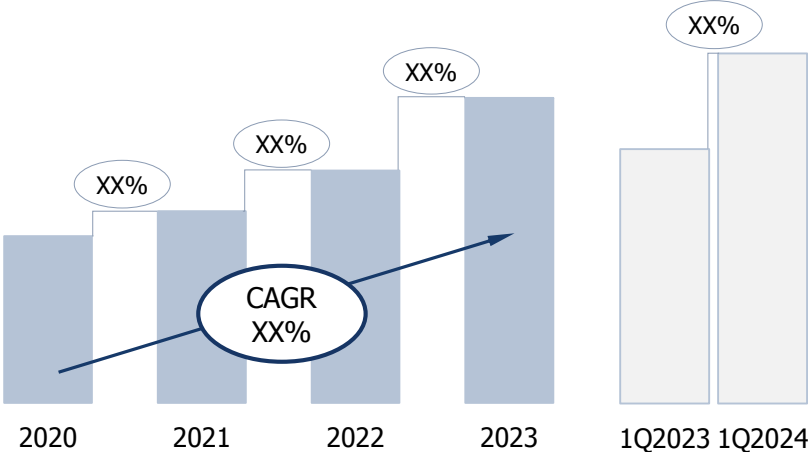


• ...

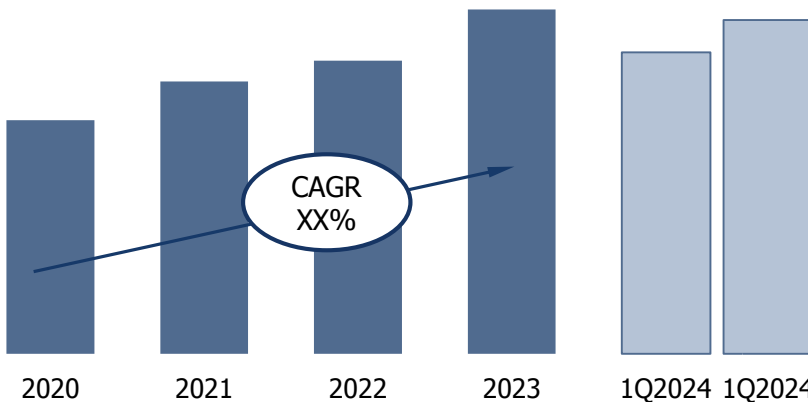


Портфель кредитных карт увеличился на ...

Портфель кредитных карт на конец года, млрд руб.



Средний чек задолженности по кредитным картам, руб.

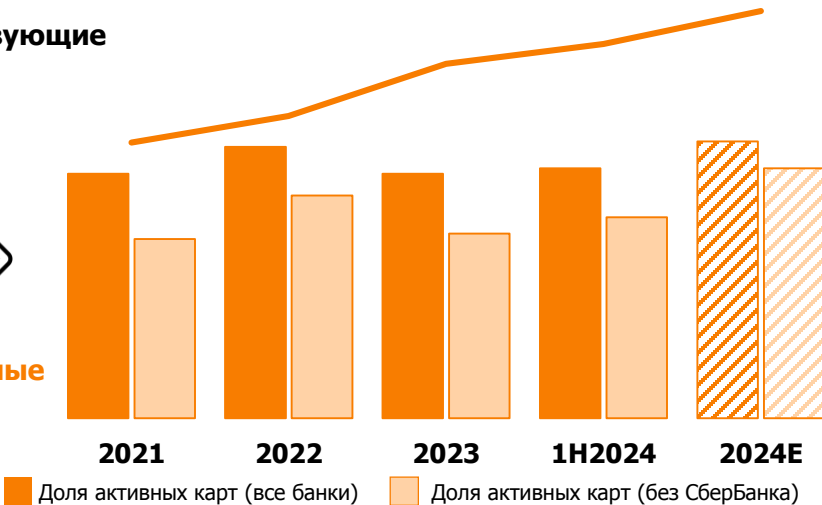


Выданные кредитные карты, млн шт. и доля активных карт, %

Действующие карты



Активные карты



**Изменение доли участников рынка кредитных карт по объему портфеля, %**

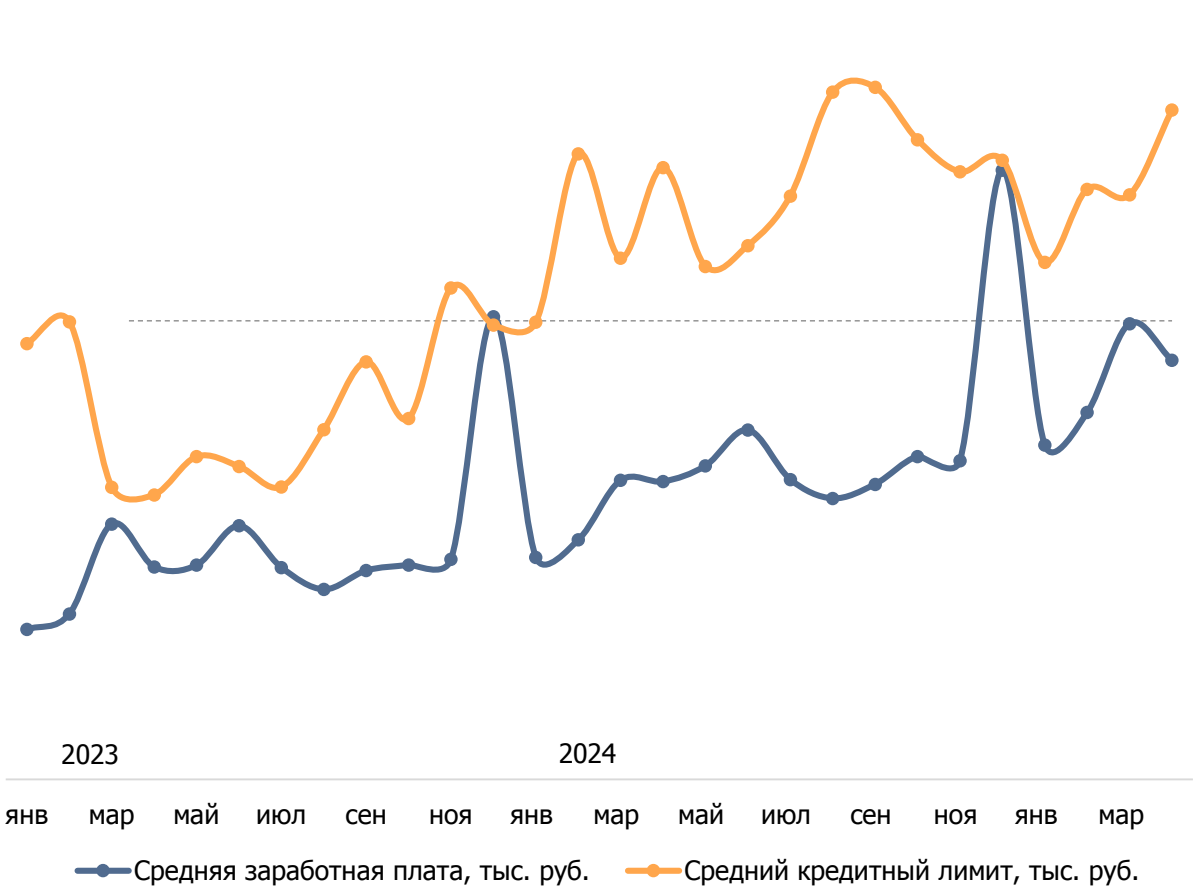
Nome	Score su 10, 01.01.2023	Score su 10, 01.06.2024	Δ, p.p.
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	5	5	-
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	9	9	10,0
	9	9	10,0
<b>Totale</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10,0</b>

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

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

# Средний лимит по кредитным картам ...

Средний размер кредитного лимита по вновь выданным кредитным картам и средняя номинальная начисленная заработная плата, тыс. руб.



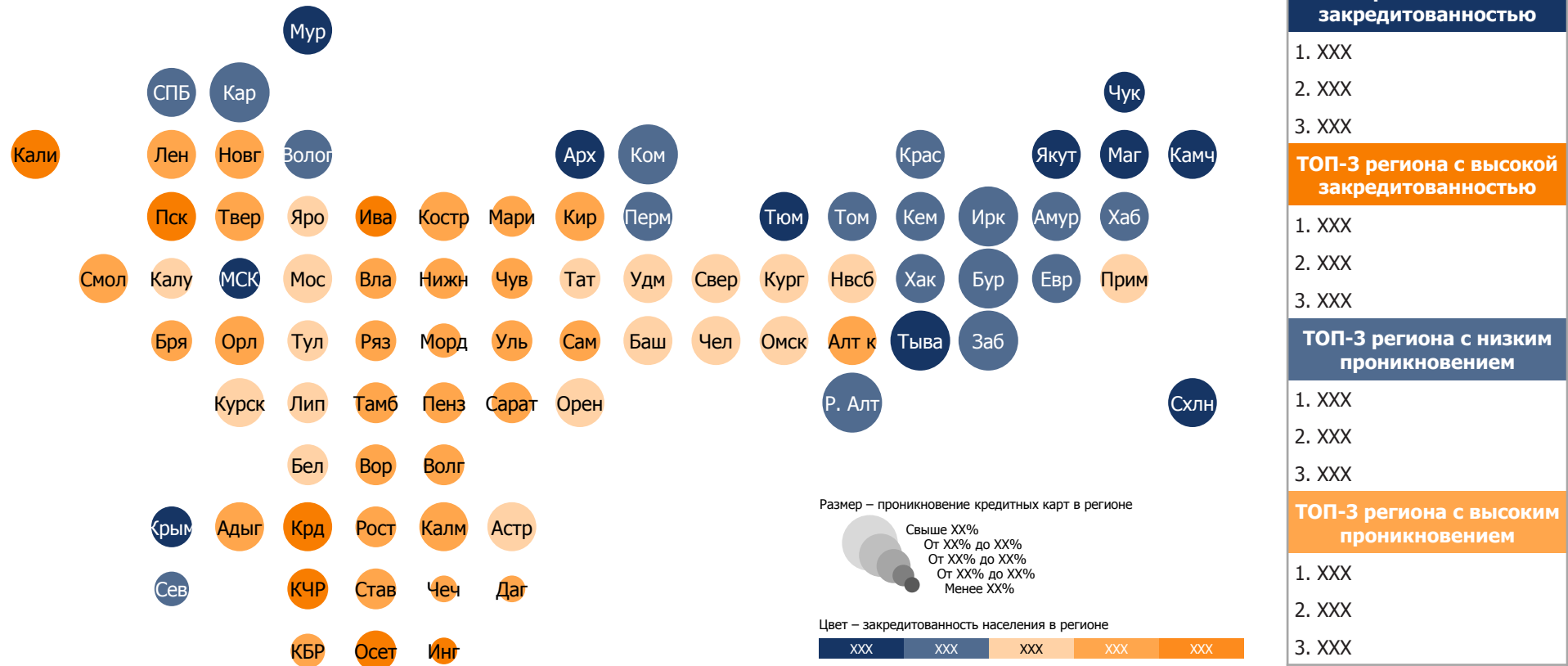
Сравнение среднего размера задолженности и среднего кредитного лимита, тыс. руб. на 01.05.2024 г.



