

# Мониторинг банковских reward-программ в России

---

Итоги I квартала 2024

**DEMO**

Апрель 2024

## **Содержание**

Приветствие проектной команды

Об исследовании

1. Основные тенденции рынка [[1](#)]

2. Обзор изменений [[2](#)]

3. Акции по картам [[3](#)]

4. Case study: обзор новых карт [[4](#)]

4.1 Обзор дебетовой карты ... [[4.1](#)]

4.2 Обзор кредитной карты ... [[4.2](#)]

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

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

Приложения

## Приветствие проектной команды

Уважаемые коллеги,

Представляем отчет за 1 квартал 2024 г. по рынку банковских карт с программами вознаграждений «Мониторинг банковских reward-программ в России».

Структурные изменения в экономике, регуляторные изменения карточных расчетов, а также изменения взаимоотношений с платежными системами и партнерами ставят перед банками сложные задачи быстрого реагирования на изменения, оптимизации линейки и сокращения расходов, не ухудшая при этом клиентский опыт. В 1 квартале 2024 банки продолжили обновление продуктовых линеек и активные корректировки программ лояльности карт, изменяя размеры бонусных начислений, стоимость обслуживания, а также проценты на остаток собственных средств по счетам и картам.

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

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

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

Желаем удачи и достижения новых уровней клиентской лояльности.

С уважением,

### Команда Cards Frank RG



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



**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)



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



**Оскар Малухов**  
Ведущий аналитик  
[malukhov@frankrg.com](mailto:malukhov@frankrg.com)

# Об исследовании

## Цели и методика исследования (1/2)

### Цели и задачи исследования:

- Определить основные тенденции развития практики управления reward-программами;
- Описать основные изменения с момента проведения предыдущего исследования (4 квартал 2023 г.);
- Сравнить уровень клиентской выгоды и условия по карточным программам вознаграждений.

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

**Объекты исследования:** reward-программы крупнейших банков по портфелю кредитных карт на 01.09.2023 по данным Frank RG, а также других банков и нефинансовых участников исследования.

Проанализировано **XXX** карт, на которых реализованы **XXX** программы вознаграждений **29** участников рынка, доля которых составляет свыше **93%** рынка дебетовых карт и около **98%** рынка кредитных карт.

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

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

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

## Цели и методика исследования (2/2)

### Ограничения методики:

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

## Участники исследования

Анализ продуктового предложения проводился на основании каталога reward-программ и **Калькулятора выгоды**, включающего все банковские карты с reward-программами крупнейших банков, а также наиболее интересные reward-программы крупных банков и крупных компаний небанковского сектора (телеком-компании, ИТ, e-commerce), предлагающих клиентам собственные программы лояльности на основе банковских карт.

Каталог включает следующие банки / reward-программы:

### ТОП 20 банков по счетам розничных клиентов и банковских карт\*

1. СберБанк
2. ВТБ
3. Альфа-Банк
4. Газпромбанк
5. Тинькофф Банк
6. Райффайзен Банк
7. Банк Открытие
8. Россельхозбанк
9. Промсвязьбанк
10. Росбанк
11. Почта Банк
12. Банк Санкт-Петербург
13. МКБ
14. Совкомбанк
15. Банк ДОМ.РФ
16. Банк УРАЛСИБ
17. Банк АК Барс
18. УБРиР
19. Хоум Банк
20. ОТП Банк

### Прочие банки

21. БКС Банк
22. МТС Банк
23. Банк Зенит
24. АТБ
25. Ренессанс Банк
26. Кредит Европа Банк
27. Ингосстрах Банк

### Карты маркетплейсов

28. Ozon Card
29. Яндекс Пей

\* Источник: Frank RG, Мониторинг объемов рынка банковской розницы, 01.12.2023

# **1 Основные тренды рынка**

## Основные тенденции развития рынка reward-программ в 1 квартале 2024 г. (X/X)

### Корректировка продуктового предложения

... по операциям покупок и ... по карточным продуктам ...

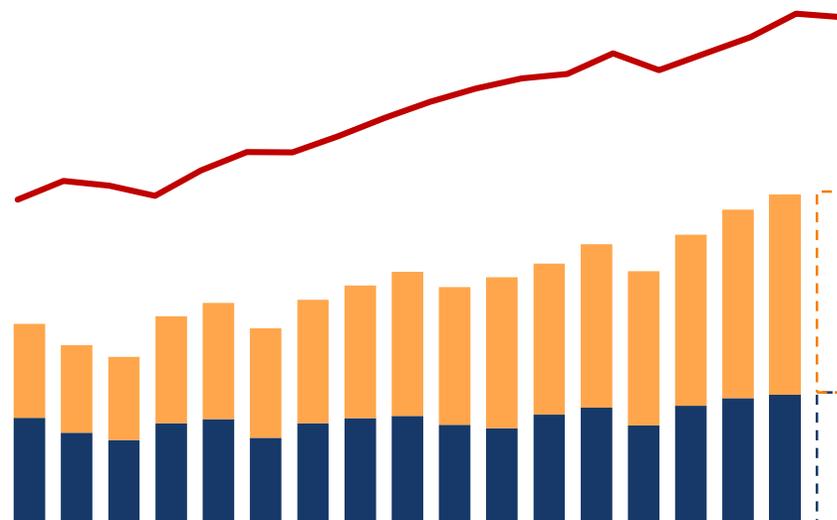
Банки продолжили ...

- Унификация ...

- XXX продолжил ...
- XXX прекратил ...
- XXX исключил ...
- XXX закрыл ...
- XXX прекратил ...
- XXX исключил из линейки ...

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

Число активных карт, млн шт.



Покупки и снятие наличных по картам, млрд руб.

Источник: ЦБ РФ

## Основные тенденции развития рынка reward-программ в 1 квартале 2024 г. (X/X)

### Обновление ... и ...

- **XXX** представил ...
- **XXX** заменил основное ...
- **XXX** обновил условия ...

### Расширение ... на рынке

- **XXX** представил новые ...:
  - В рамках ... предусмотрено отсутствие ... и ...
  - При подключении ... владельцам ... становится доступно ... и ...
- **XXX** добавил возможность владельцам ... получать ...

### Использование ... для ...

- **XXX** предложил по ... и ...
- ... активно запускали ... в 1 квартале 2024 года ... (**XXX**, **XXX** ...).
- ... запуск ... в 1 квартале в **XXX**, **XXX** и **XXX**.

## Основные индикаторы рынка reward-программ

- В течение 1 квартала 2024 г. средняя выгода ...
- В исследуемом периоде средний размер ограничений ...
- Средняя стоимость обслуживания дебетовых и кредитных карт ... сегментах:
  - Средняя стоимость ...
  - В премиальном сегменте ...
- В структуре рынка с точки зрения платности карт в 1 квартале 2024 г. произошли следующие изменения:
  - По дебетовым ...
  - Доля платных ... карт ...

