

Тренды рынка reward-программ

От краткосрочного романа к отношениям на всю жизнь

Основные тренды рынка reward-программ в 2023 году



Банки **унифицируют и упрощают предложение** по картам



Reward-программа **остаётся важной частью ценностного предложения** по картам



В отличие от карточных линеек, **reward-программы усложняются**



Уровень выгоды по картам **не снижается**



Прямой кешбэк предлагается банками реже



Банки ищут **новые фишки** ценностного предложения



Маркетплейсы и QR СБП – новые категории начислений reward-программ



Подписки: оптимизация доходов клиента и расходов банка



Проценты на остаток переместились на накопительные счета



Новый стандарт рынка кредитных карт: длинный грейс + лояльность



Количество **партнерских программ** сокращается, партнерства переходят в формат акций и экосистем

Программы лояльности или reward-программы?



Немного теории

	Reward-программы	Программы лояльности
Приоритетные цели	Привлечение новых клиентов Активизация транзакционной активности	Удержание действующих клиентов Активизация взаимодействия с банком
Инструменты	Приветственный бонус Кешбэк	Кешбэк Скидки, спецтарифы и предложения
Фокус	Продукт / Карта	Клиент
Основа экономики программ	Интерчейндж, партнерские вознаграждения	LTV клиента
Влияние на клиентское поведение	Краткосрочный эффект	Долгосрочные отношения
Отношение клиентов	Рациональное	Эмоциональное

Программы лояльности или reward-программы?



Цели	Привлечение новых клиентов Активизация транзакционной активности
Инструменты	Приветственный бонус Кешбэк
Фокус	Продукт / Карта
Основа экономики программ	Интерчейндж, партнерские вознаграждения
Влияние на клиентское поведение	Краткосрочный эффект
Отношение клиентов	Рациональное

Еще немного теории...

Автоматическое зачисление рублей на банковский счет клиента

Начисление / использование баллов в определенной категории / у определенного партнера (целевые)

Приобретение товаров за бонусы на витрине / в каталоге банков (универсальные)



Конвертация баллов в рубли на счет клиента **или компенсация** покупок

Сочетание нескольких механизмов накопления / использования бонусов

Reward-программы: миссия выполнена?

Доля наличных в оплате товаров и услуг, %



- С момента активного развития reward-программ в России доля наличных в оплате товаров и услуг снизилась вдвое
- В развитых экономиках рост доли безналичной оплаты – тренд, продолжающийся и без reward-программ, основанных на interchange
- Однако регулятивное снижение interchange в США (2011) и ЕС (2015) не улучшило жизнь потребителей и отрицательно сказалось на лояльности:
 - розничные цены не снизились,
 - выросли комиссии за обслуживание текущих счетов,
 - программы вознаграждений перестали быть доступны массовым клиентам

Кешбэк остается обязательным элементом ценностного предложения




Я не сторонник привлечения клиентов в банк за счет приветственных бонусов, повышенных ставок по вкладам и накопительным счетам. Мы тоже готовы что-то давать, но лучше, чтобы клиент осознанно тебя выбирал, не приходил за каким-то подарком, а приходил за сервисом, за обслуживанием.

Из интервью с экспертами банков

Дебетовая карта Tinkoff Black

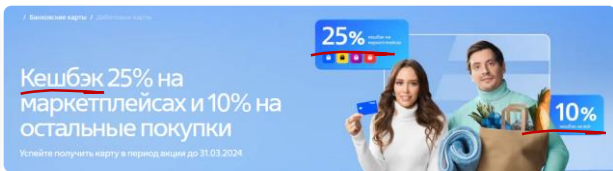
Наша лучшая карта, которая зарабатывает деньги. Получайте кэшбэк и процент на остаток, снимайте наличные бесплатно. Действует в 9 странах. Подключается к Mi Pay

- До 30% кэшбэка ~~рублями на покупки~~
- До 5% годовых доход на сумму остатка до 300 000 Р
- Без комиссии Перевод по номеру телефона, оплата услуг



Кешбэк 25% на маркетплейсах и 10% на остальные покупки


Используйте подарочную карту в период акции до 31.03.2024



Карта Прибыль

Дебетовая карта, с которой даже траты приносят прибыль


- до 3% кэшбэка ~~на остаток~~
- до 14% на остаток
- 0 Р обслуживание на простых условиях



Дебетовая Альфа-Карта

Бесплатная всегда


- Кэшбэк до 100% ~~сравнимо с кэшбэком~~
- Кэшбэк 5% ~~в 3 категориях~~
- Без комиссии переводы и платежи