Источник: НБКИ, ОКБ, «Скоринг Бюро», Росстат, Frank RG, 2024

Проникновение кредитных карт и закредитованность населения: карта России

Проникновение кредитных карт и закредитованность населения по регионам РФ, 2023



Проникновение кредитных карт = число держателей кредитных карт / численность занятого населения, %  
Закредитованность населения = средний размер долга по кредитной карте / средняя зарплата

Источник: Росстат, Банк России, Frank RG, данные на 01.07.2023



**+ 15 слайдов**  
**в полной версии отчета**

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

Ключевые выводы раздела

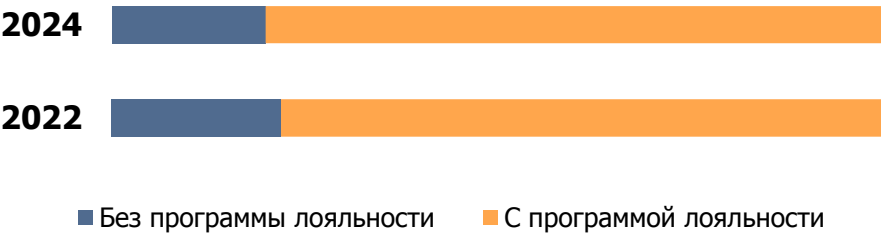
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9

Продуктовая линейка ...

Структура анализируемой линейки кредитных карт, доля карт различных типов, 2024\*

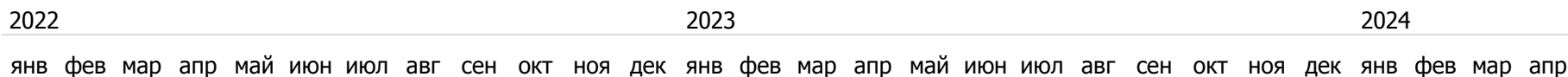


Распределение карт по наличию reward-программы, %



Источник: Frank RG, 2024  
\* - на 01.05.2024

### Динамика средних минимальных и максимальных процентных ставок по кредитным картам ТОП-25 банков, %



Источник: Банк России, Обзор финансовой стабильности, май 2024, Frank RG, 2024

Опции снятия наличных ... (2/2)

Банк	Флагманское предложение	Грейс-период для покупок, дней	Грейс-период для снятия наличных, дней	Грейс-период для переводов, дней	Грейс-период на рефинансирование, дней	Минимальный платеж
XXX	XXX					
	XXX					
	XXX					
	XXX					
XXX	XXX					
	XXX					
	XXX					
XXX	XXX		↑ ○ -	↓		
XXX	XXX		● 120			
XXX	XXX					
XXX	XXX					
XXX	XXX					
XXX	XXX					
XXX	XXX				Ⓐ	-
XXX	XXX					-
XXX	XXX					
XXX	XXX				● 180	
XXX	XXX	◐ 60				
XXX	XXX	● 120				
	XXX				○ -	

↑↓ - Рост / снижение срока

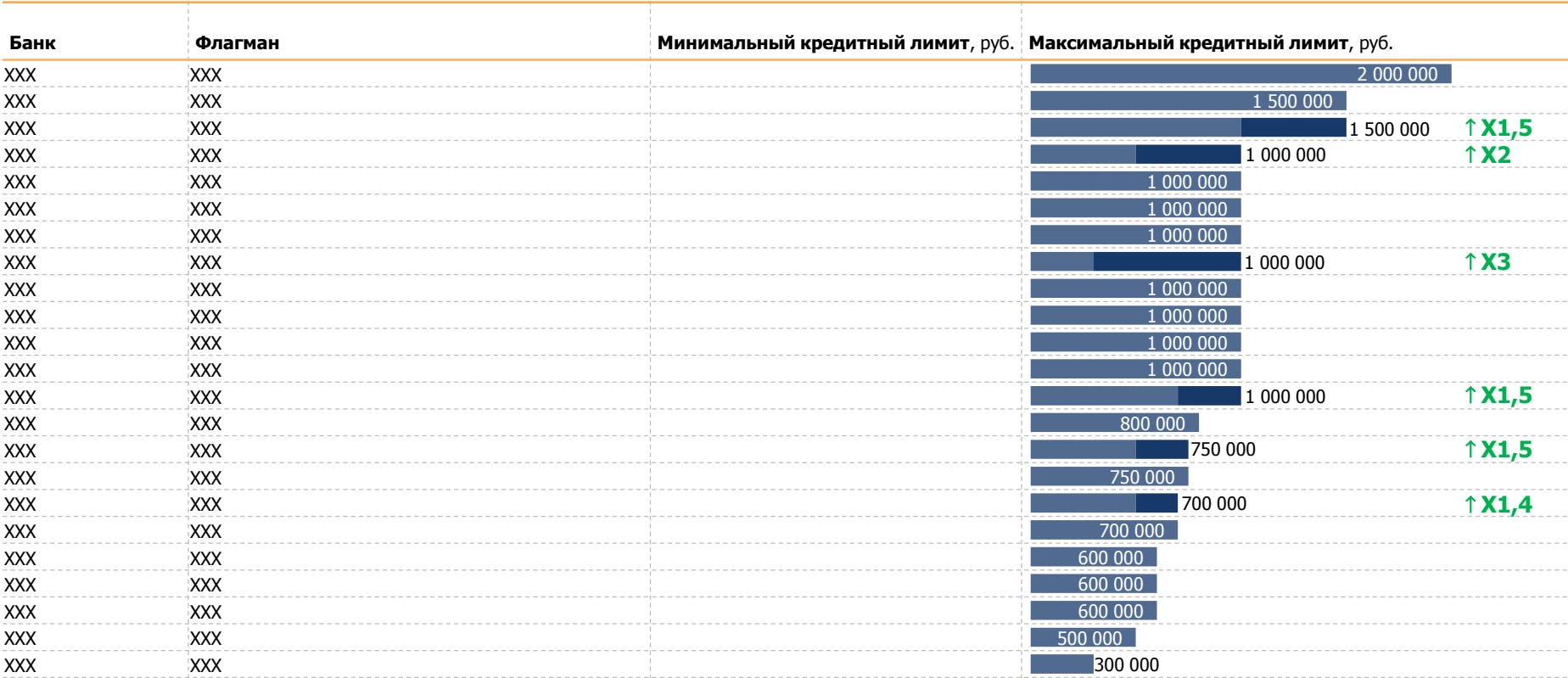
● - Длинный (от 3 мес)

◐ - Стандартный (<3 мес)

Ⓐ - В рамках акции

○ - Нет

Кредитные лимиты по массовым картам повысили банки, которые сфокусировались на привлечении высокодоходных клиентов



Минимальный кредитный лимит, 2022 г. Максимальный кредитный лимит, 2022 г. Максимальный кредитный лимит, 2024 г.



Только 5 банков предлагают клиентам специальную карту или опцию рассрочки

Карты рассрочки			NEW	Карты с опцией рассрочки		
Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX	Банк XXX
						
Собственная рассрочка: ...		Собственная рассрочка: ...	Собственная рассрочка: ...	Собственная рассрочка: ...	Собственная рассрочка: ...	Собственная рассрочка: ...
Рассрочка у партнеров: ...		Рассрочка у партнеров: ...			Рассрочка у партнеров: ...	Рассрочка у партнеров: ...
Дополнительно: ...		Дополнительно: ...		Дополнительно: ...	Дополнительно: ...	Дополнительно: ...



**+ 20 слайдов**  
**в полной версии отчета**

# Приложение. Тарифы

XX из XX банков имеют в линейке продукты ... (1/2)

Банк	Флагманское предложение	Комиссия за снятие наличных за счет собственных средств		Комиссия за снятие наличных за счет кредитного лимита		Лимит снятия наличных в день	Лимит снятия наличных в месяц
		В собственных банкоматах	В банкоматах других банков	В собственных банкоматах	В банкоматах других банков		
XXX	XXX	A					
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX			I			
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX						- Без ограничений
XXX	XXX						- Без ограничений
XXX	XXX						
XXX	XXX						- Без ограничений
XXX	XXX						- Без ограничений
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX						
XXX	XXX						

## Стоимость и reward-программы по кредитным картам: флагманы банков (1/3)

[illegible]

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

## **6.1 Анализ кредитных карт с reward-программами**

## Классификация reward-программ



### Cashback

#### Универсальный

Банк начисляет клиенту вознаграждение по единой процентной ставке (как правило, 1% – 1,5%) от всех безналичных POS-транзакций клиента.

**Пример:** УБРиР – «My Freedom» (с подпиской)

#### Целевой

В рамках программы предусмотрено повышенное начисление кешбэка в одной или нескольких категориях (например, «Рестораны», «Аптеки»). Категории могут быть фиксированными или меняться по усмотрению банка и/или клиента. Как правило, банки предлагают повышенный кешбэк в категории в дополнение к минимальному начислению на все покупки в размере 1%.

**Пример:** Банк ВТБ – «Карта возможностей»



### Гибридные

#### Сочетают в себе несколько механизмов работы

Reward-программы, которые сочетают в себе несколько механизмов/опций накопления и/или получения вознаграждения (например, cashback + целевая бонусная программа) выделены в отдельный самостоятельный класс.

**Пример:** Ак Барс – «Кредитная карта 115 дней», Сбербанк – программа «СберСпасибо»



### Бонусный cashback

#### Конвертация баллов в рубли на счет клиента

Вознаграждение зачисляется на счет клиента не автоматически, а требует участия клиента по переводу бонусов в рубли.

**Пример:** Альфа-Банк – «Целый год без %»

#### Компенсация покупок

**Реверсивный cashback** предполагает возврат денежных средств за уже совершенную покупку, выбранную клиентом.

**Пример:** Московский Кредитный Банк – «Можно больше»

#### Компенсация будущих или моментных покупок

позволяет клиенту в момент оплаты покупки полностью или частично расплатиться накопленными бонусами.

**Пример:** Кредит Европа Банк – «Card Credit Plus»



### Бонусные программы

#### Целевые бонусные программы

Трата полученных по программе бонусов в определенных установленных категориях товаров или услуг.

**Пример:** Т-Банк – «Drive»

#### Программы для путешественников

Целевые бонусные travel-программы с получением баллов вознаграждений авиа- и ж/д компаний и travel-агрегаторов.

**Пример:** Альфа-Банк – AlfaTravel, Тинькофф Банк «All Airlines»

#### Универсальные бонусные программы

Приобретение товаров за баллы на витрине / в каталоге банков.

**Пример:** Россельхозбанк – «Урожай»

## Основные тенденции развития рынка reward-программ в 2023 – 1H2024 гг. (1/2)



- XXX

---

---

---

---

---

---

---

---

---

- XXX

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- XXX

---

---

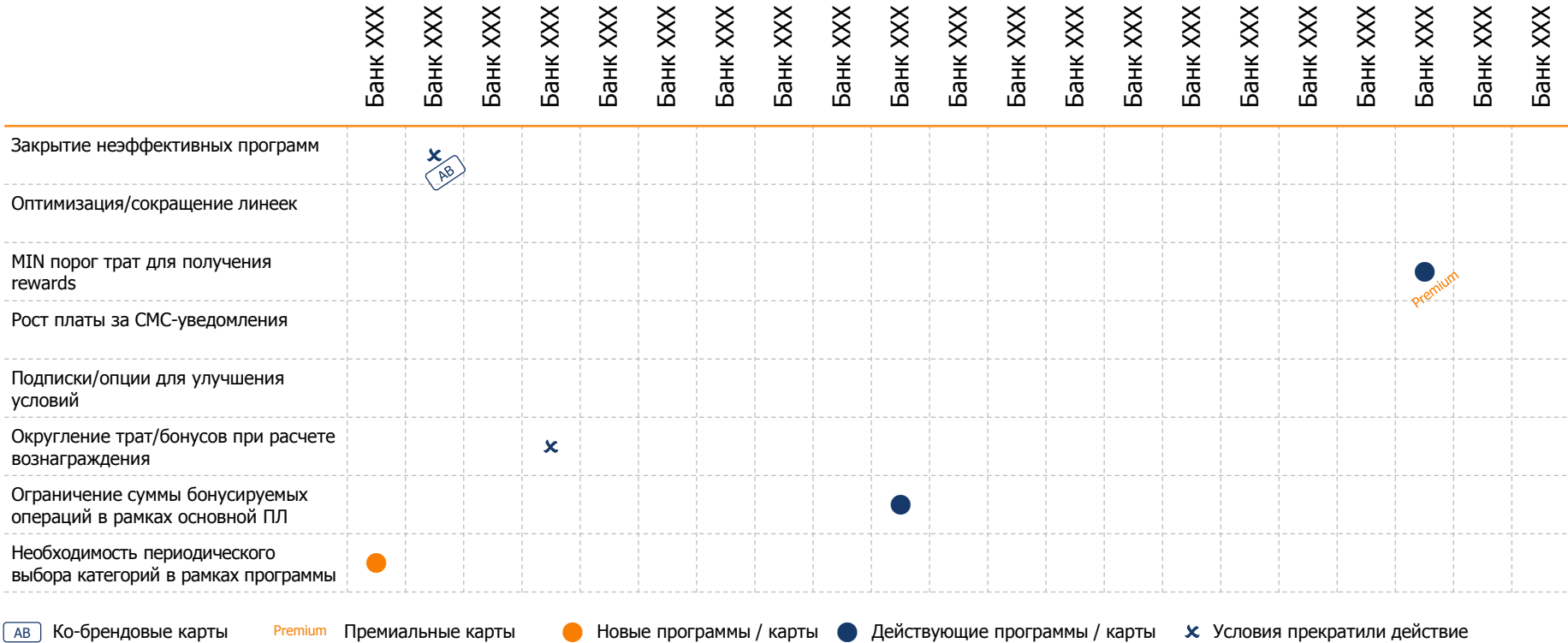
---

---

---



Банки оптимизируют собственные расходы на reward-программы за счет усложнения механик