### Основные индикаторы рынка банковских reward-программ, 1 квартал 2024

Показатели	Массовый сегмент		Премиальный сегмент	
	1Q2024	Δ к 4Q2023*	1Q2024	Δ к 4Q2023*
Средний лимит начисления вознаграждения (cap rate), руб./мес.	XXX	XXX	XXX	XXX
Средняя выгода, % от трат	XXX%	XXX п.п.	XXX%	XXX п.п.
Средняя стоимость обслуживания, руб. в год	ДК	XXX	XXX	XXX
	КК	XXX	XXX	XXX

### Распределение карт по условиям платности обслуживания, 1 квартал 2024

- ..... карты
- Карты с .....
- ..... карты

- ..... карты
- Карты .....
- ..... карты

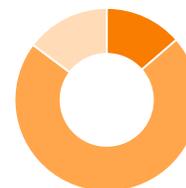
Дебетовые карты  
Сегмент Mass



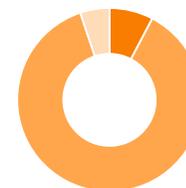
Кредитные карты  
Сегмент Mass



Дебетовые карты  
Сегмент Affluent



Кредитные карты  
Сегмент Affluent



Источник: Frank RG

\*На 01.04.2024 г. по отношению к предыдущей оценке рынка на 01.01.2024 г. в рамках «Мониторинга банковских карт с reward-программами»

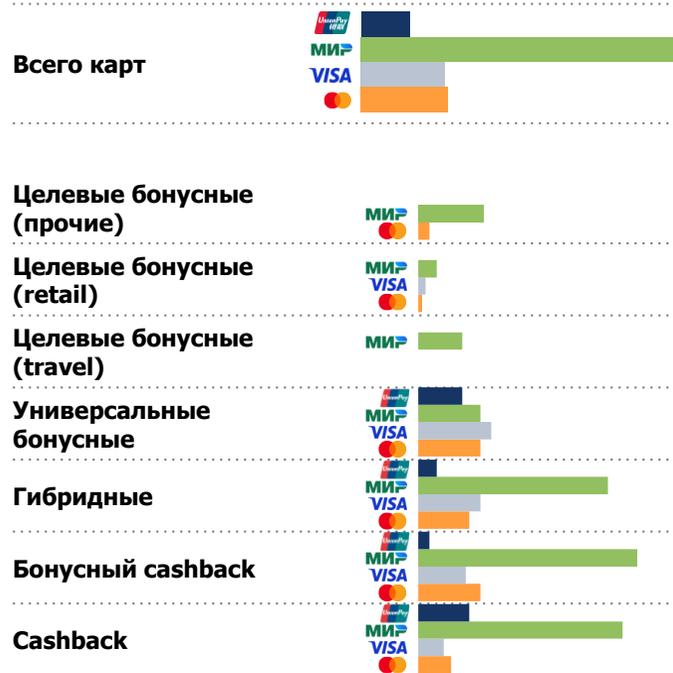
## Основные характеристики рынка reward-программ: структура рынка

В исследовании представлены XXX банковская карта с reward-программами в 29 банках и компаниях.

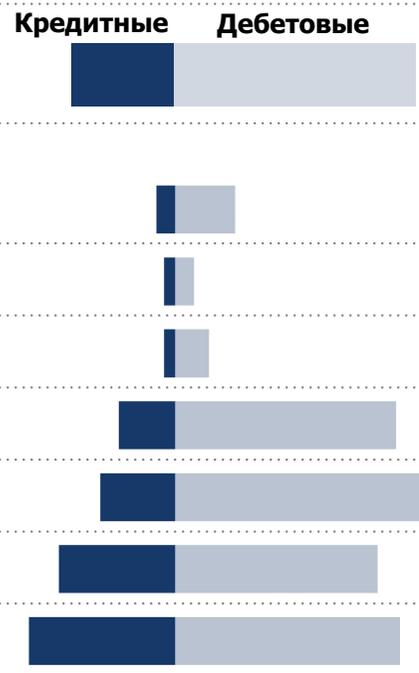
Банки стремятся ... При этом структура ... карты (XX%) ... картами (XX%) и ... сегмент (XX%) над ... (XX%).

Предложение карт ...

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



**Дебетовые vs. кредитные карты в reward-программах**, количество категорий карт



**Распределение категорий карт по типам reward-программ**, количество категорий карт



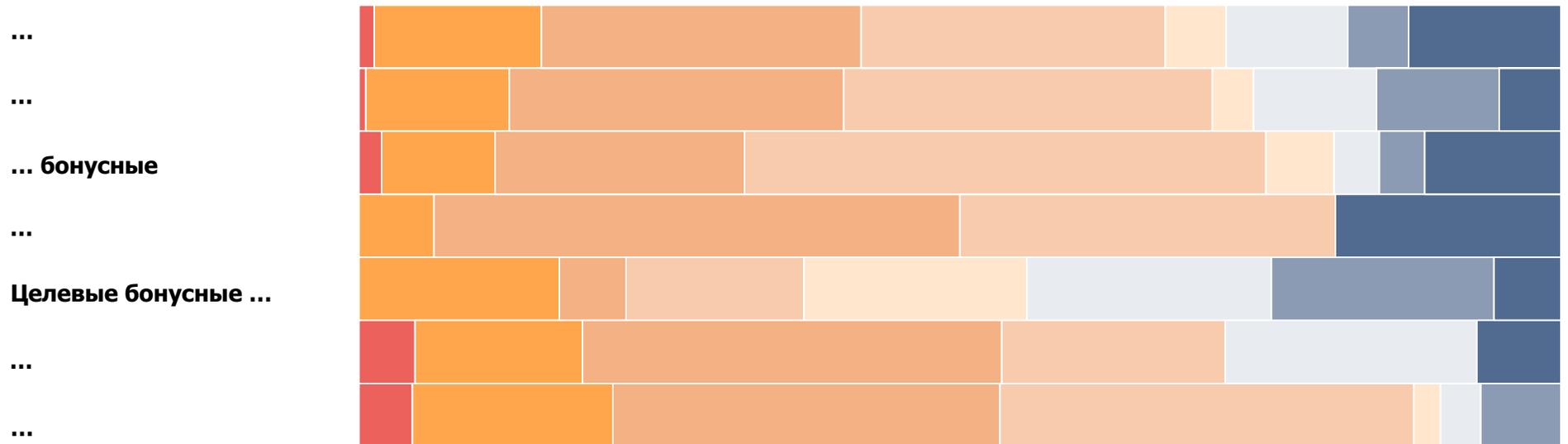
\*Карты платежных систем JCB, AMEX на графике не представлены.

Источник: Frank RG, 2024 г.

## Ограничение суммы начисляемой выгоды: ... карты (X/X)

Ограничения выгоды

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



Ограничения, Р в мес.



### Ключевые изменения

- В 1 квартале значительно ...
- С рынка ушли ... в категории ..., что связано с ...

## Ограничение суммы начисляемой выгоды

Ограничения  
выгоды

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

Тип программы	Размер ограничения начисляемого вознаграждения, р. в мес.	Δ к 4Q2023, р.
...		XXX
...		XXX
...		XXX
Cashback		XXX
...		XXX
...		XXX
...		XXX
<b>В среднем по рынку</b>		XXX

- В среднем за 1 квартал 2024 ...
- Рост ограничений отмечается только в ...
- Значительное сокращение отмечается в ...

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

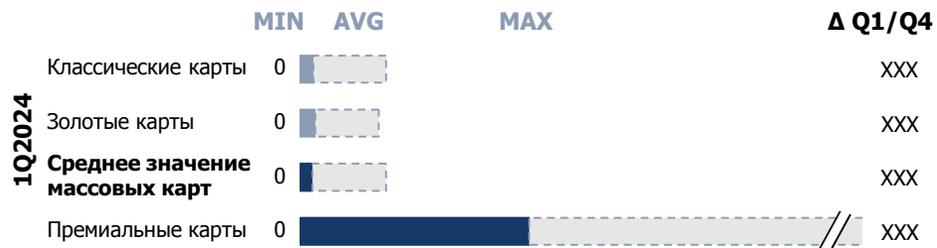
Тип программы	Размер ограничения начисляемого вознаграждения, р. в мес.	Δ к 4Q2023, р.
...		XXX
...		XXX
...		XXX
Универсальная бонусная		XXX
...		XXX
...		XXX
...		XXX
<b>В среднем по рынку</b>		XXX

- По премиальным картам в среднем ...
- Лимиты вознаграждений в ...
- В первом квартале снижение ...
- Существенные ... в ... связаны с ...