ДЕБЕТОВАЯ КАРТА MTS CASHBACK

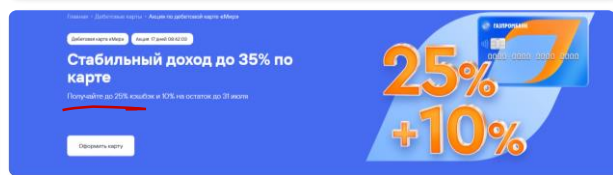
Для ежедневных покупок

- Кэшбэк в магазинах ~~с доставкой~~ 5%
- Кэшбэк на остальное 1%
- Обслуживание 0 Р ~~первые 2 месяца~~




Стабильный доход до 35% по карте

Получайте до 25% кэшбэка и 10% на остаток до 31 июля



Кэшбэк 1,5% рублями на карту


- 0 Р обслуживание
- 1,5% кэшбэк рублями
- Без комиссии переводы и платежи



СберКарта

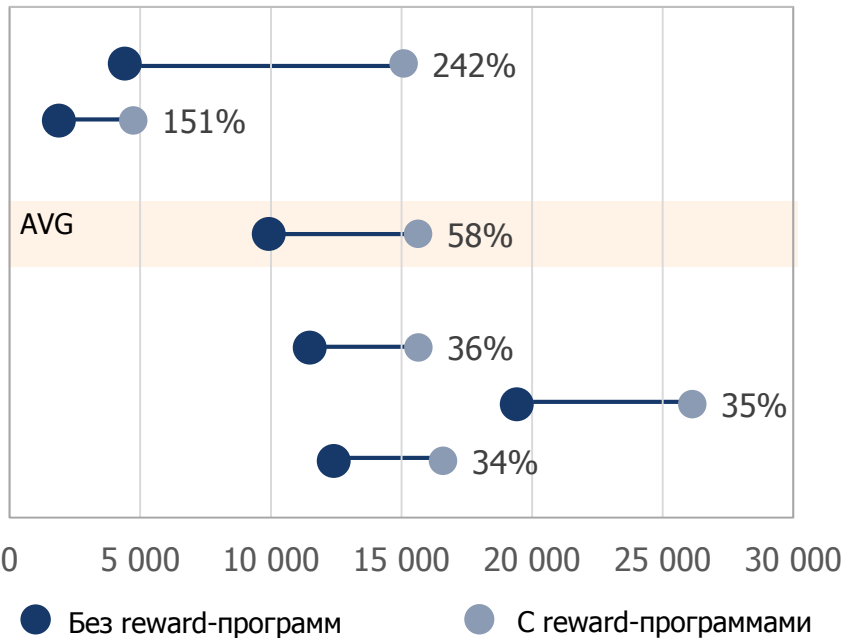
Наша лучшая карта на каждый день. Особые условия при зачислении зарплаты, стипендии и пенсии, а также для подписчиков СберПрайм

- от 0 Р обслуживания
- 1,5% кэшбэк
- до 7 000 рублями в месяц



Reward-программы дают от 30% до 250% прироста POS-оборота по карте

Траты по карте, руб. и прирост POS-оборота по картам при подключении reward-программ, %



- Экономически активное население не испытывает недостатка в картах и активно ими пользуется:
 - в среднем в кошельке более 2 активных карт
 - 44% пополняют свою карту с карты другого банка
- Наличие reward-программы критично для активизации транзакционного оборота по карте: в среднем при подключении reward-программ прирост POS-оборота по карте составляет 58%

Программы вознаграждений не в топе приоритетов при выборе карты, но снижение кешбэка – самая частая причина недовольства клиентов

Приоритетность критериев выбора

- Наличие программы лояльности

#4 в дебетовых картах

#5 в кредитных картах

- Размер бонуса

#5 в дебетовых картах

#9 в кредитных картах

С какими трудностями вы сталкивались при использовании дебетовой карты?, % респондентов