Основные индикаторы рынка кредитных карт с reward-программами



Показатели	Массовый сегмент		Премиальный сегмент	
	2Q2024	Δ к 2Q2023	2Q2024	Δ к 2Q2023
Средний лимит начисления вознаграждения (cap rate), руб./мес.				
Средняя выгода**, % от трат				

- 
- 
- 
- 

\*\* - Средняя выгода – сумма всех доходов, полученных клиентом по карте, включая % на остаток и вознаграждение в рамках reward-программы, за вычетом расходов на обслуживание карты и смс-уведомления. Рассчитывается на основе модели Frank RG «Калькулятор лояльности» на различных профилях трат клиентов.

Средняя выгода ...

Выгода



Средняя выгода от использования кредитных карт с reward-программами, % от POS-оборота по карте

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



Mass сегмент



2022 2023 2024

Affluent сегмент

XX/23

банков имеют в линейке флагманские кредитные карты с подключенными reward-программами

XX/23

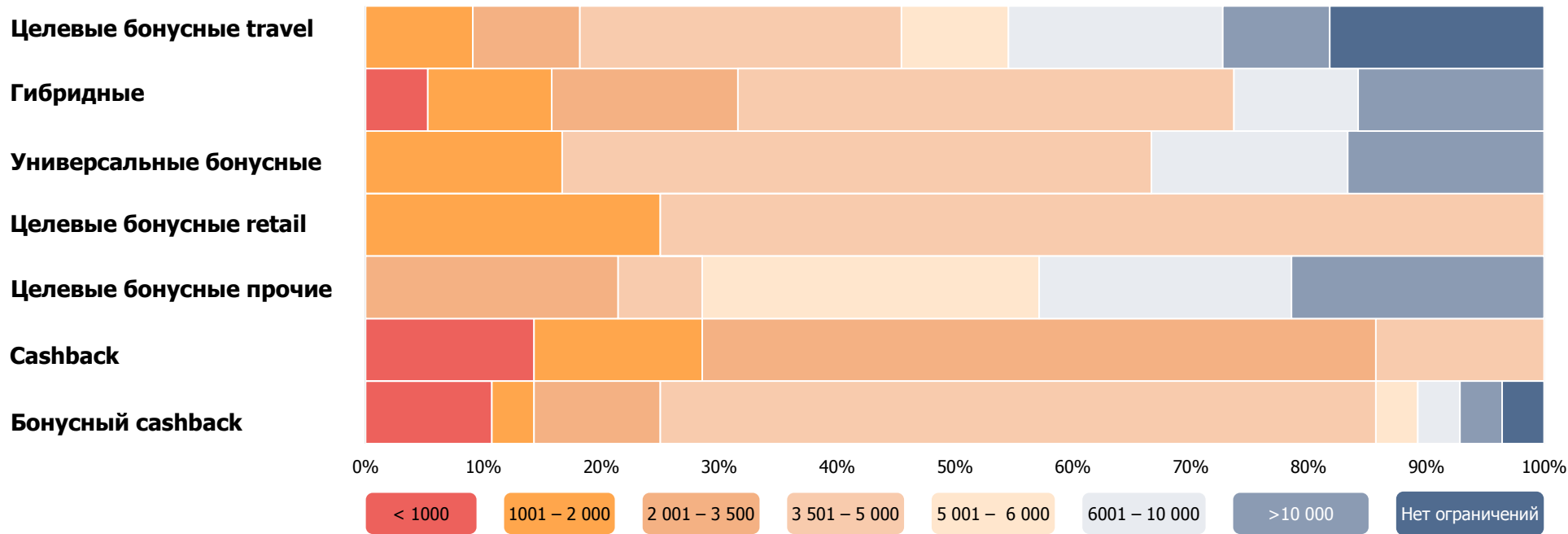
банков предлагают платное подключение / улучшение reward-программ по подпискам

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Ограничение суммы начисляемой выгоды: массовые карты (1/2)

Ограничения выгоды

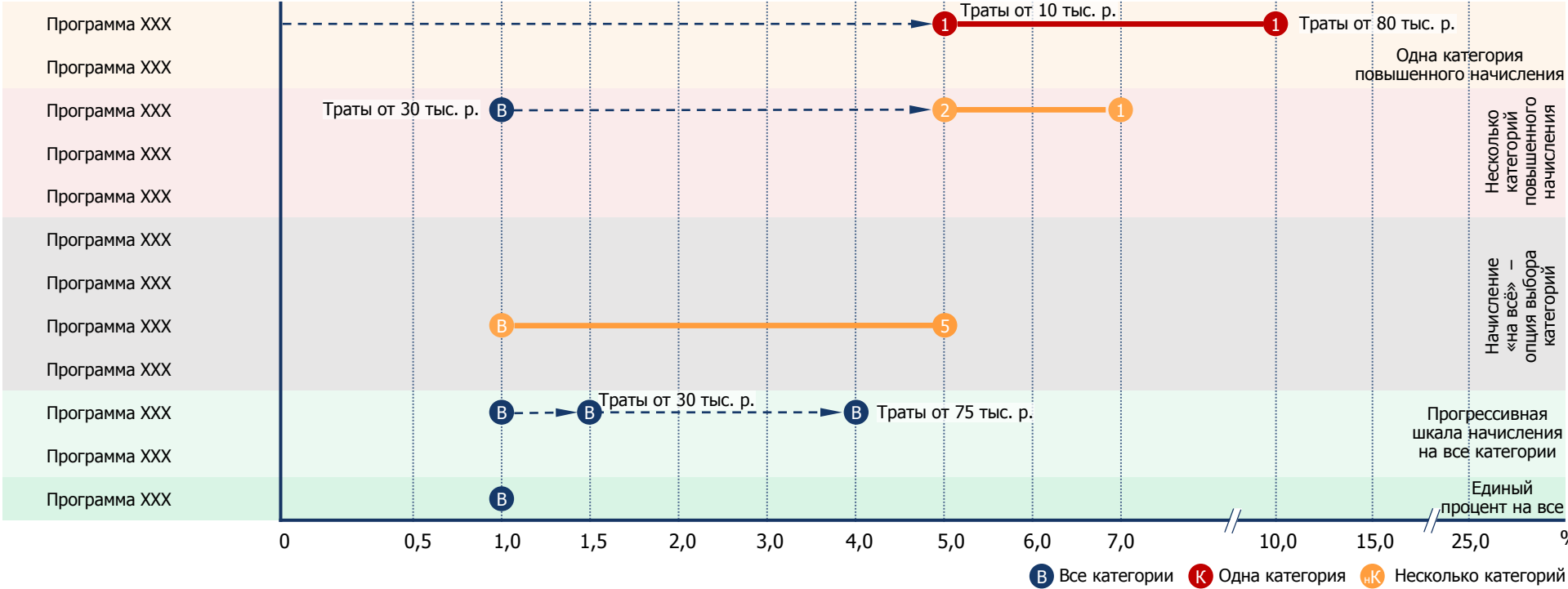
Распределение reward-программ по размеру ограничения суммы начисляемой выгоды в месяц (cap rate) в массовом сегменте, % от общего количества программ



Источник: Frank RG, 2024

Премиальные карты

Основные механики reward-программ премиальных флагманских кредитных карт



Источник: Frank RG, публичные тарифы банков на 01.07.2024, без учета партнерских начислений

**+ 18 слайдов**  
**в полной версии отчета**

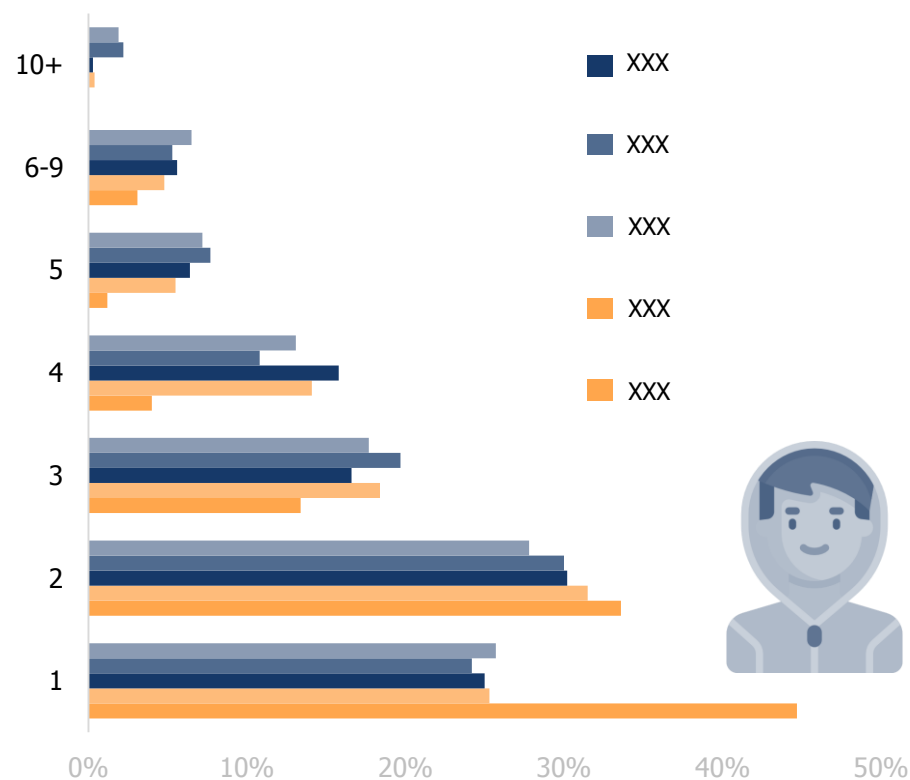
## **6.2    Международный опыт и тренды развития рынка кредитных карт в 2023-2024 гг.**