## Стоимость обслуживания ...

Стоимость карт

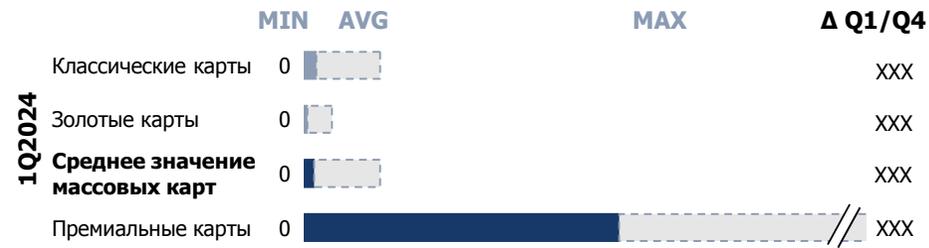
Дебетовые карты: средняя, минимальная и максимальная стоимость обслуживания\*, Р в год



Источник: Frank RG, 2024 г.

- В первом квартале 2024 года среднее значение ... (в т.ч. ... **XXX**, ... **XXX**, ... **XXX**).
- Значительные изменения ... связаны с ..., а также ... . Общее число ... сократилось ... при этом ...

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



Источник: Frank RG, 2024 г.

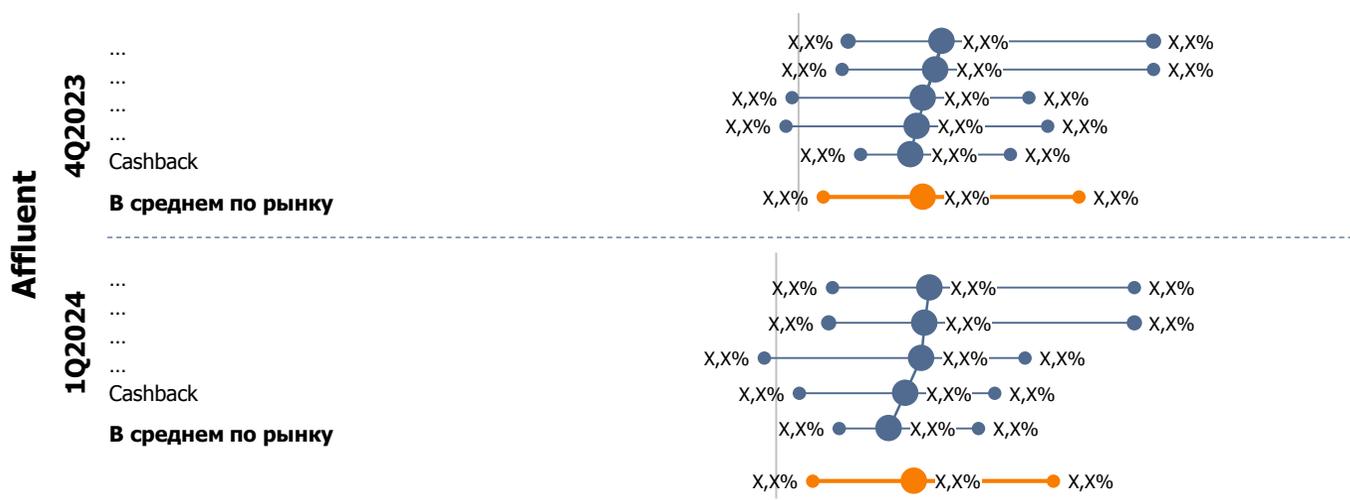
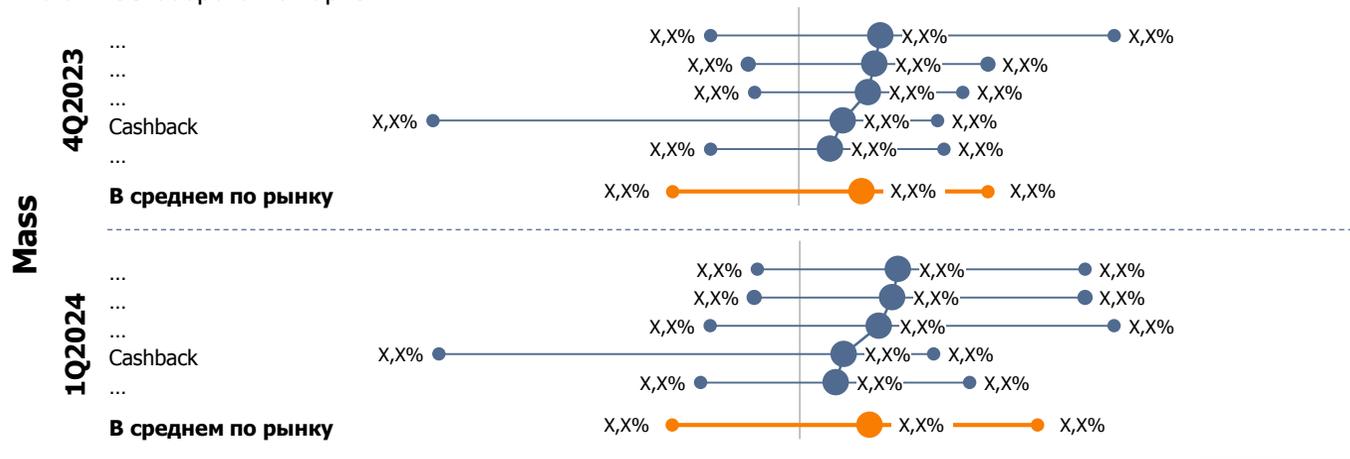
- В премиальном сегменте средняя стоимость ... . Это связано с ... карт **XXX** и ... карт в **XXX**.

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

## Значения ... для сегментов ...

**Выгода**

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



### Сегмент Mass

- В 1 квартале 2024 года значение ...
- В анализируемом периоде в .. выгодными с точки зрения ... были продукты ... При этом максимальную ... демонстрируют ...
- Среднее ... и ... значительно ...

### Сегмент Affluent

- Средняя выгода ...
- Наибольшую ..., исходя из средних ... и ..., демонстрируют ...
- Предложение ... более ...

Источник: Frank RG, 2024 г. Расчет на профилях трат «Базовый», сегменты Mass Regions и Affluent Moscow (см. Приложение 2).



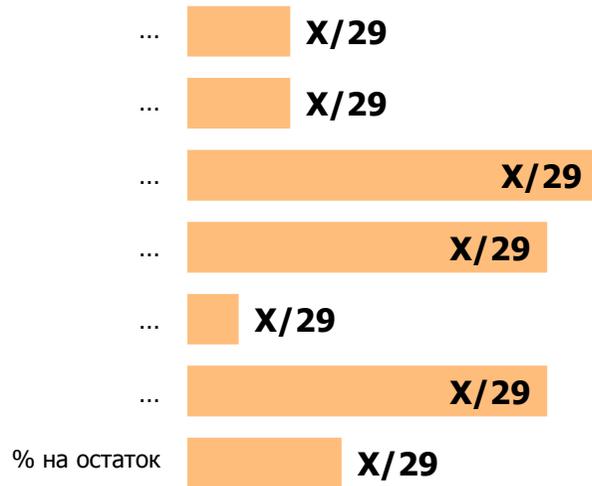


## **2**      **Изменения в продуктовых линейках**

**Закрытые продукты**  
**Анализ новых карт**  
**Изменения по продуктам**

## В 1 квартале 2024 года ...

Структура изменений продуктов в банках в 1Q2024, количество банков



Изменения банков в 1Q2024

Название	Изменения банков в 1Q2024			
	Январь	Февраль	Март	Апрель
...	...	❖	...	...
...	↑	...	...	...
Критерии БО	...	...	...	...
...	...	...	...	●
...	...	...	...	...
Лимиты начислений	...	...	...	...
...	...	...	СБ	...