Проблемы с начислением кешбэка

19%

Пришлось ехать в отделение

Грубость сотрудников

Некомпетентность сотрудников

Мошенники сняли деньги

Не смог осуществить перевод

Банк снизил % на остаток

Не смог снять деньги

Ввели в заблуждение

Навязали платные услуги

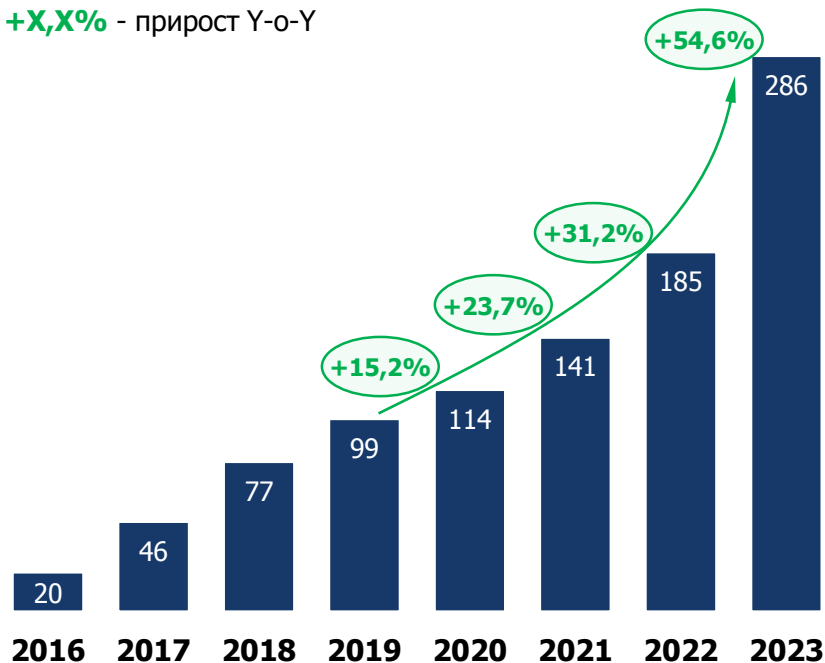
Повысили комиссии

Навязчивая реклама

В 2022-2023 гг. расходы банков на программы лояльности выросли кратно

Выплаченное банками вознаграждение в рамках программ вознаграждений, млрд руб.

+X,X% - прирост Y-o-Y



Источник: оценка Frank RG, 2024

2019-2021 2022-2023



Что не очень заметили клиенты

Доля от POS-оборота	0,4%	≈	0,5%
В % от трат на 1 карту	0,9%	≈	1%



Зато очень сильно заметили банки

Доля карт с reward-программами	56%	+25%	70%
Утилизация бонусов, %	76%	+ 5 п.п.	80%
Доля от прибыли банковской системы	6%	x2,3	14%

Гонка приветственных бонусов угрожает лояльности клиентов

Активные клиенты всегда в поиске:



40%

открывают карту для
получения
дополнительного дохода



71%

активных клиентов **готовы**
уйти ради **лучших**
условий

В Т.Ч.



56%

при **ухудшении условий**
по карте



35%

если **другой банк**
предложит условия
лучше



Интерчейнджа может быть уже недостаточно для финансирования reward-программ

↑ Расходы на reward-программы растут

- Растет проникновение клиентов в reward-программы
- Растет уровень утилизации бонусов
- Новые участники (маркетплейсы) выходят на рынок с агрессивным предложением
- Гонка кешбэков сопровождается гонкой приветственных бонусов