Тренды рынка кредитных карт 2023-2024

1	
2	
3	
4	
5	
6	



### 3 Зумеры готовы ..., но ...



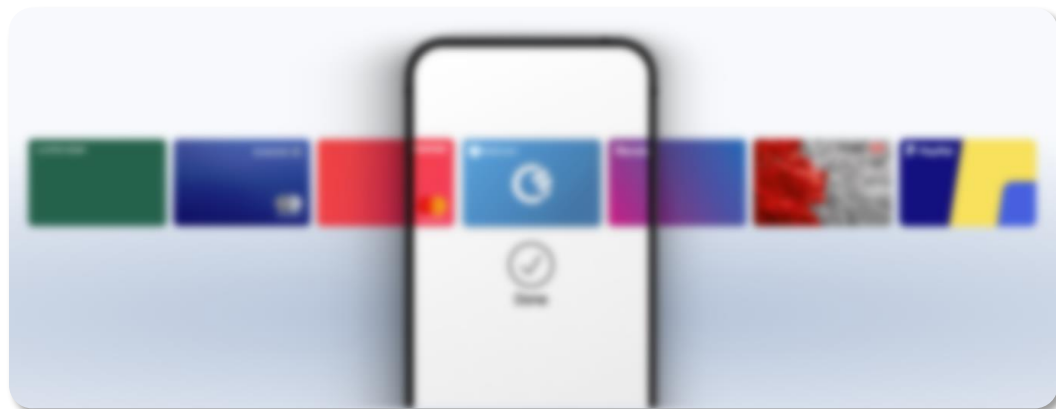
Источник: PYMNTS and Elan Financial Services, Credit Card Use During Economic Turbulence, 2023, Federal Reserve Bank of New York, Household Debt and Credit Report, 2024, OECD, PISA 2022 Results, 2024, CollegeFinance, College Student Debt and Credit Card Usage, 2021

## 6 Case study: Приложение ...

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Функции XXX:

- XXX –
- XXX –
- XXX –














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

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

*Раздел предоставляется дополнительно*

## **8      Анализ предпочтений клиентов по кредитным картам. Voice of the Customer**

Методика и участники клиентского опроса

Список банков-участников	
 <b>Альфа Банк</b>	Альфа-Банк
 <b>ВТБ</b>	ВТБ
 <b>ГАЗПРОМБАНК</b>	Газпромбанк
 <b>МТС БАНК</b>	МТС Банк
 <b>отпбанк</b>	ОТП Банк
 <b>ПСБ</b>	ПСБ
 <b>РоссельхозБанк</b>	Россельхозбанк
 <b>СБЕР БАНК</b>	СберБанк
 <b>Т БАНК</b>	Т-Банк
 <b>УБРиР</b>	УБРиР
 <b>Уралсиб</b>	Банк Уралсиб



**Период проведения опроса:** апрель-июнь 2024 г.



**Количество полностью заполненных анкет:** 6 490 штук (в том числе 5 172 анкет клиентов массового и 1 318 анкет клиентов affluent сегмента, обслуживающихся в премиальном канале).



**География:** все регионы РФ.



**Целевая аудитория:** активные держатели кредитных карт.



**Формат опроса:** онлайн-опрос

Опрос проводился среди «активных» клиентов – держателей кредитных флагманских карт, по которым за последние 90 дней прошла хотя бы одна расходная транзакция или пополнение, инициированное клиентом.

Флагманская кредитная карта – кредитная карта, предлагаемая новым клиентам в настоящее время (по состоянию на 1 февраля 2024 г.). Не учитываются партнерские карты (ко-бренды), а также выданные ранее карты с не истекшим сроком действия, но выведенные из активного предложения новым клиентам по состоянию на 1 февраля 2024 г. (за исключением случаев замены флагамена / продуктовой линейки в последние 3 месяца).

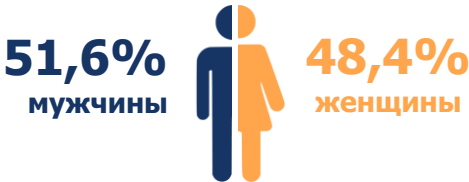
В 9 банках-участниках был проведен опрос собственной клиентской базы (размер выборки – не менее 100 полностью заполненных анкет по каждому банку). Опрос проводился по единой анкете и методике (одинаковые вопросы, одинаковые критерии выборки).

Данные по двум банкам (СберБанк и ВТБ) были собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.

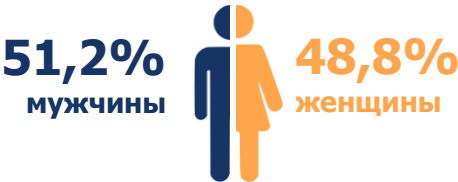
Социально-демографические характеристики выборки (1/2)

Распределение по полу

Участники опроса



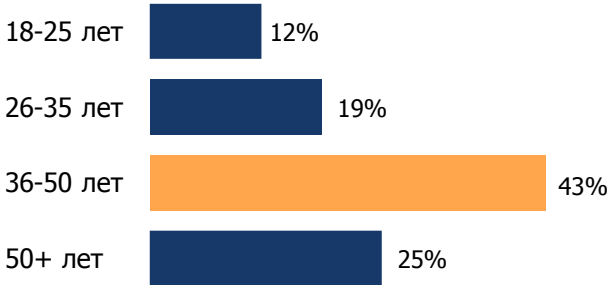
Генеральная совокупность (Росстат)



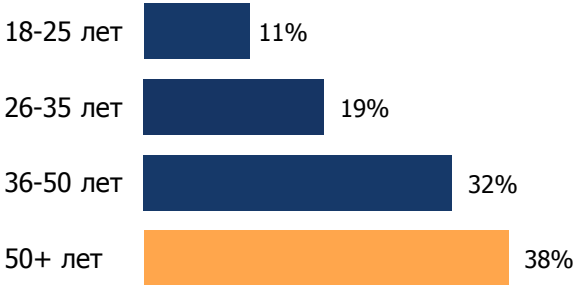
- В структуре выборки клиентского опроса держателей кредитных карт 51,6% мужчин и 48,4% женщин, что в целом соответствует генеральной совокупности по данным Росстата — 51,2% мужчин и 48,8% женщин.
- Возрастное распределение респондентов приближено к распределению Росстата, значительное смещение выборки встречается в группе от 36 до 50 лет и в группе от 50 лет. Это не должно оказывать существенного влияния на интерпретацию результатов опроса, поскольку население старше 50 лет менее активно пользуется банковскими услугами, тогда как клиенты от 26 до 50 лет являются целевой аудиторией кредитных карт, проявляют самый большой интерес к банковским кредитным картам и активно ими пользуются.

Распределение по возрасту

Участники опроса



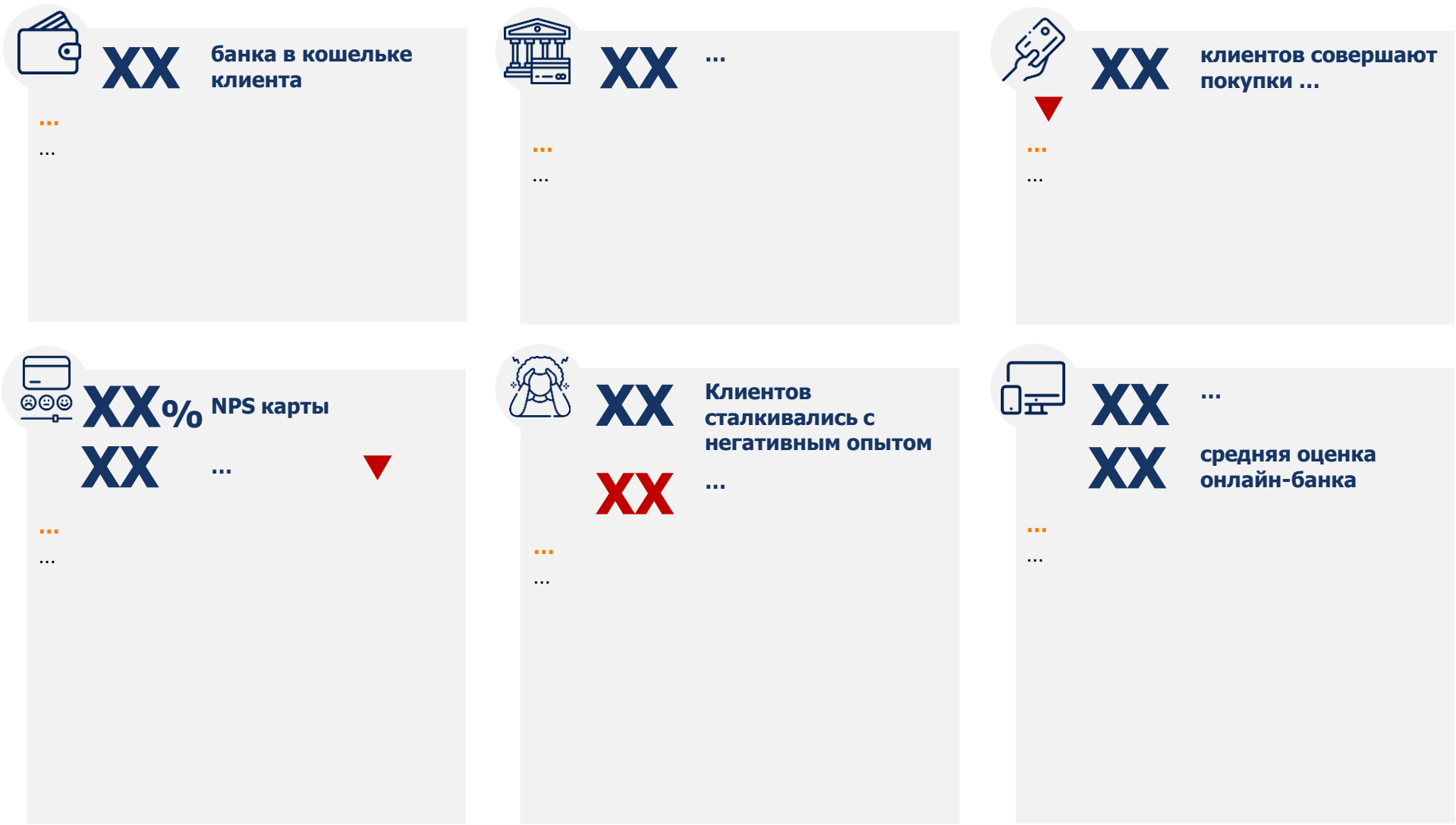
Генеральная совокупность (Росстат)



## **8.1 Результаты онлайн-опроса активных держателей кредитных карт массового сегмента**



Ключевые выводы раздела



**Как у вас появилась кредитная карта?, % респондентов (mass сегмент)**

[illegible]

● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

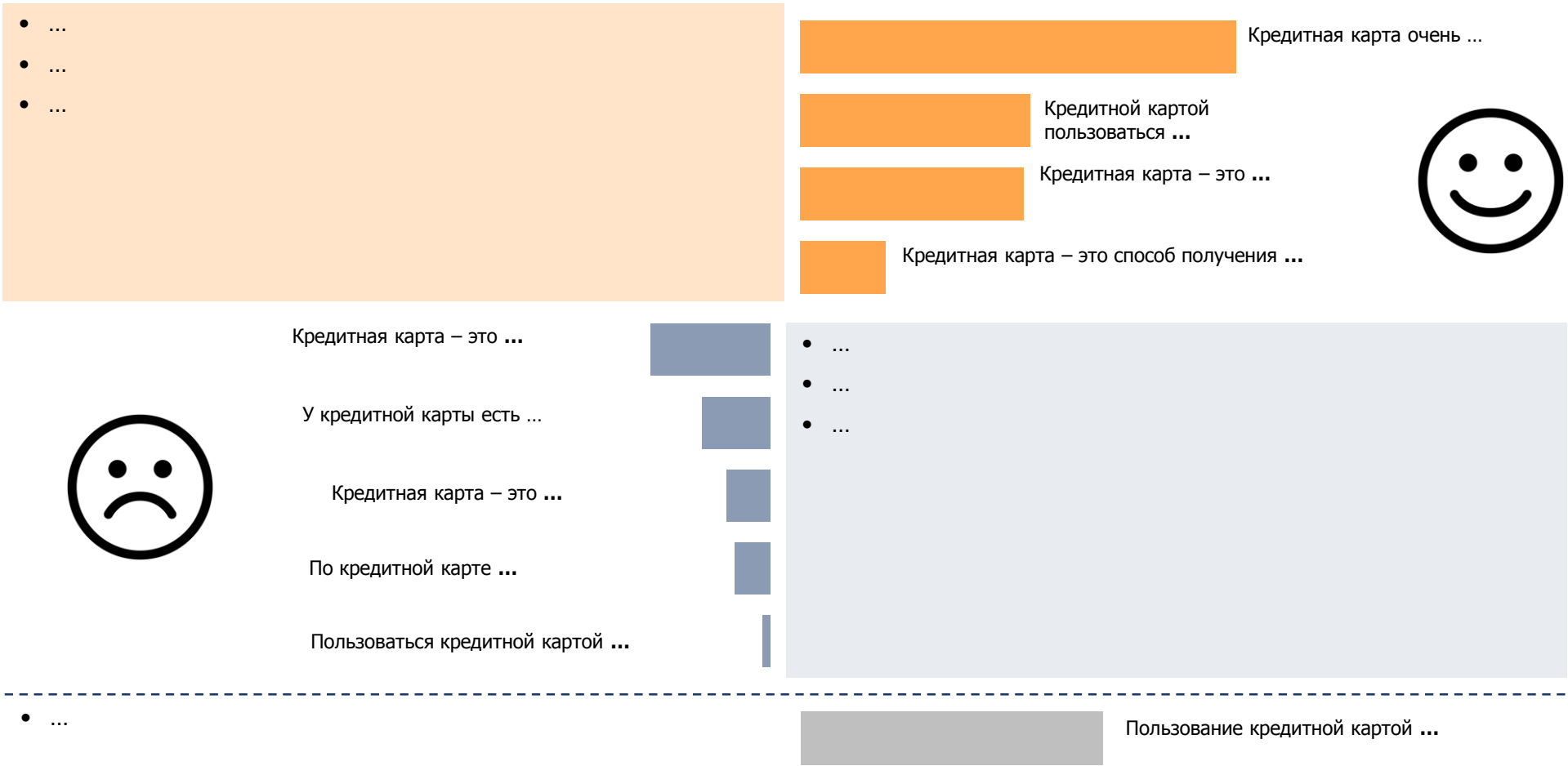
● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\*Данные собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 5 000+ держателей активных кредитных карт (массовый сегмент), 2024

Большинство владельцев кредитных карт имеют ...

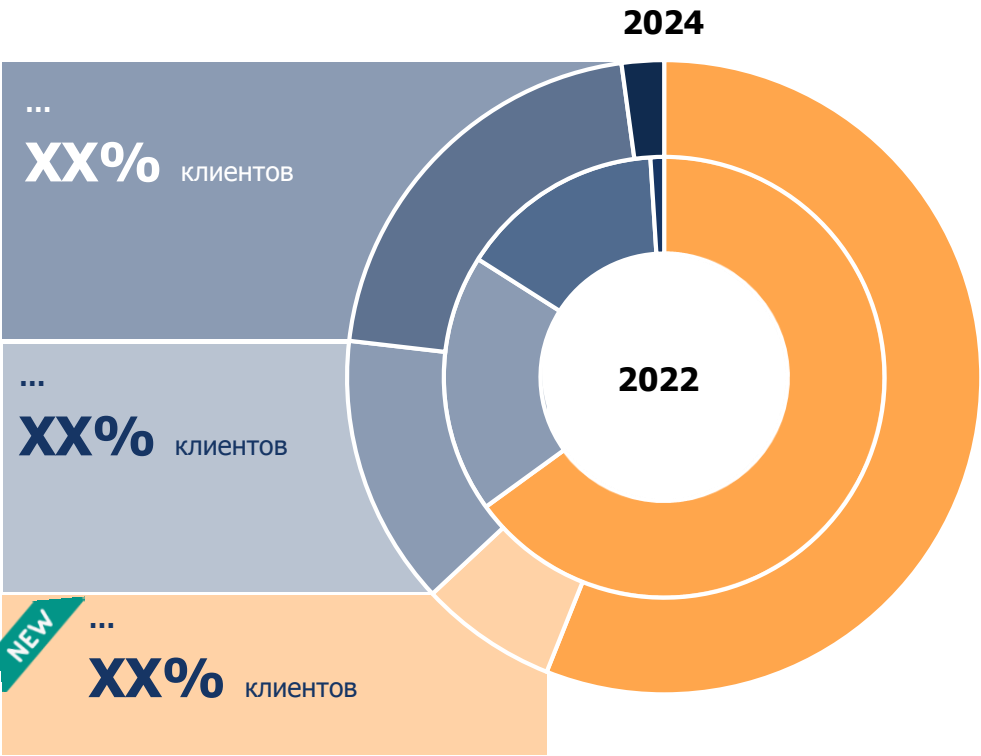
С чем у вас ассоциируется кредитная карта?, % респондентов (mass сегмент)



Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 5 000+ держателей активных кредитных карт (массовый сегмент), 2024

XX% клиентов считают, что укладываются в грейс-период

Как вы обычно погашаете задолженность по своей кредитной карте,  
% респондентов (mass сегмент)

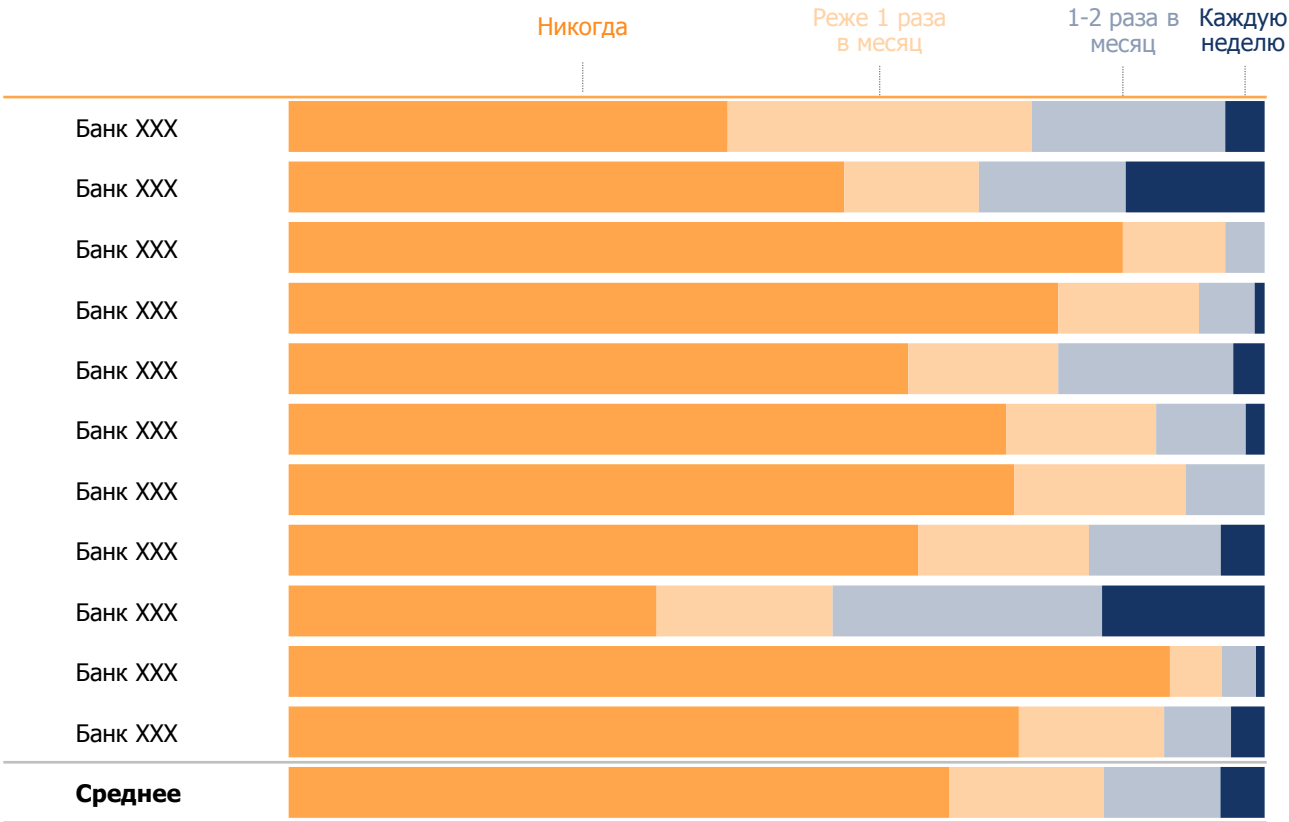


...  
XX% клиентов

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

В среднем XX% клиентов снимают наличные / совершают переводы ежемесячно

Как часто вы снимаете наличные / переводите деньги на другие карты / счета (за счет кредитного лимита) по кредитной карте?, % респондентов (mass сегмент)



\*Данные собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.  
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 5 000+ держателей активных кредитных карт (массовый сегмент), 2024

## Факторы выбора кредитной карты: критерии важности в разрезе банков

**Критерии важности при выборе кредитной карты**, баллов по 10-балльной шкале (mass сегмент)

[illegible]

\*Данные собраны путем панельного опроса, организованного Frank RG самостоятельно.

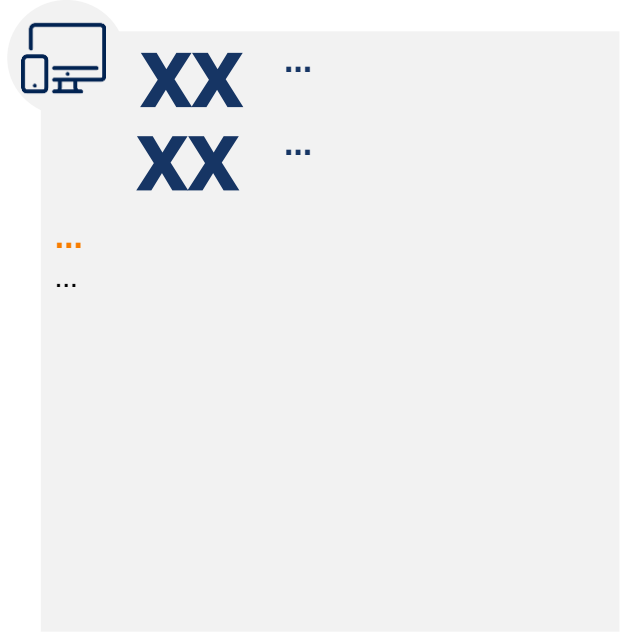
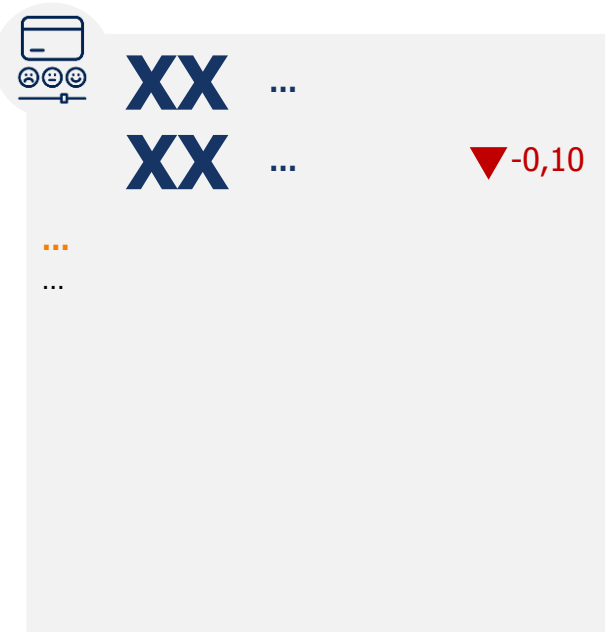
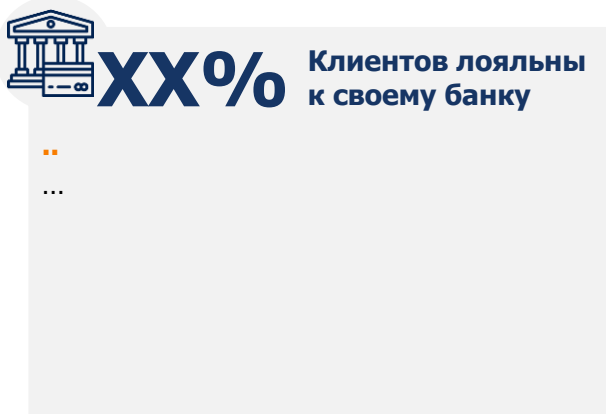
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 5 000+ держателей активных кредитных карт (массовый сегмент), 2024