- В 1 квартале 2024 года банки ... по ...
- Корректировки в программах лояльности произошли в ...
- ... рыночный тренд на ..., было ...

## Ключевые выводы: изменения в продуктовых линейках в 1 квартале 2024 года

Новые ... с ...

**X**

в XXX банках

Обновление ... продуктов

XXX XXX

с начислением ...

... в массовом и  
премиальном сегменте

**XX** карт



### Появление ...

- **XXX** представил новый ... предполагает следующие ...:
  - Кешбэк в размере ...
  - Стоимость обслуживания ...
  - ... Помимо ... имеет ...
- **XXX** в дополнение к ... предложил клиентам ..., отличительными особенностями которого являются:
  - Начисление в размере ....
  - Возможность ... в зависимости от ...
  - Отсутствие ...

### Унификация карточного предложения

- **XXX** оставил в собственной карточной линейке ....
- **XXX** продолжает сокращение ...
- **XXX** упростил ...
- Также ... 1 квартале закрыли **XXX**, **XXX** и **XXX**.

## Ключевые выводы: изменения по картам с программами лояльности в 1 квартале 2024 года

### Условия бонусных программ ... в 1 квартале 2024 года

На рынке произошли следующие корректировки основных условий по картам:

- XX банков скорректировали ... (**XXX**, **XXX**, **XXX**, **XXX** и другие).
- XX банков пересмотрели ...
- ... по картам скорректировали XX банка ...

### Обновление предложений ...

- **XXX** представил ...:
  - По карте ... и делает ...
  - По карте ... и бесплатное ...
- **XXX** включил в ... по премиальной карте ...

### Корректировка предложения для премиального сегмента

- **XXX** прекратил ...
- **XXX** повысил ... премиальных пакетов услуг ... При этом сохраняется ...
- **XXX** произвел ...

### Другие заметные изменения условий по карточным продуктам

- **XXX** обновил предложение для ..., а условия по карте ...
- Начисление кешбэка по кредитной карте для массовых клиентов **XXX** ...

## Банки ... в рамках reward-программ (X/X)

### Механики управления ...

Категории повышенного начисления	Массовые карты	Премиальные карты
...		
...		
Предлагаются на выбор клиента		
...		
...	—	
...		
...		

- ... в 1 квартале 2024 года ...
- Наибольшее влияние на корректировки оказало ... в рамках которой ...
- Подход банков к ..., при этом в массовом сегменте ..., в то время как в ....
- ... предлагается на рынке только ... банков (**XXX** и **XXX**).

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

Источник: Frank RG, 2024

Массовые карты

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

Категории повышенного начисления	XXX																Фиксированы							
	Меняются банком*			Предлагаются на выбор клиенту																				
...	●		●	●	●	●	●	●		С	С	С	С	С	С	Б	●	●	●	●	●	●	●	●
...	●	●		●	●	●	●	●	●	С	С	С	С	С	С	●					●			
...	●	●	●	●	●	●	●	●	●	С	С	С	С	С	С	●		●						
...		●	●	●		●	●			С	С	С	С	С	С									
Авто	●		●	●	●		●			С	С	С	С	С	С	●								
...		●	●	●	●	●	●	●		С	С	С	С	С	С	Б	●		●			●		●
...	●	●		●	●	●	●	●	●	С	С	С	С	С	С	Б	●					●	●	
...	●	●	●	●	●	●	●	●	●	С	С	С	С	С	С	Б		●				●	●	
...	●	●	●	●	●	●	●	●		С	С	С	С	С	С	●			●		●			
...		●	●	●		●	●			С	С		С	С			●							
...		●	●	●	●		●			С	С	С	С	С	С		●							
...		●	●	●	●	●				С	С	С	С	С	С		●							
Одежда и обувь	●			●	●	●		●		С	С	С	С	С	С	Б				●	●			●
...		●					●			С	С	С	С	С	С	●								
...								●		С	С											●		
Дом, ремонт	●	●		●	●	●	●	●		С	С	С	С	С	С	Б								
...	●					●					С	С	С		●									
...	●	●	●	●		●	●	●		С	С	С	С	С	С				●					
...				●	●	●		●		С	С	С	С	С		Б								
...													●	●										
...										●							●							

● есть С выбор из ... Б подключение доступно за ... А определяется ...

\* Для программ банков с периодически меняющимися категориями список указан на горизонте 2-х лет  
 Источник: Frank RG, 2024

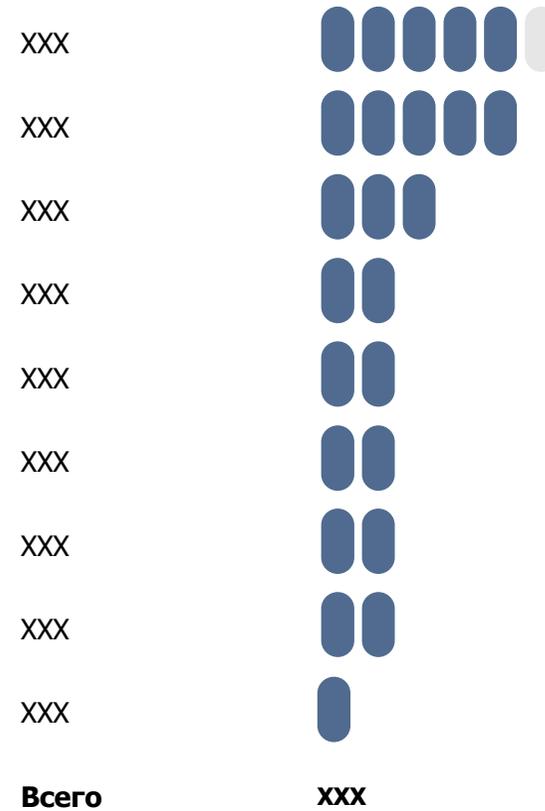
## Исследуемые reward-программы банков: январь – март 2024 гг. (X/X)

Банк	XXX	Бонусный cashback	XXX	XXX	XXX	XXX	Гибридная
XXXX	② ✓ <sub>1</sub>	—	—	—	✓ <sub>1</sub>	—	②
XXXX	③	—	⑤	—	—	①	—
XXXX	—	✓ <sub>1</sub>	① ✓ <sub>1</sub>	—	③ ✓ <sub>1</sub>	—	②
XXXX	①	①	—	—	—	—	—
XXXX	②	②	—	①	④	⑥	—
XXXX	—	✓ <sub>1</sub>	—	—	✓ <sub>1</sub>	✓ <sub>1</sub>	②
XXXX	② ①	—	—	—	—	—	—
XXXX	—	—	—	—	—	①	—
XXXX	—	①	—	—	—	—	—
XXXX	①	—	—	—	—	—	—
XXXX	—	—	—	—	—	①	—
<b>Всего</b> ●/●/✓✓	<b>XX/XX/XX</b>	<b>XX/XX/XX</b>	<b>XX/XX/XX</b>	<b>XX/XX/XX</b>	<b>XX/XX/XX</b>	<b>XX/XX/XX</b>	<b>XX/XX/XX</b>

● существующие программы ● новые программы ✓✓ опции гибридных программ

## Развитие партнерских программ

- В 2024 году ... на ...:
  - **XXX** ... выдачу ...
  - **XXX** ... продукты с бонусной программой ...
- В 1 квартале 2024 года не предлагалось ...
- При этом количество банков, имеющих в линейке продукты с ...
- В 1 квартале 2024 сокращение программ коснулось ...
- X наиболее популярные ... занимают более ...