↓ Доходы от interchange снижаются

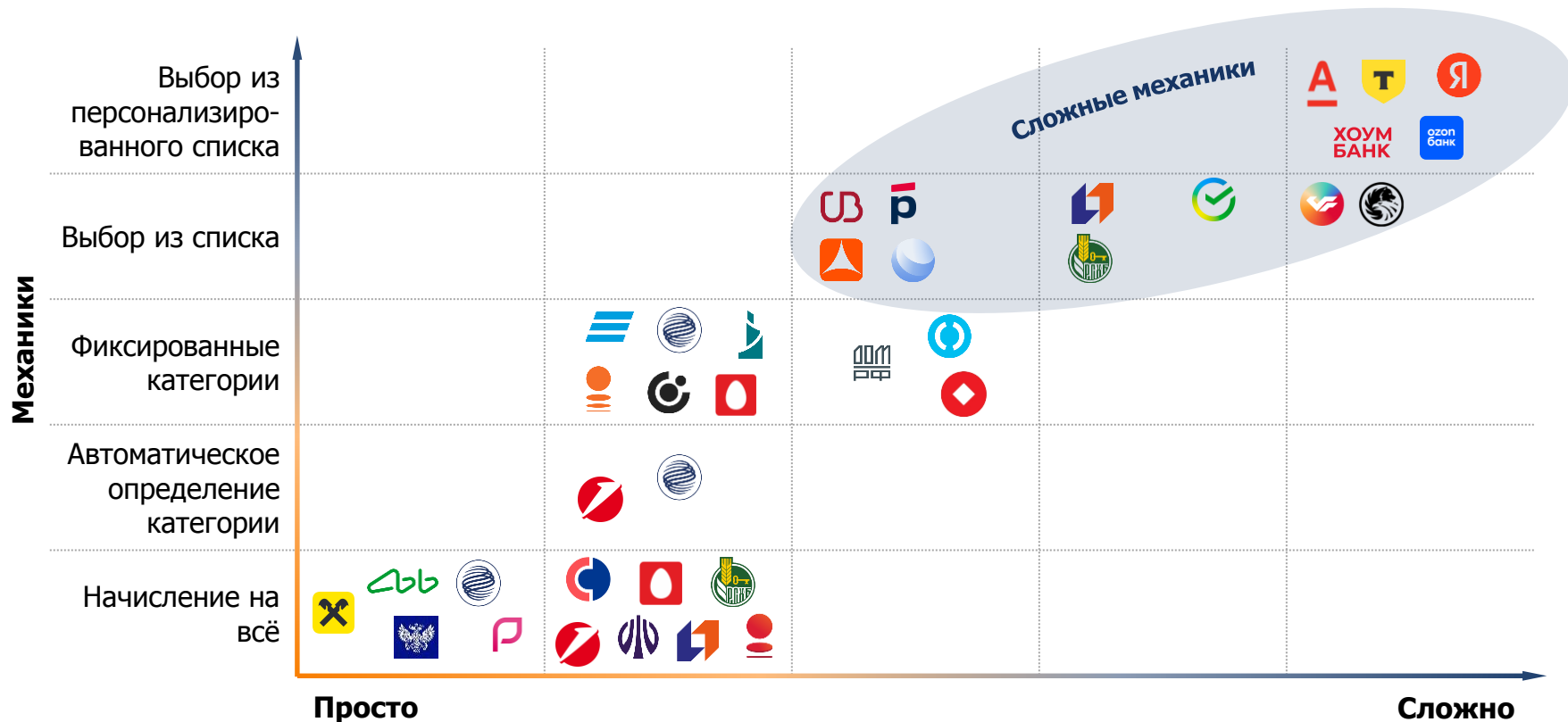
- Международные платежные системы, финансировавшие множество акций и привилегий, в т.ч. для премиальных клиентов, ушли из России
- Развиваются альтернативные некарточные платежные инструменты (СБП), снижающие карточный POS-оборот
- Возрастают риски снижения межбанковских комиссий по отдельным категориям трат или по всему рынку в связи с регуляторными изменениями и монополией НСПК

Клиентам трудно сделать выбор ...

Представьте, что вы выбираете новую карту с бонусной программой. Что для вас приоритетно при выборе?



... и банковское предложение им не помогает



Уровень выгоды по картам не снижается

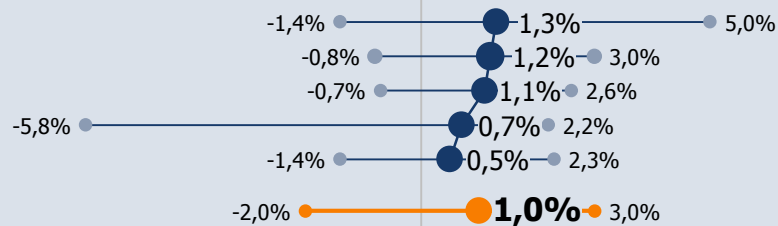
Тип программы

Mass

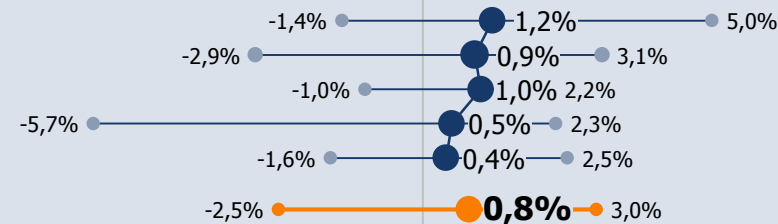
Affluent

Целевые бонусные
Бонусный cashback
Гибрид
Cashback
Универсальные бонусные
В среднем по рынку