**+ 49 слайдов**  
**в полной версии отчета**

## **8.2 Результаты онлайн-опроса активных премиальных держателей кредитных карт**

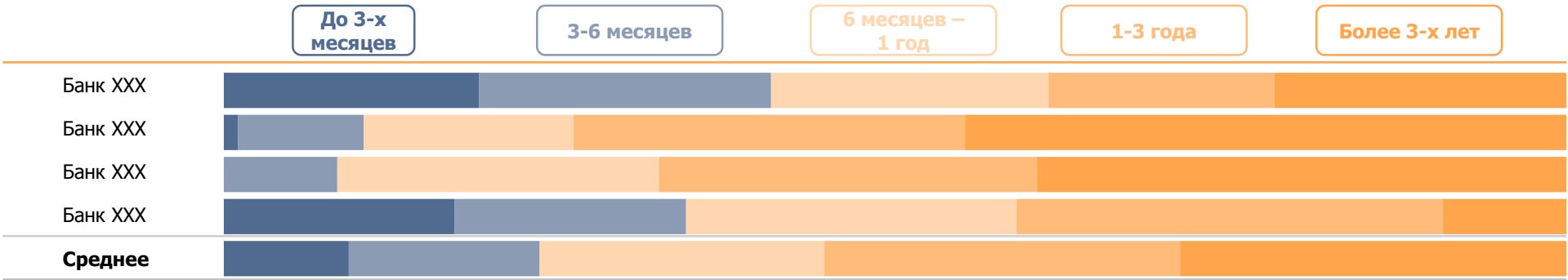


Ключевые выводы раздела

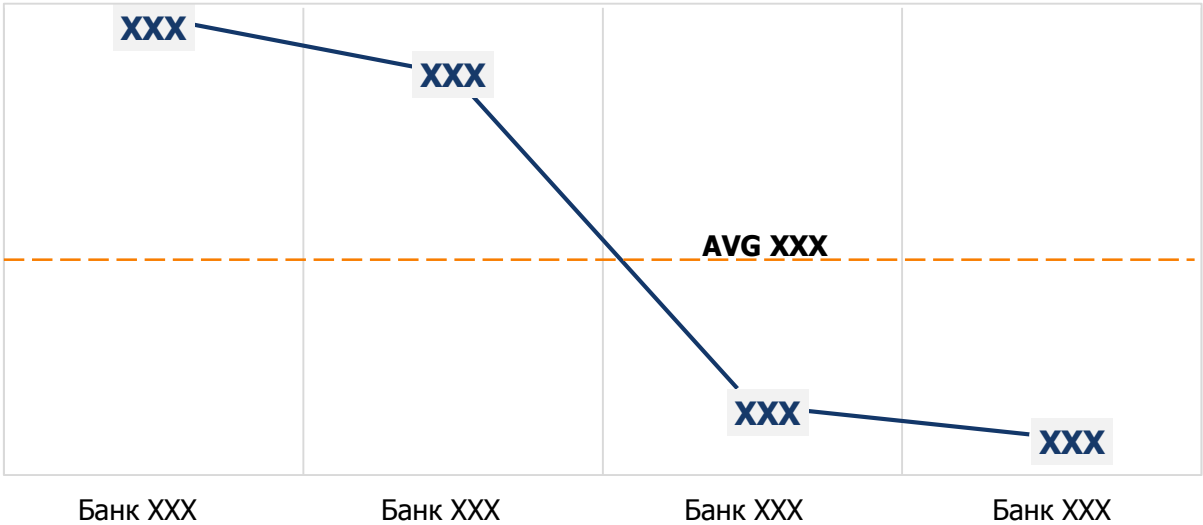


Более XX% клиентов пользуются кредитной картой свыше XX лет

Как долго вы пользуетесь кредитной картой банка?, % респондентов (preм сегмент)



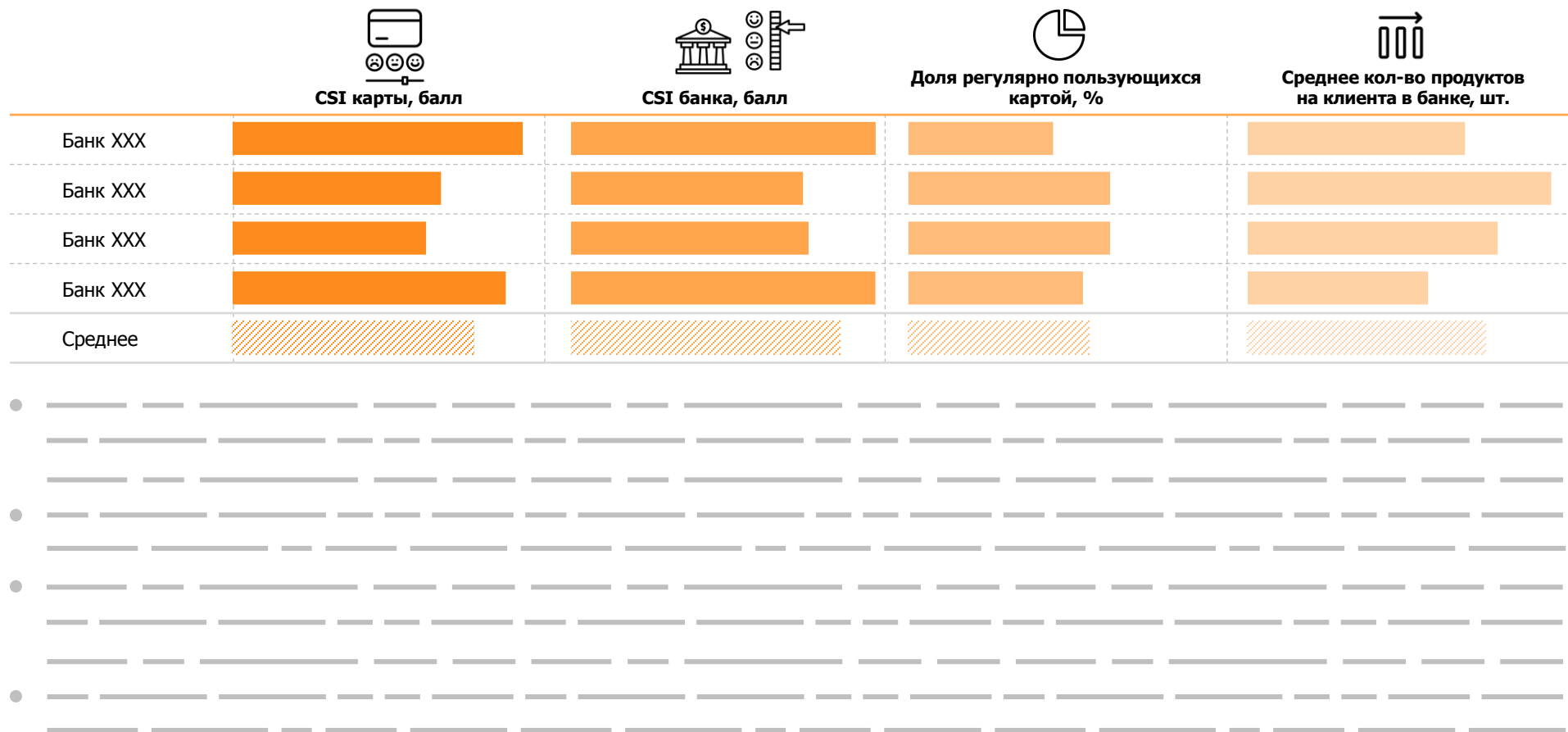
Средний срок жизни клиентов в банках, лет (preм сегмент)



- — — — —
  - — — — —
  - — — — —
  - — — — —
  - — — — —
- — — — —
  - — — — —
  - — — — —
  - — — — —
  - — — — —

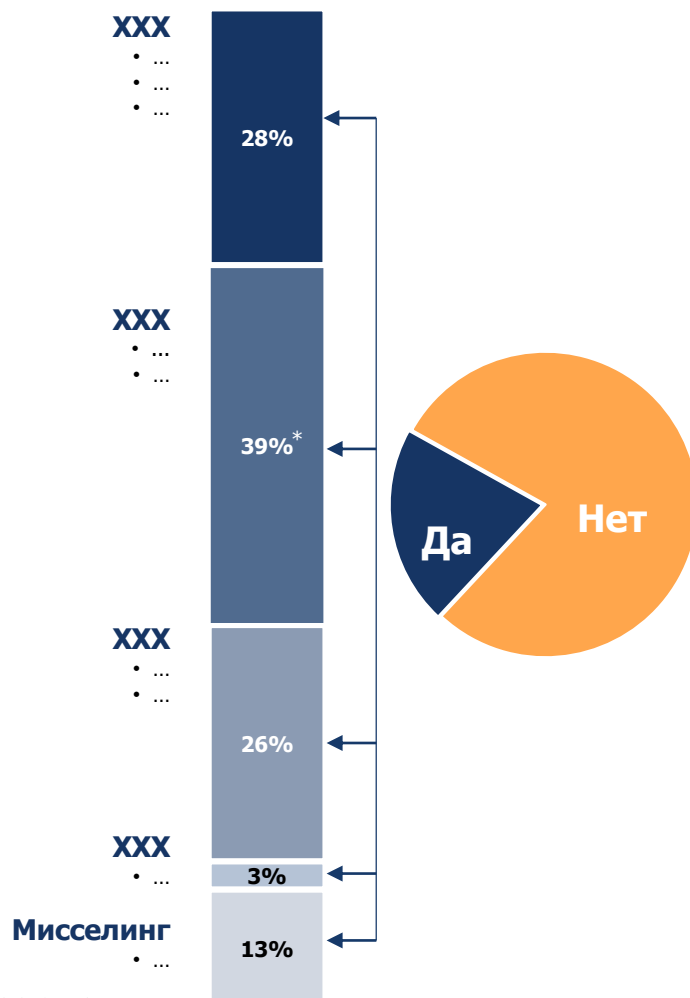
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 1300+ держателей активных кредитных карт affluent-сегмента, 2024

## Банк ХХХ – лидер по удовлетворенности картой и банком среди клиентов высокодоходного сегмента



## XX% клиентов не сталкивалось с трудностями при использовании карты

**Сталкивались ли вы с негативными ситуациями при использовании кредитной карты?**, % респондентов (prem сегмент)



\*Есть вероятность погрешности в +/- 1% в результате округления

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 1300+ держателей активных кредитных карт affluent-сегмента, 2024