● существующие программы ● новые программы ● закрытые программы ✗ нет программ

## Партнерские программы и опции (X/X)

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

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

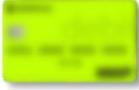
## **2.1    Закрытые продукты**

## Закрытые продукты за 1 квартал 2024 года (X/X)

Банк	Продукт	Reward-программа
<b>Январь</b>		
XXX	XXX	..... ..... .....
	XXX	..... ..... .....
XXX	XXX	..... ..... .....
<b>Февраль</b>		
XXX	XXX	..... ..... .....
	XXX	..... ..... .....
XXX	XXX	..... ..... .....
	XXX	..... ..... .....
XXX	XXX	..... ..... .....
	XXX	..... ..... .....

## **2.2 Анализ новых карт**

## Анализ новых карт

Карта	Платежная система	Стоимость обслуживания		Reward - программа	Дополнительные привилегии	
		SMS	Карты / Пакета услуг		Финансовые продукты	Небанковские сервисы и акции
<b>Февраль</b>						
XXX, XXX						
	  	.....	.....	..... ..... ..... ..... ..... .....	..... ..... ..... .....	..... ..... ..... .....
<b>Апрель</b>						
XXX, XXX						
	  	.....	.....	..... ..... ..... ..... ..... .....	..... ..... ..... .....	..... ..... ..... .....

## **2.3 Изменения по продуктам**

# Изменения (X/XX)

## Обзор изменений

Продукт	Параметр	Прошлые условия продукта	Новые условия продукта
<b>Альфа Банк</b>			
<b>Февраль</b>			
XXX	XXX	.....	.....
<b>Апрель</b>			
XXX	XXX	.....	.....
XXX	XXX	.....	.....
<b>АТБ</b> <small>Азиатско-Тихоокеанский Банк</small>			
<b>Февраль</b>			
XXX	XXX	.....	.....
XXX	XXX	.....	.....
<b>Апрель</b>			
XXX	XXX	.....	.....

# Изменения (X/XX)

## Обзор изменений

Продукт	Параметр	Прошлые условия продукта	Новые условия продукта
			
<b>Апрель</b>			
XXX	XXX	.....	.....
			
<b>Январь</b>			
XXX	XXX	.....	.....
<b>Март</b>			
XXX	XXX	.....	.....
XXX	XXX	.....	.....
XXX	XXX	.....	.....

# **3      **Акции по картам с reward- программами****

## Ключевые выводы: акции за первый квартал 2024 года

### Количество ... акций

XXX

### Акции с покупками ...

X



### ... программа

X



### Самые ... банки

XXX XXX XXX XXX

XXX XXX

### В первом квартале 2024 года банки ...

В 1 квартале 2024 года в банках и нефинансовых организациях была ... Среднее количество акций на банк .... Более ... банков.

Наиболее ... были: **XXX, XXX, XXX, XXX, XXX** и **XXX**. На их долю пришлось ...

Количество акций, направленных на **привлечение новых клиентов**, составило **XX,XX%** и ... По сравнению с прошлым периодом...

Вознаграждение ... среди механизмов ...:

- ... – XX,XX%;
- ... – XX,XX%.

### Краткосрочные и долгосрочные акции

По состоянию на ... Средний срок действия акции составил ... Чаще всего ... акции предлагали **XXX** и **XXX**.

Количество краткосрочных акций за квартал:

- январь – XX
- февраль – XX
- март – XX

Количество долгосрочных акций составило ..., средний срок действия которых ... В основном, ... В анализируемом квартале появилась ...

Количество долгосрочных акций за квартал:

- январь – XX
- февраль – XX
- март – XX

## Ключевые выводы: тематика акций за 1 квартал 2024 года

### Тематические акции

В 1 квартале банки ...:

- **XXX** предлагал ...
- **XXX** ..., предложив повышенное вознаграждение ...
- ... за траты в категориях ... можно было по картам **XXX**.
- **XXX** запустил ... акции:
  - ...;
  - ....
- **XXX** провел акцию к ...
- Клиенты ... получили ... по картам **XXX** в рамках акции ...

### Акции для ... категорий клиентов

В 1 квартале 2024 года банки ...:

- **XXX** за ... предлагал ...
- За получение ... банк начислял в качестве вознаграждения ...

Акции, направленные на привлечение ... клиентов, были предложены **XXX** и **XXX**.

### Повышенные вознаграждения за покупки ...

Банки продолжили ...:

- Оформив карту в **XXX**, клиент мог получить ...
- **XXX** предлагал клиентам оформить кредитную карту и ... для получения ...
- При совершении покупок ... по кредитной карте **XXX** начислял кешбэк ...
- В **XXX** за покупки ...

## Ключевые выводы: тематика акций за 1 квартал 2024 года

### Акции с геймификацией

В текущем квартале банки ...:

- **XXX** продолжил ... в мобильное приложение и стартовал акцию ... Участнику ...
- **XXX** также ...

### ... акции

... представили новые акции, направленные на привлечение ...:

- **XXX** запустил акцию ..., в рамках которой клиенты ...
- **XXX** предложил ... в течение двух месяцев с даты оформления продукта.
- **XXX** за ... предоставлял ... и бесплатное обслуживание ...

### ... розыгрыши

Для стимулирования ... банки продолжают ...:

- **XXX** ... за оформление кредитной карты ... и совершение ...
- **XXX** представил акцию ...
- **XXX** разыгрывал среди клиентов, совершивших ...
- **XXX** в рамках акции ... начислял ... от суммы покупок вне ...

## **3.1 Новые акции**

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

**Таблица 1. Реферальные акции**

Банк	Продукт	Название акции	Период проведения	Статус	Описание
XXX	Вся карточная линейка банка	...	01.04.2023 - 31.12.2024	✓	..... ..... ..... ..... .....
XXX	...	...	01.01.2024 - 31.12.2024	✓	..... ..... ..... ..... .....
XXX	...	...	01.02.2024 - 01.03.2024	✗	..... ..... ..... ..... .....
XXX	...	...	15.03.2024 - 31.05.2024	✓	..... ..... ..... ..... .....
XXX	...	...	19.02.2024 - 19.03.2024	✗	..... ..... ..... ..... .....

✗ - акция закрыта, ✓ - действующая акция

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

Таблица 2. Прочие акции

Банк	Продукт	Название акции	Период проведения	Статус	Описание
XXX	...	...	15.03.2024 - 31.05.2024	✓	..... ..... ..... ..... .....
XXX	...	...	19.02.2024 - 19.03.2024	✗	..... ..... ..... ..... .....
	...	...	04.03.2024 - 28.02.2025	✓	..... ..... ..... ..... .....
	...	...	25.03.2024 - 31.05.2024	✓	..... ..... ..... ..... .....
	Вся карточная линейка банка	...	15.02.2024 - 15.03.2024	✗	..... ..... ..... ..... .....

✗ - акция закрыта, ✓ - действующая акция

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

Банк	Продукт	Название акции	Период проведения	Статус	Описание
XXX	...	...	01.01.2024 - 31.01.2024	✘	..... ..... ..... ..... .....
	Вся карточная линейка банка	...	27.01.2024 - 29.01.2024	✘	..... ..... ..... ..... .....
	...	...	01.02.2024 - 29.02.2024	✘	..... ..... ..... ..... .....
	...	...	09.02.2024 - 25.03.2024	✘	..... ..... ..... ..... .....
XXX	...	...	25.02.2024 - 31.03.2024	✘	..... ..... ..... ..... .....