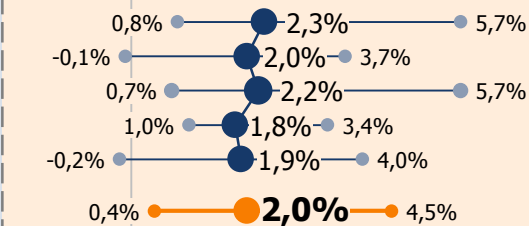
4Q2023



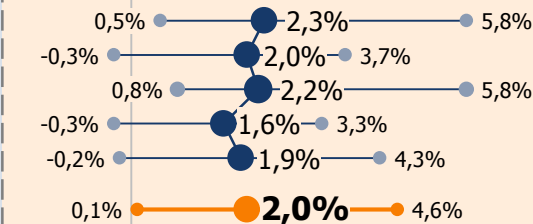
4Q2022



4Q2023



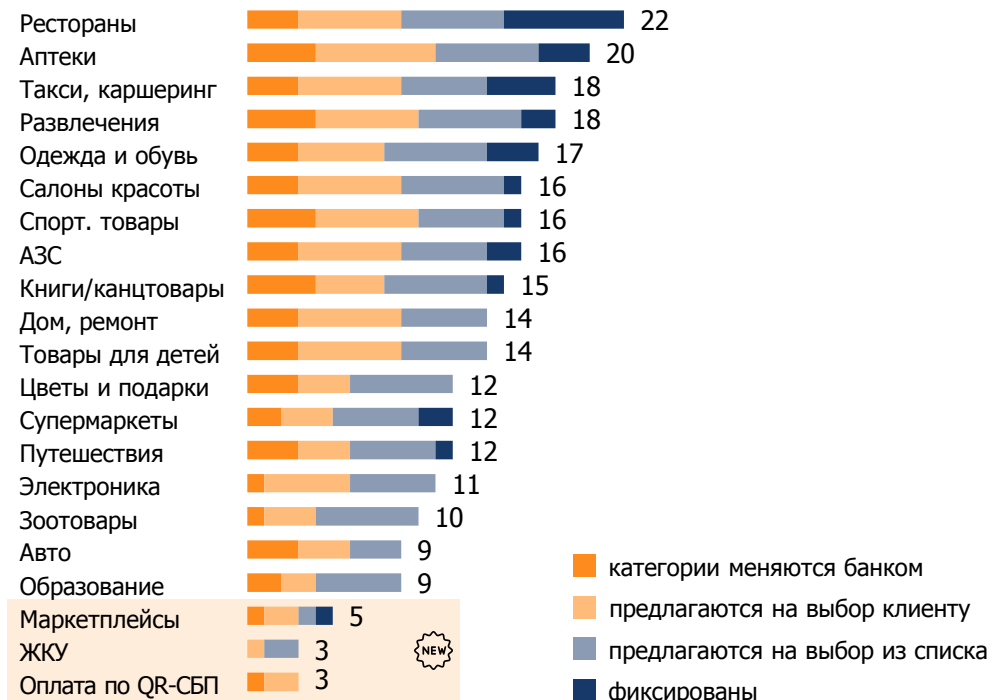
4Q2022



Категории - способ сэкономить и привлечь внимание клиента

- Проникновение в мобильный банк 97% (DAU 70%) дает основание банкам переводить механики управления программами лояльности полностью в цифровые каналы
- **24/29** исследуемых банков начисляют вознаграждение в отдельных категориях
- Среднее количество категорий в reward-программе – **3**
- **Маркетплейсы** и оплата по **QR-кодам** – новые категории начислений в reward-программах

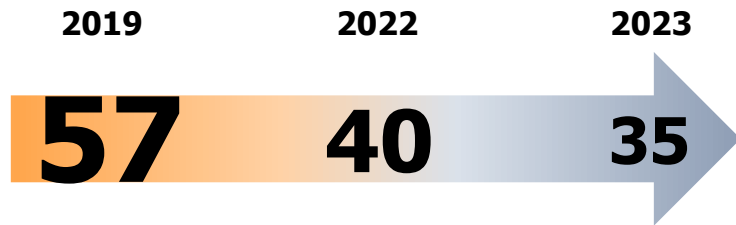
Категории трат в reward-программах, кол-во банков



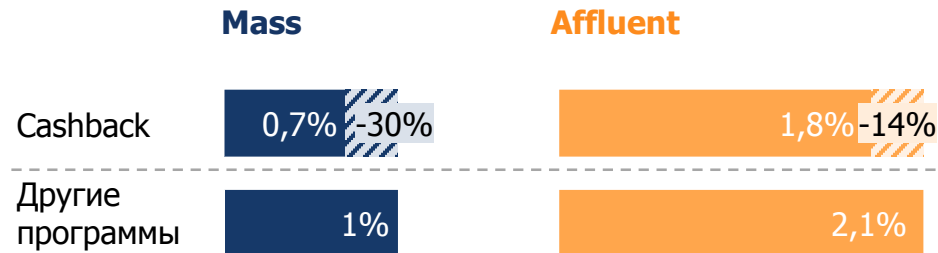
Количество программ прямого кешбэка сокращается

- Половина банков все еще имеют в линейке карты с прямым кешбэком
- Число программ с прямым кешбэком сокращается
- В сознании потребителей карты с прямым кешбэком ассоциируются с большей выгодой, однако выгода по программам прямого кешбэка на 15-30% ниже