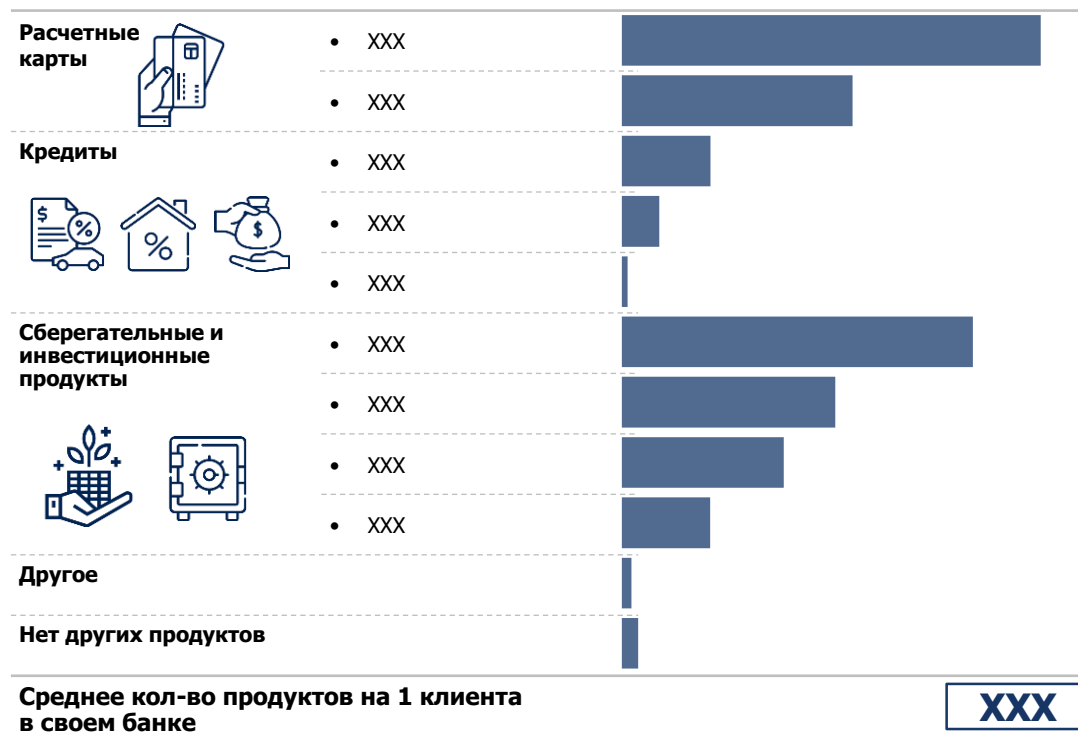
● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

**Кросс-селл. В среднем каждый клиент в премиальном канале имеет более XX продуктов в банке (1/2)**

**Есть ли у вас действующие банковские продукты в банке?,  
% респондентов (prem сегмент)**



● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

● \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**+ 43 слайда**  
**в полной версии отчета**

## **8.3 Результаты онлайн-опроса клиентов, не являющихся держателями кредитных карт**

## Методика и участники клиентского опроса



**Период проведения опроса:** апрель 2024 г.



**Количество полностью заполненных анкет:** 1 000 анкет.



**География:** все регионы РФ.



**Целевая аудитория:** респонденты в трудоспособном возрасте (18-65), у которых отсутствуют действующие кредитные карты и карты рассрочки. Доля респондентов из Москвы и Московской области – не более 30%.



**Формат опроса:** панельный онлайн-опрос.

Целью исследования было выявление предпочтений и поведения клиентов, не использующих кредитные карты, а также анализ причин отказа от использования данных продуктов и потенциальные факторы, которые могли бы мотивировать их к оформлению кредитных карт в будущем.



Большинство респондентов, не имеющих кредитных карт, ...

Пользовались ли вы когда-нибудь кредитной картой или картой рассрочки?, % респондентов



Оцените свой опыт пользования кредитной картой / картой рассрочки, % пользователей кредитных карт

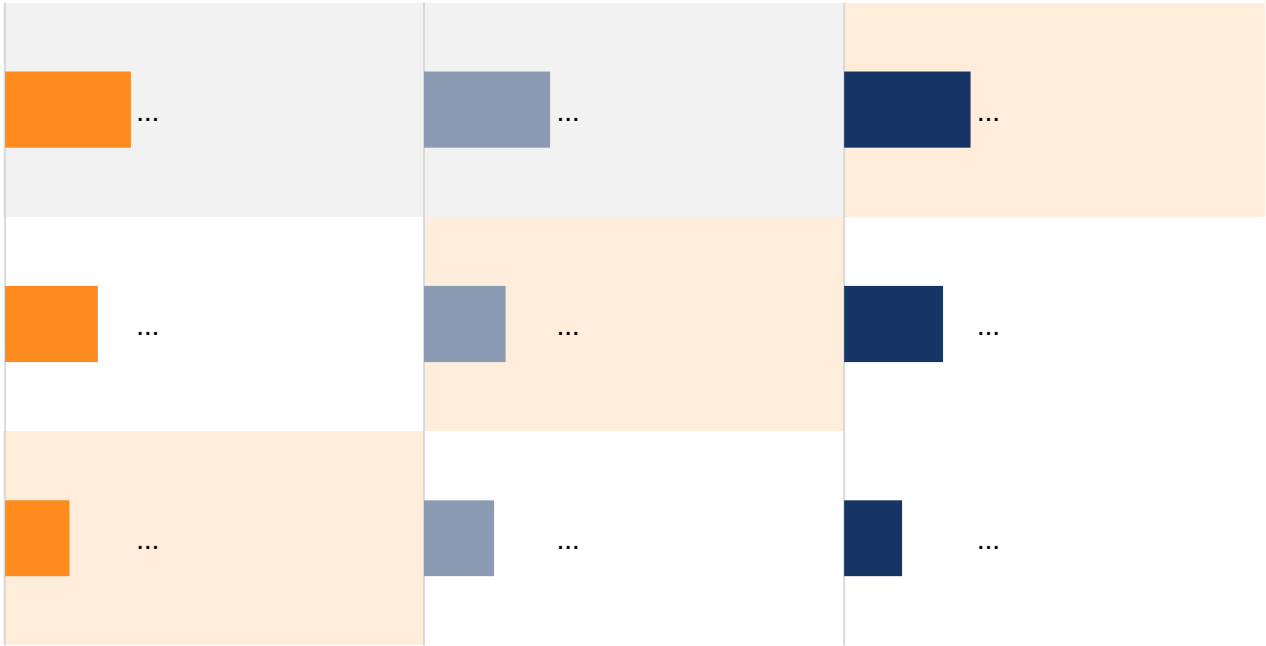


Four sets of horizontal dashed lines for text input.

...

ТОП-3 причин отказа от использования кредитных карт, % из тех, кто пользовался кредитной картой или картой рассрочки

Позитивный опыт	Нейтральный опыт	Негативный опыт
-----------------	------------------	-----------------



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

Финансовая грамотность и финансовые привычки населения

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

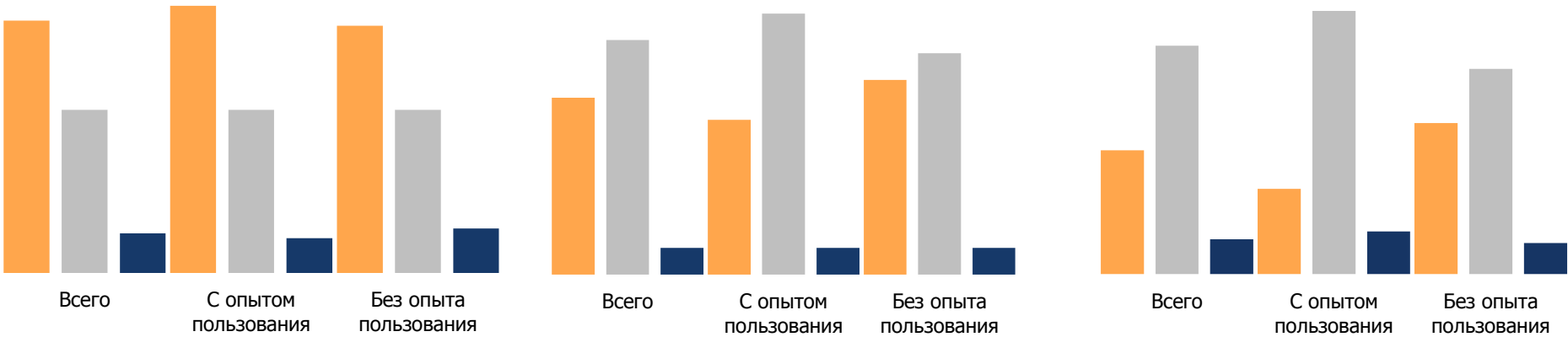
Рациональность vs. Спонтанность



Знаете ли вы точную сумму своего заработка/дохода в месяц?, % респондентов

Планируете ли вы свои расходы заранее?, % респондентов

Часто ли деньги у вас заканчиваются неожиданно?, % респондентов

















Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса 1 000+ не-клиентов кредитных карт, 2024

**+ 22 слайда**  
**в полной версии отчета**

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

Участники экспертных интервью

Список банков-участников	
	Альфа-Банк
	Газпромбанк
	Кредит Европа Банк
	МТС Банк
	ОТП Банк
	Почта Банк
	ПСБ
	Райффайзен Банк
	Россельхозбанк
	СберБанк
	Т-Банк
	Банк Уралсиб
	УБРиР
	Финдоставка
	Финуслуги

Основные обсуждаемые темы:

...

Ключевые тренды рынка

В продуктах



...



...



...




...




...


В поведении клиентов




...




...



...




...

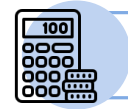


...


В политике банков




...




...



...



...



...



В этом разделе представлены ключевые тренды рынка, которые формируют основу для анализа поведения клиентов и политики банков. Эти тренды являются результатом экспертных интервью с руководителями подразделений кредитных карт, проведенных в 2024 году.

Важно отметить, что эти тренды являются обобщенными и могут отличаться в зависимости от конкретных условий рынка и поведения отдельных банков. Однако они служат основой для дальнейшего анализа и разработки стратегий.

Для получения более подробной информации о каждом из этих трендов и их влиянии на рынок кредитных карт, пожалуйста, обратитесь к соответствующим разделам отчета.

В этом разделе представлены ключевые тренды рынка, которые формируют основу для анализа поведения клиентов и политики банков. Эти тренды являются результатом экспертных интервью с руководителями подразделений кредитных карт, проведенных в 2024 году.

Важно отметить, что эти тренды являются обобщенными и могут отличаться в зависимости от конкретных условий рынка и поведения отдельных банков. Однако они служат основой для дальнейшего анализа и разработки стратегий.

Для получения более подробной информации о каждом из этих трендов и их влиянии на рынок кредитных карт, пожалуйста, обратитесь к соответствующим разделам отчета.

В этом разделе представлены ключевые тренды рынка, которые формируют основу для анализа поведения клиентов и политики банков. Эти тренды являются результатом экспертных интервью с руководителями подразделений кредитных карт, проведенных в 2024 году.

Важно отметить, что эти тренды являются обобщенными и могут отличаться в зависимости от конкретных условий рынка и поведения отдельных банков. Однако они служат основой для дальнейшего анализа и разработки стратегий.

Для получения более подробной информации о каждом из этих трендов и их влиянии на рынок кредитных карт, пожалуйста, обратитесь к соответствующим разделам отчета.

## Типичный портрет держателя кредитной карты

пол:

...

возраст:

...

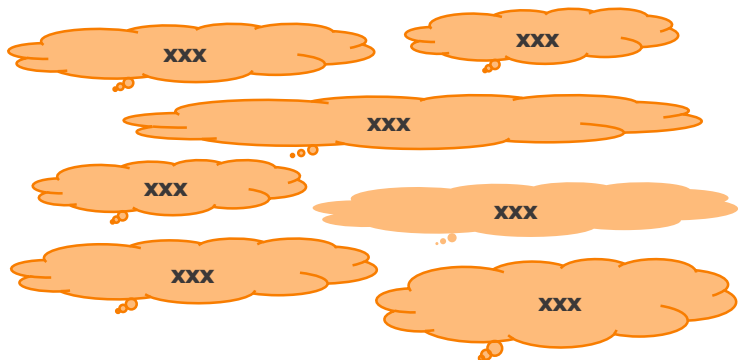
О себе:

...