✘ - акция закрыта, ✓ - действующая акция

# **4 Case study: обзоры новых карт**

## XXX – новая дебетовая карта XXX

XXX

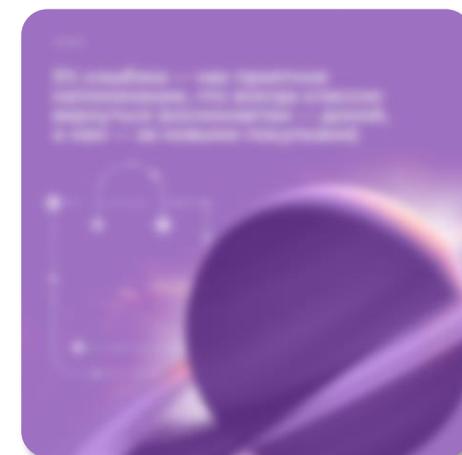
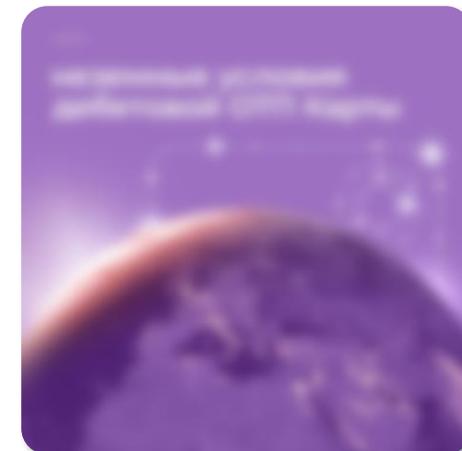


Параметр	
Категория карты	.....
<b>Стоимость карты</b>	
Стоимость выпуска	.....
Стоимость обслуживания	.....
СМС-информирование	.....
Снятие наличных в банкоматах банка и партнеров	.....
Снятие наличных в банкоматах сторонних банков	.....
<b>Преимущества</b>	
Reward-программа	.....
Увеличение ставки по накопительному счету	.....
<b>Ограничения</b>	
Количество бонусов в месяц	.....

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

## Продвижение карты: ...

1. **Освещение в ...** Банк ... Карта активно рекламируется ...
2. **Сайт банка.** Позиционирование среди других дебетовых карт банка ...
3. **Страница карты.** Банк добавил ...:
  - ...;
  - ...;
  - ...;
  - ...;
  - ...;
  - ...



## Расчет выгодности reward-программы XXX и сравнение с флагманами других банков (mass сегмент)

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

№	Банк	Название продукта	Выгода**
1.	XXX	XXX	X,XX%
2.	XXX	XXX	X,XX%
3.	XXX	XXX	X,XX%
4.	XXX	XXX	X,XX%
5.	XXX	XXX	X,XX%
6.	XXX	XXX	X,XX%
7.	XXX	XXX	X,XX%
8.	XXX	XXX	X,XX%
9.	XXX	XXX	X,XX%
...			
XX.	XXX	XXX	X,XX%

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

№	Банк	Название продукта	Выгода**
1.	XXX	XXX	X,XX%
2.	XXX	XXX	X,XX%
3.	XXX	XXX	X,XX%
4.	XXX	XXX	X,XX%
5.	XXX	XXX	X,XX%
6.	XXX	XXX	X,XX%
7.	XXX	XXX	X,XX%
8.	XXX	XXX	X,XX%
9.	XXX	XXX	X,XX%
...			
XX.	XXX	XXX	X,XX%

Источник: официальные сайты банков, расчеты Frank RG, 2024

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

\*\* Сравнение с программами/опциями кешбэк и бонусный кешбэк

## SWOT-анализ

### Преимущества

#### Ежедневный банкинг

- Бесплатное ...
- ... обслуживание
- ... снятие наличных в банкоматах банка и партнеров – ...
- ... в банкоматах других банков ...

#### Reward-программа

- ... в категориях:
  - X% - ...;
  - 5% - ...
- ... с картой

### Возможности

- ... дают возможность использовать ее ...
- Высокая ... позволит клиенту ...

### Недостатки

#### Ежедневный банкинг

- Платное ...

#### Reward-программа

- Отсутствует ...
- Максимальный ...
- Необходима ... для начисления кешбэка ...

### Угрозы

- ... могут снизить интерес к продукту

# **5 Сравнительная выгода по кредитным картам с reward-программами**

## **Содержание**

- 5.1 Карты с cashback
- 5.2 Карты с cashback+бонусный cashback
- 5.3 Карты с опциями начисления «Авто»
- 5.4 Карты с опциями начисления «Travel»
- 5.5 Карты с бонусными программами
- 5.6 Премиальные карты с cashback+бонусный cashback
- 5.7 Премиальные карты с опциями начисления «Travel»

## Выгода. Кредитные карты. Cashback. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

## Выгода. Кредитные карты. Cashback+Бонусный cashback. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

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

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

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

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

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

■ - кобрендовые карты с опцией «travel»

Источник: Frank RG, 2024 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «16-Путешественник Upper Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 82 500 руб. в месяц.

## Выгода. Кредитные карты. Бонусные программы. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

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

## Выгода. Кредитные карты. Премиальные карты. Сегмент Pre Affluent

Таблица. Выгода по кредитным картам с опциями cashback и бонусный cashback в сегменте Pre Affluent, % от трат\*

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «19-Pre Affluent». Сумма трат по карте составляет 105 000 руб. в месяц.

## Выгода. Кредитные карты. Премиальные карты. Сегмент Pre Affluent

Таблица. Выгода по кредитным картам с опцией travel в сегменте Pre Affluent, % от трат\*

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

■ - кобрендовые карты с опцией «travel»

Источник: Frank RG, 2024 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «19-Pre Affluent». Сумма трат по карте составляет 105 000 руб. в месяц.

# **6 Сравнительная выгода по дебетовым картам с reward-программами**

## **Содержание**

- 6.1 Карты с cashback
- 6.2 Карты с cashback+бонусный cashback
- 6.3 Карты с опциями начисления «Авто»
- 6.4 Карты с опциями начисления «Travel»
- 6.5 Карты с бонусными программами
- 6.6 Премиальные карты с cashback+бонусный cashback
- 6.7 Премиальные карты с опциями начисления «Travel»

## Выгода. Дебетовые карты. Cashback. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

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

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

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

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

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

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

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

■ - кобрендовые карты с опцией «travel»

Источник: Frank RG, 2024 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «16-Путешественник Upper Mass Moscow». Сумма трат по карте составляет 82 500 руб. в месяц.

## Выгода. Дебетовые карты. Бонусные программы. Сегмент Mass

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

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

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

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

## Выгода. Дебетовые карты. Премиальные карты. Сегмент Pre Affluent

Таблица. Выгода по дебетовым картам с опциями cashback и бонусный cashback в сегменте Pre Affluent, % от трат\*

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

Источник: Frank RG, 2024 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «19-Pre Affluent». Сумма трат по карте составляет 105 000 руб. в месяц.

## Выгода. Дебетовые карты. Премиальные карты. Сегмент Pre Affluent

Таблица. Выгода по дебетовым картам с опцией travel в сегменте Pre Affluent, % от трат\*

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

■ - кобрендовые карты с опцией «travel»

Источник: Frank RG, 2024 г.

\*Выгода рассчитана на базе профиля клиентских трат «19-Pre Affluent». Сумма трат по карте составляет 105 000 руб. в месяц.

# Приложение 1

## Профили трат клиентов

## Методология составления профилей трат клиентов

### Доходы, остатки и средние чеки

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

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

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

Остатки моделируются отдельно по спецкарточным счетам (в виде минимального баланса) и отдельно по накопительным/ сберегательным счетам (в виде среднемесячного баланса). Остатки используются в модели для расчета начисляемых % на остаток, а также как условие бесплатности выпуска и обслуживания карт. Значения остатков соответствуют среднерыночным остаткам по счетам клиентов соответствующих сегментов по доходам (проект Frank RG «Клиентские сегменты»). Соотношение минимальных и среднемесячных балансов по счетам составляет 1 к 1,15.