Количество reward-программ с прямым кешбэком, 2019-2023

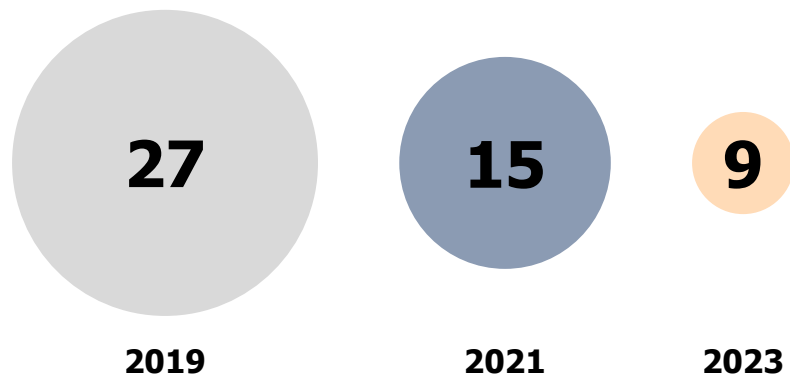


Средняя выгода reward-программ, 4Q2023, % от трат



Проценты на остаток перемещаются на накопительный счет

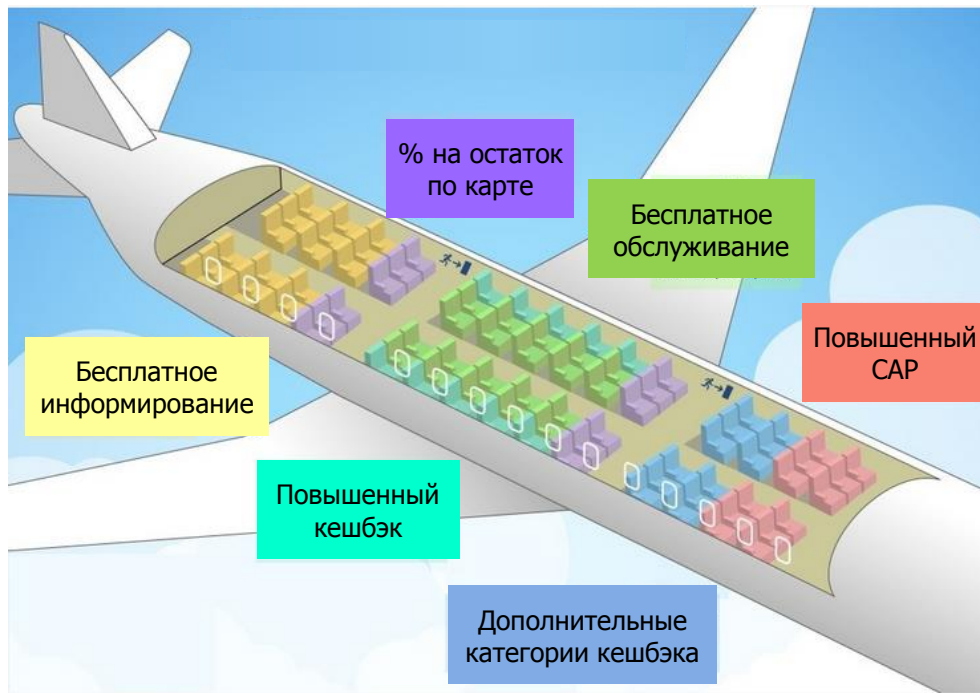
Количество банков, начисляющих % на текущий карточный счет, 2019-2023



- Выплата % на остаток по счетам дебетовых карт обусловлена:
 - поддержанием минимальных остатков
 - минимальным уровнем трат по карте
 - наличием платной подписки
- Экономия расходов по накопительным счетам достигается
 - начислением % на минимальный остаток **(10 банков)**
 - дополнительными условиями получения повышенной ставки: остатки, траты, пополнения **(21 банк)**