...

...

### Кому банки хотели бы выдавать кредитные карты:



Источник: Frank RG, экспертные интервью с руководителями подразделений кредитных карт, 2024



For more information regarding this, or any of our other services, please contact us at 1-800-368-2772. We are a 100% employee-owned company and we are committed to providing the highest quality service to our customers. We are also committed to providing a safe and healthy work environment for our employees. We are a member of the National Association of Manufacturers and the National Association of Manufacturers of the United States.

These companies, with a few exceptions, represent companies without significant U.S. assets or U.S. operations, or whose U.S. assets and operations are not a significant part of their overall business. To view a complete list of these companies, please visit [www.irs.gov/efile](http://www.irs.gov/efile).

[illegible][illegible]

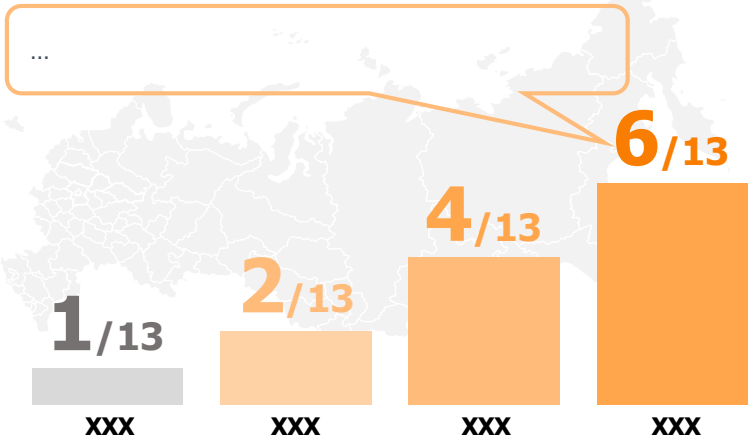
the university is giving opportunities to act as an art adviser (unpaid), and we are in discussion, possibly, to appoint one or two unpaid artist advisers to encourage arts. We are also aiming to act as an unpaid artists' agent, too. It is also planned to do a promotional art show.


### Neurophysiology of the human visual system



...

Распространенность моделей доставки по банкам



 ...

 ...

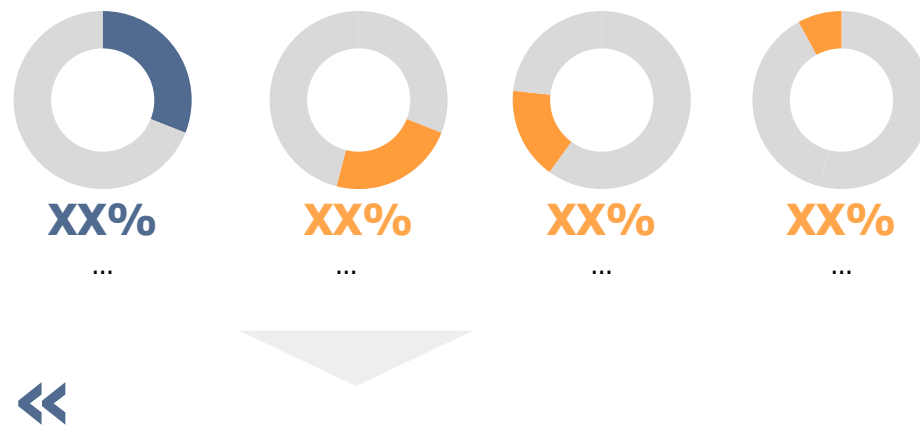
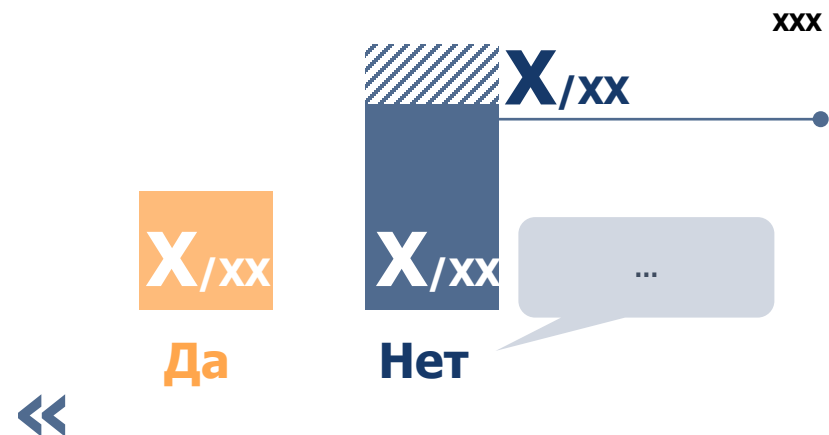
 ...



## Рефинансирование карт ...

### Есть ли у вас опция рефинансирования по кредитным картам?

**Видите ли вы риски перетока клиентской базы, неплатежей,**  
 % ответов экспертов



Источник: Frank RG, экспертные интервью с руководителями подразделений кредитных карт, 2024

**+ 22 слайда**  
**в полной версии отчета**

# **10      Рейтинг кредитных карт**

## **Содержание**

1. Методология интегрального рейтинга
2. Номинации и победители Frank Credit Cards Award 2024
3. Интегральный рейтинг кредитных карт и рейтинги, включенные в номинации
4. Рэнкинги отдельных компонентов интегрального рейтинга:
  - Рейтинг клиентской активности и удовлетворенности
  - Рейтинг удобства клиентского пути
  - Рейтинг удобства дистанционных каналов обслуживания
  - Рейтинг динамических показателей портфеля
  - Рейтинг тарифных условий
5. Рэнкинг выгоды кредитных карт
  - Рэнкинг общей выгоды
  - Рэнкинг выгоды reward-программ
  - Рэнкинг выгоды льготного периода

# Методология расчета рейтинга кредитных карт

# Рейтинг кредитных карт

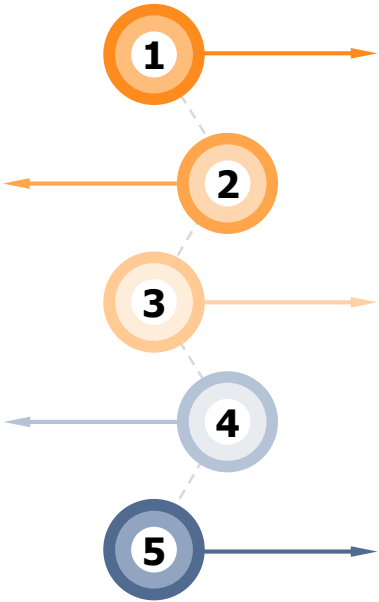
## Интегральный рейтинг

Расчет рейтинга банковских карт с reward-программами для главных номинаций осуществлялся в несколько этапов.

### Этапы составления рейтинга

Информация по тарифам и условиям обслуживания карт по каждому банку-участнику была собрана из открытых источников. На основании расчетной модели «Калькулятор лояльности» произведены расчеты чистой выгоды карт для клиентов.

С помощью банков проведен онлайн-опрос клиентских предпочтений активных держателей кредитных карт. Получено и проанализировано свыше 6 000 полностью заполненных анкет.



На основе опыта предыдущих исследований Frank RG, а также проведенных экспертных интервью с руководителями подразделений, отвечающих за управление портфелями дебетовых карт в банках-участниках исследования, были определены основные параметры оценки кредитных карт.

Проведено исследование клиентского пути оформления карты и тестирование интерфейса и функционала банковских приложений (UX/UI).

Банки-участники проанализированы по 5 основным группам:

- Чистая выгода для клиента;
- Условия обслуживания карт;
- Показатели бенчмарк-исследования
- Клиентский опыт (VOC & Mystery Shopping);
- Оценка ДБО.

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

# Рейтинг кредитных карт: основные параметры рейтинга

## Параметры интегрального рейтинга



### Опрос клиентов держателей кредитных карт

- Степень удовлетворенности клиентов продуктом, доля и частота пользования картой
- Используемые метрики: CSI банка, NPS карты, доля пользующихся картой, доля лояльных клиентов

### Benchmark

- Показатели портфеля, продаж и активности клиентской базы кредитных карт в динамике
- Используемые метрики: динамика портфеля, динамика активной клиентской базы, отток действующих карт, доля активных карт в выданных, динамика удельного POS-оборота на активную карту

### Дистанционное банковское обслуживание

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

### Выгода

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

### Тарифы

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


### Клиентский путь оформления карты

- Удобство клиентского пути открытия кредитной карты в офлайн- и онлайн-каналах на основании тайных покупок



# **Номинации и победители Frank Credit Cards Award 2024**




Победители в номинациях по интегральному рейтингу

№	Банк	Название карты	Номинация	Описание методики
1	 СБЕР БАНК	Кредитная СберКарта	Лучшая кредитная карта	Лидер интегрального рейтинга кредитных карт – сочетание выгоды и комфортности тарифных условий, удобства дистанционных сервисов и клиентского пути, высоких бизнес-показателей и позитивного клиентского опыта.

Победители в номинациях по компонентам интегрального рейтинга

№	Банк	Название карты	Номинация	Описание методики
2	 МТС БАНК	MTS CASHBACK с MTS Premium	Самая выгодная кредитная карта для массовых клиентов	Лидер рейтинга выгоды кредитных карт, включая выгоду по программам лояльности и выгоду льготного периода для клиентов массового сегмента при среднемесячном уровне трат по карте от 30 000 руб.
3	 СБЕР БАНК	Кредитная СберКарта Прайм	Самая выгодная кредитная карта для состоятельных клиентов	Лидер рейтинга выгоды кредитных карт, включая выгоду по программам лояльности и выгоду льготного периода для клиентов высокодоходного сегмента при среднемесячном уровне трат по карте от 180 000 руб.
4	 СБЕР БАНК	Кредитная СберКарта	Самые удобные условия кредитной карты для массовых клиентов	Лидер рейтинга тарифных условий кредитных карт с точки зрения простоты, понятности и удобства различных сценариев использования кредитной карты для клиентов массового сегмента.
5	 ОТП БАНК	ОТП Premium	Самые удобные условия кредитной карты для состоятельных клиентов	Лидер рейтинга тарифных условий кредитных карт с точки зрения простоты, понятности и удобства различных сценариев использования кредитной карты для клиентов affluent сегмента.
6	 Альфа Банк	Целый год без %	Выбор клиента	Лидер комплексного рейтинга клиентской активности и удовлетворенности, сочетающего высокие показатели конверсии продаж и транзакционной активности (по данным бенчмарк-исследования) с позитивным клиентским опытом, подтвержденным высокой долей клиентов, готовых рекомендовать карту и регулярно пользующихся кредитной картой (по итогам онлайн-опроса активных клиентов).

Победители в номинациях по компонентам интегрального рейтинга

№	Банк	Номинация	Описание методики
7	 <b>ГАЗПРОМБАНК</b>	<b>Самый динамично развивающийся банк на рынке кредитных карт</b>	Лидер рейтинга бизнес-показателей, включающего динамику роста портфеля кредитных карт и клиентской базы, высокую транзакционную активность клиентов и низкий уровень оттока.
8	 <b>Альфа Банк</b>	<b>Лучшее мобильное приложение для держателей кредитных карт</b>	Лидер рейтинга функциональности и удобства мобильных приложений для держателей кредитных карт по результатам исследования Frank RG
9	 <b>ВТБ</b>	<b>Самый удобный клиентский путь оформления кредитной карты</b>	Лидер рейтинга клиентского пути, включающего скорость, удобство, опциональность и позитивный опыт оформления кредитной карты в онлайн- и офлайн-каналах по результатам тайных покупок.

**+ 106 слайдов**  
**в полной версии отчета**



**FRANK** RG

---

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

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

[www.frankrg.com](http://www.frankrg.com)