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

### Структура трат

Структура клиентских трат базового профиля массового сегмента основана на данных Росстата «Обследование данных домашних хозяйств» и данных бенчмарк-исследования дебетовых карт со следующими допущениями:

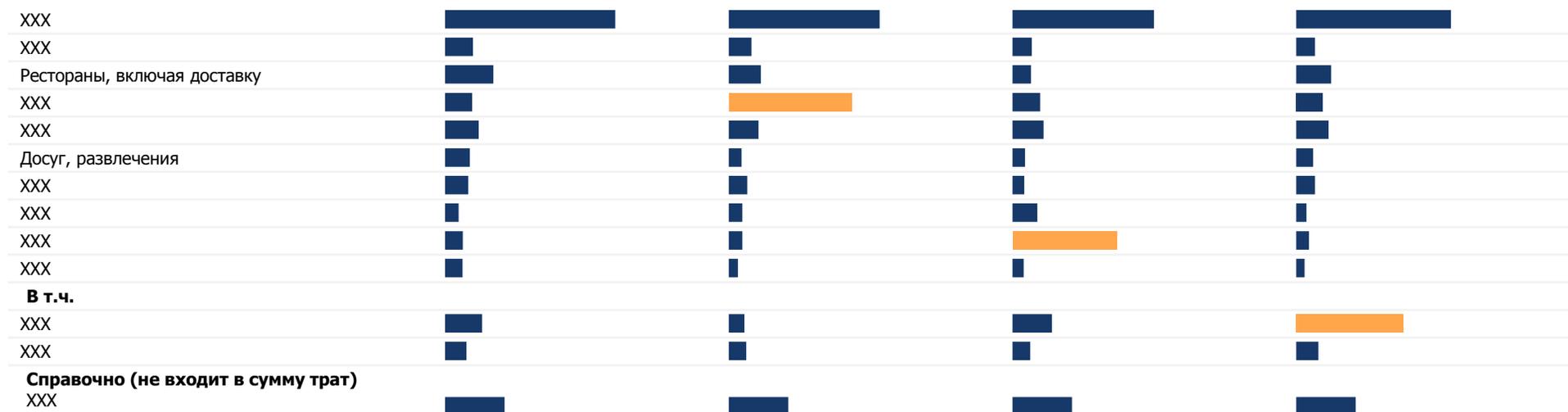
- Клиентский профиль включает только бонусируемые траты, т.е. безналичную оплату товаров и услуг, за которые начисляется вознаграждение по всем основным программам лояльности. В частности, в объем трат по карте не включаются следующие расходы:
  - Оплата услуг в форме переводов с карты на карту/ со счета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

## Профили клиентов: сегмент Mass Москва (1/6)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

### Структура ежемесячных трат по карте



Источник: Росстат, Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», бенчмарк-исследование дебетовых карт, 2022-2023

## Профили клиентов: сегмент Mass Регионы (2/6)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

### Структура ежемесячных трат по карте

XXX	████████████████████	████████████████████	████████████████████	████████████████████
XXX	██	██	██	██
Рестораны, включая доставку	██	██	██	██
XXX	██	████████████████	██	██
XXX	████	██	██	████
Досуг, развлечения	██	██	█	██
XXX	████	██	██	██
XXX	██	██	████████████	██
XXX	█	█	█	█
<b>В т.ч.</b>				
XXX	██	██	████	████████████
XXX	██	██	██	██
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>				
XXX	████████	████████	████████	████████

Источник: Росстат, Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», бенчмарк-исследование дебетовых карт, 2022-2023

## Профили клиентов: сегмент Upper Mass Регионы (3/6)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

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

### Структура ежемесячных трат по карте



Источник: Росстат, Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», бенчмарк-исследование дебетовых карт, 2022-2023

## Профили клиентов: сегмент Upper Mass Москва (4/6)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Сегмент Регион	14 Базовый Upper Mass Москва	15 Автомобилист Upper Mass Москва	16 Путешественник Upper Mass Москва	17 Мой дом Upper Mass Москва	18 Клиент маркетплейсов Upper Mass Москва
Доход в мес., руб.	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	55%	55%	55%
Траты по карте, руб./мес.	82 500	82 500	82 500	82 500	82 500
Остатки на всех счетах в банке, руб.	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Средний чек, руб.	1 086	1 086	1 086	1 086	1 086
Баланс (мин. остаток по СКС)	107 508	107 508	107 508	107 508	107 508

### Структура ежемесячных трат по карте



Источник: Росстат, Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», бенчмарк-исследование дебетовых карт, 2022-2023

## Профили клиентов: владельцы премиальных пакетов (5/6)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Сегмент	19 Pre Affluent	20 Affluent	21 Top Affluent
Доход в мес., руб.	210 000	380 000	680 000
Доля безналичных операций, %	50%	50%	50%
Траты по карте, руб./мес.	105 000	190 000	340 000
Остатки на всех счетах в банке, руб.	1 500 000	3 000 000	10 000 000
Средний чек, руб.	1 883	2 307	2 667
Баланс (мин. остаток по СКС)	52 500	57 000	68 000

### Структура ежемесячных трат по карте

XXX			
XXX			
Рестораны, включая доставку			
XXX			
XXX			
Досуг, развлечения			
XXX			
<b>В т.ч.</b>			
XXX			
XXX			
<b>Справочно (не входит в сумму трат)</b>			
XXX			

Источник: Росстат, Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», бенчмарк-исследование дебетовых карт, 2022-2023

## Профили клиентов: пенсионеры, дети и студенты (6/6)

### Структура безналичных транзакций клиента по профилям

Номер профиля трат в Калькуляторе выгоды Название профиля Регион	22 Пенсионер Москва	23 Пенсионер Регионы	24 Ребенок/Студент –
Доход в мес., руб.	22 500	18 500	20 000
Доля безналичных операций, %	55%	55%	85%
Траты по карте, руб./мес.	12 375	10 175	17 000
Остатки на всех счетах в банке, руб.	180 000	83 250	–
Средний чек, руб.	414	248	331
Баланс (мин. остаток по СКС)	6 186	2 993	4 589

### Структура ежемесячных трат по карте

XXX			
XXX			
Рестораны, включая доставку			
XXX			
XXX			
Досуг, развлечения			
XXX			
В т.ч.			
XXX			
XXX			
Справочно (не входит в сумму трат)			
XXX			

Источник: Росстат, Frank RG, данные проекта «Клиентские сегменты», бенчмарк-исследование дебетовых карт, 2022-2023

## **Приложение 2.**

# **Методика расчета чистой выгоды по карте**

## Расчет чистой выгоды (1/3)

### Общие положения

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

Для целей расчета размер и структура доходов и трат клиента однородны в течение всего срока расчета и определяются профилем клиента. Для целей расчета специально разрабатываются несколько профилей клиентов в зависимости от уровня доходов и структуры трат. Подробное описание профилей – в Приложении 1 к настоящему отчету.