Подписки – новый формат ценностного предложения и способ сэкономить

С подпиской можно улучшить любой продукт

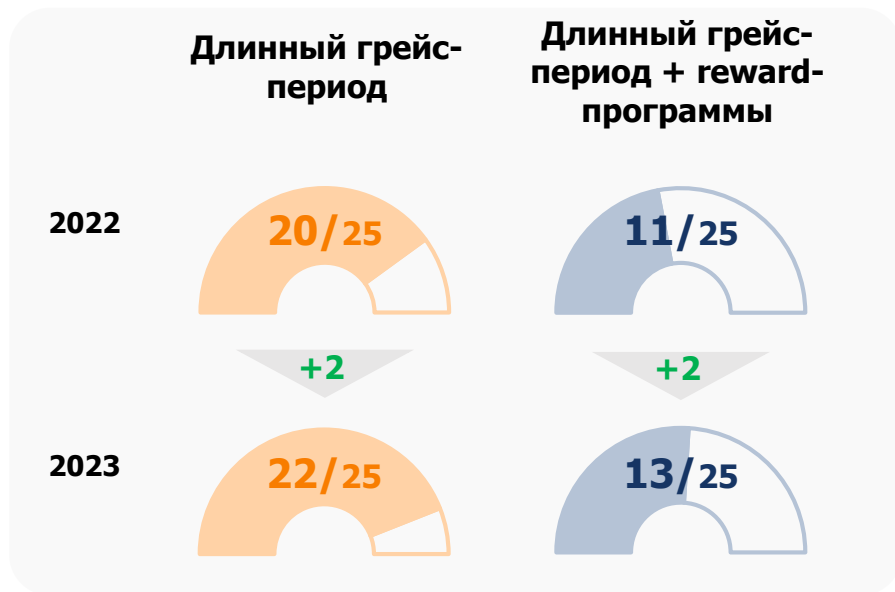


...клиентам не нужно много услуг, они хотят решить локальную проблему

Из интервью с экспертами банков

- 11 из 29 крупнейших банков и финтехов предлагают улучшение условий в формате подписок
- Повышенное начисление кешбэка – самая частая опция подписки

Длинный грейс-период и reward-программа – новый стандарт рынка кредитных карт



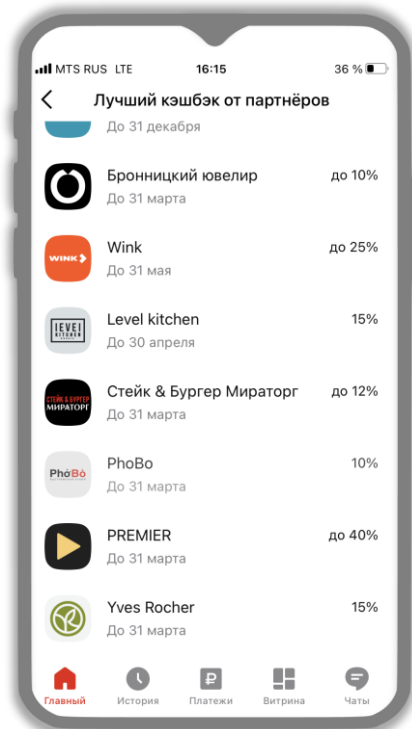
Время кобрендов – прошло...

Кобрендовые карты



Партнерства развиваются через акции, агрегаторы и экосистемы

Кобрендовые карты



Банки продолжают искать новые фишки: впечатления против выгоды



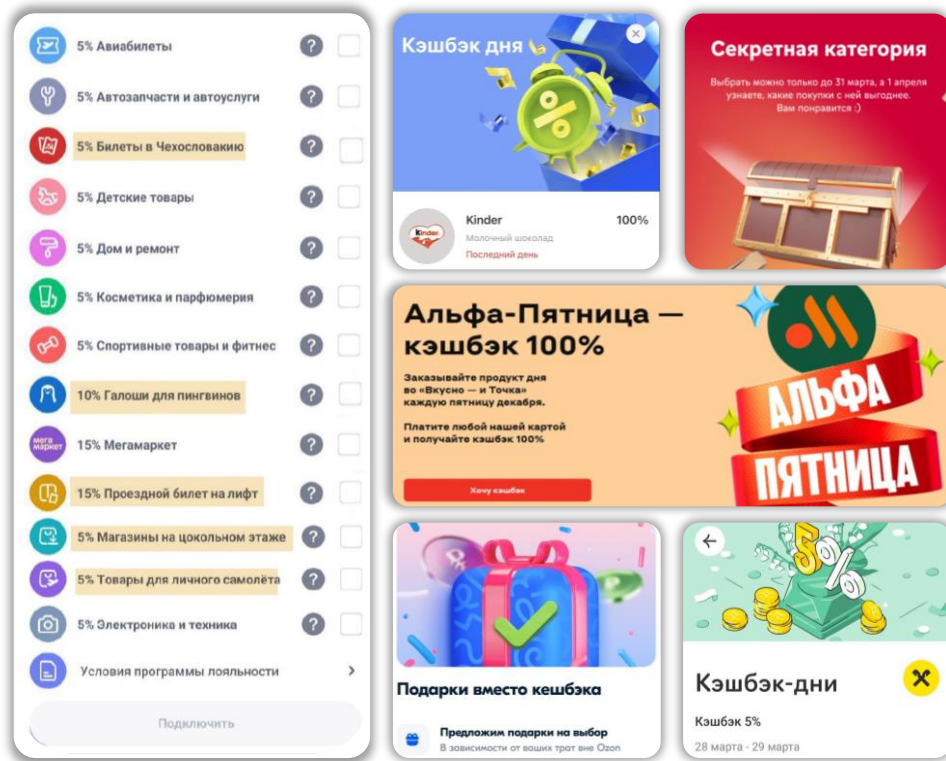
Рациональные:

- скидки
- повышенные начисления по подписке
- включение в программу небонусируемых категорий (ЖКХ, QR-коды)



Эмоциональные:

- геймификация (барaban суперкешбэка, шанс на выигрыш)
- секретные и шуточные категории

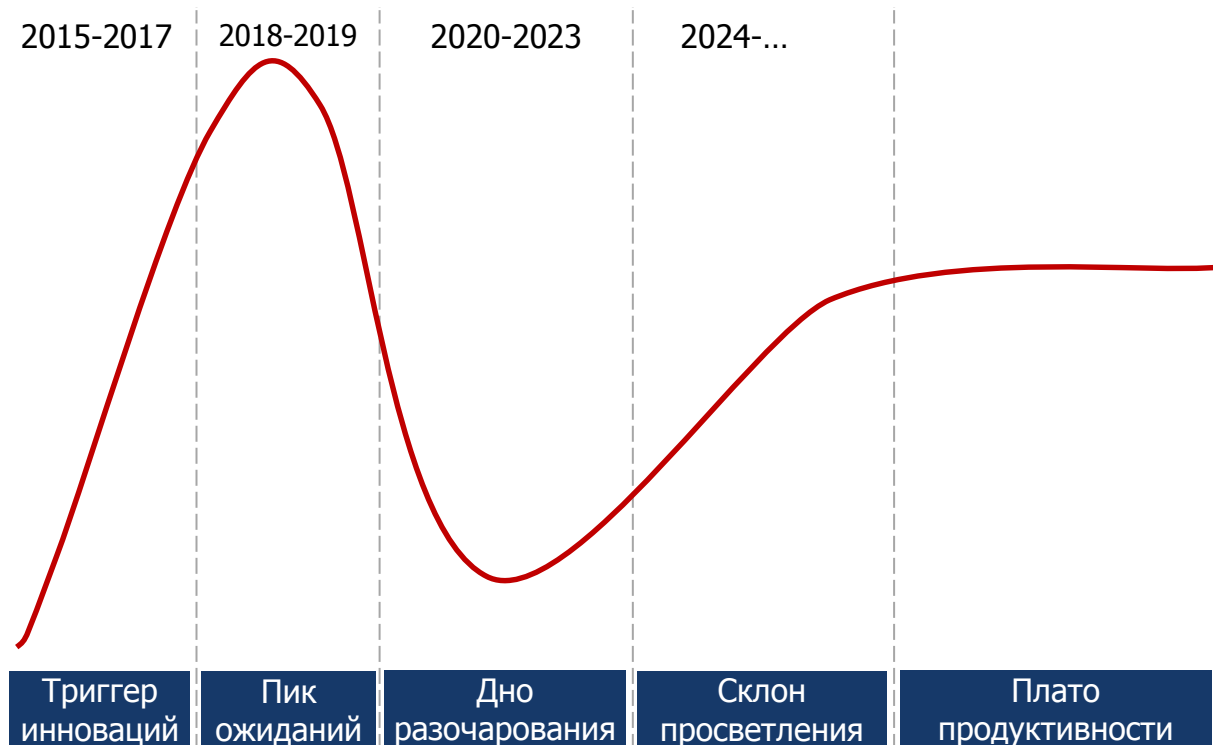


Программы лояльности или reward-программы?

Цели	Удержание действующих клиентов Активизация взаимодействия с банком
Инструменты	Кешбэк Скидки, спецтарифы и предложения
Фокус	Клиент
Основа экономики программ	LTV клиента
Влияние на клиентское поведение	Долгосрочные отношения
Отношение клиентов	Эмоциональное

LOYALTY

От reward-программ к программам лояльности



- От программ вознаграждений по картам к программе лояльности клиента
- От вознаграждений за транзакции к бонусированию всех активностей клиента с банком
- Сервис и впечатления важнее выгоды



Анна Стогниенко

Старший проектный лидер Frank RG
stognienko@frankrg.com