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

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

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

### Рациональное поведение

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

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

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

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

### Начисление выгоды

При расчете выгоды учитываются все специальные условия и ограничения:

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

### Стоимость обслуживания

В стоимости обслуживания **учитываются**:



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

В стоимости обслуживания **не учитываются**:



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



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

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

## Расчет чистой выгоды: бонусные программы (3/3)

### Коэффициент конвертации

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

### Программы для путешественников

#### Авиамили:

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

#### Ж/Д мили:

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

### Покупка товаров в каталоге

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

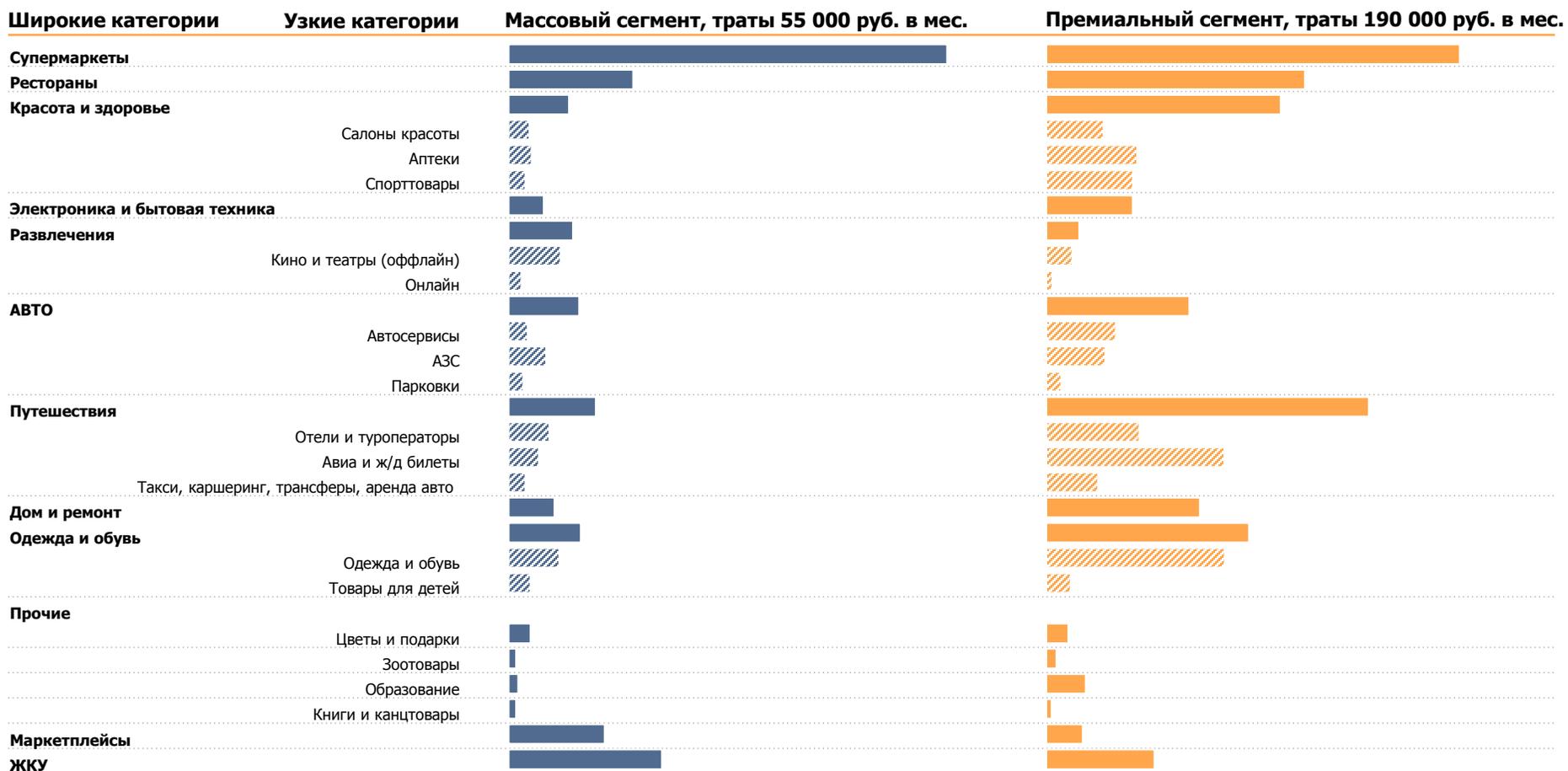
В целях уменьшения влияния случайных факторов, расчеты для разных reward-программ, по возможности, выполнялись для схожих позиций или категорий товаров.

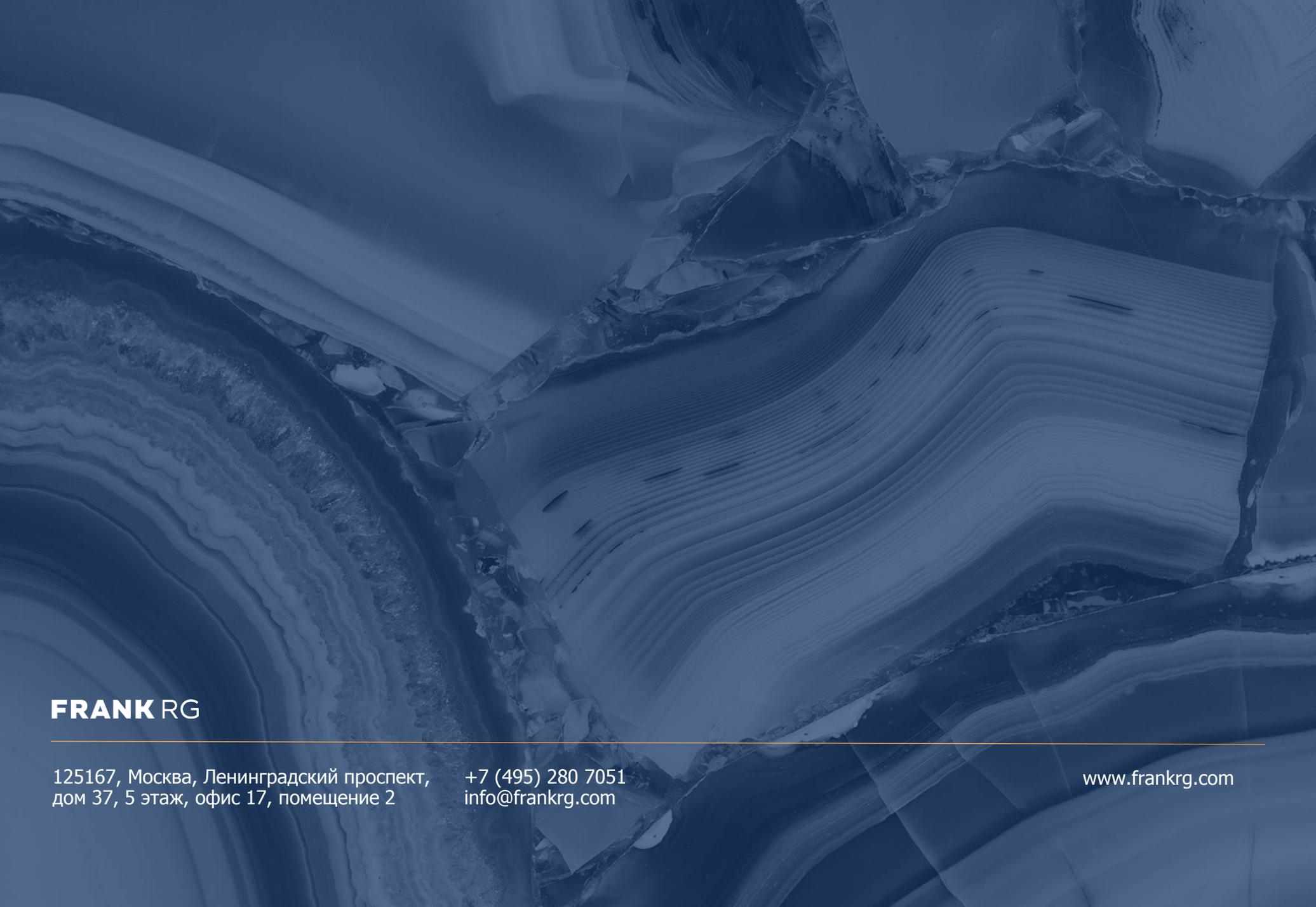
# **Приложение 3. Категории повышенного начисления**

## Категории повышенного начисления

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

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





**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)