

Мировой рынок подписок 2025

—
Удержание рациональных пользователей в
орбите провайдеров подписок

Август 2025

Приветствие проектной команды

Коллеги,

В июле - августе 2025 года наша проектная команда внимательно изучала наполнения ряда зарубежных подписок и мировые тренды на этом рынке. Мы рады представить результаты этой работы в формате публичного бесплатного отчета.

В рамках этого исследования мы частично повторили подход, используемый для анализа российских подписок в нашем ежегодном отчете «Мультисервисные подписки в России». Собрали и проанализировали тарифы, наполнение и форматы скидок, изучили опросы респондентов из разных стран, оценили количество подписчиков в разных странах.

В своем исследовании мы стремились зафиксировать текущую ситуацию и дать прогнозы там, где это возможно, на будущие периоды. Также одной из наших задач было проведение параллелей с российским рынком.

Надеемся, что отчет станет полезным инструментом, который поможет вам сформировать представление о ситуации на мировом рынке и даст вводные для дальнейшего изучения созвездий подписочных сервисов.

Команда



Анастасия Кудрякова
Старший проектный лидер



Ирина Махиянова
Ведущий аналитик



Степан Акулёнок
Ведущий аналитик



Алина Богиева
Младший аналитик

Содержание

Ключевые выводы [4]

1. Тренды и вызовы на мировом рынке подписок [5]
2. Наиболее популярные сервисы подписок [15]
3. Сравнение зарубежных мультисервисных подписок [20]
 - Amazon Prime
 - Apple One
 - 88VIP
 - Jio
 - Naver Plus
4. Российские подписки за рубежом [33]

Контакты [37]

Ключевые выводы

1.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ

В Европе и Азии количество подписок на пользователя меньше, чем в США и странах Латинской Америки.

Крупные финтехи и телекомы в Европе и Азии стали сразу создавать супераппы и подписки, включающие несколько сервисов, в отличие от США, где рынок начался с развития стриминговых сервисов.

2.

РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОДПИСОК

Подписчики хотят управлять всеми подписками в одном месте, понимать сколько они тратят и на какие цели.

В управлении пользователи начинают ценить гибкость — не отключение подписки, а заморозка, не оплата подписки ради одного сервиса, а оплата конкретного сервиса.

3.

БАНДЛИНГ 2.0 В ПОДПИСКАХ

Запрос на управление в «едином окне» и гибкость дали второе дыхание партнерствам. Стали востребованы компании, которые позволяют провайдерам собрать свою подписку как конструктор и/или дать эту возможность пользователю.

4.

ФОКУС НА УДЕРЖАНИИ КЛИЕНТА

Привлечение новых подписчиков обходится дороже, чем удержание существующих.

При этом отписка или временная приостановка использования подписки не обязательно приводит к полной потере клиента. Треть отписавшихся подписчиков в США оформляют подписку заново в течение одного года.

5.

СУПЕРМАРКЕТЫ VS ГАДЖЕТЫ

Согласно прогнозу Zuora, в 2025 г. сегмент «супермаркеты» станет самой востребованной категорией розничных подписок в мире и обгонит сегмент «электроника».

Почти двухкратный рост покажет доля подписчиков сервисов, предоставляющих выгоды при покупке продуктов питания, товаров для дома и доставке из супермаркетов.

1. Тренды и вызовы на мировом рынке подписок

Наибольшее количество компаний-провайдеров подписок сконцентрированы в США, России и Китае

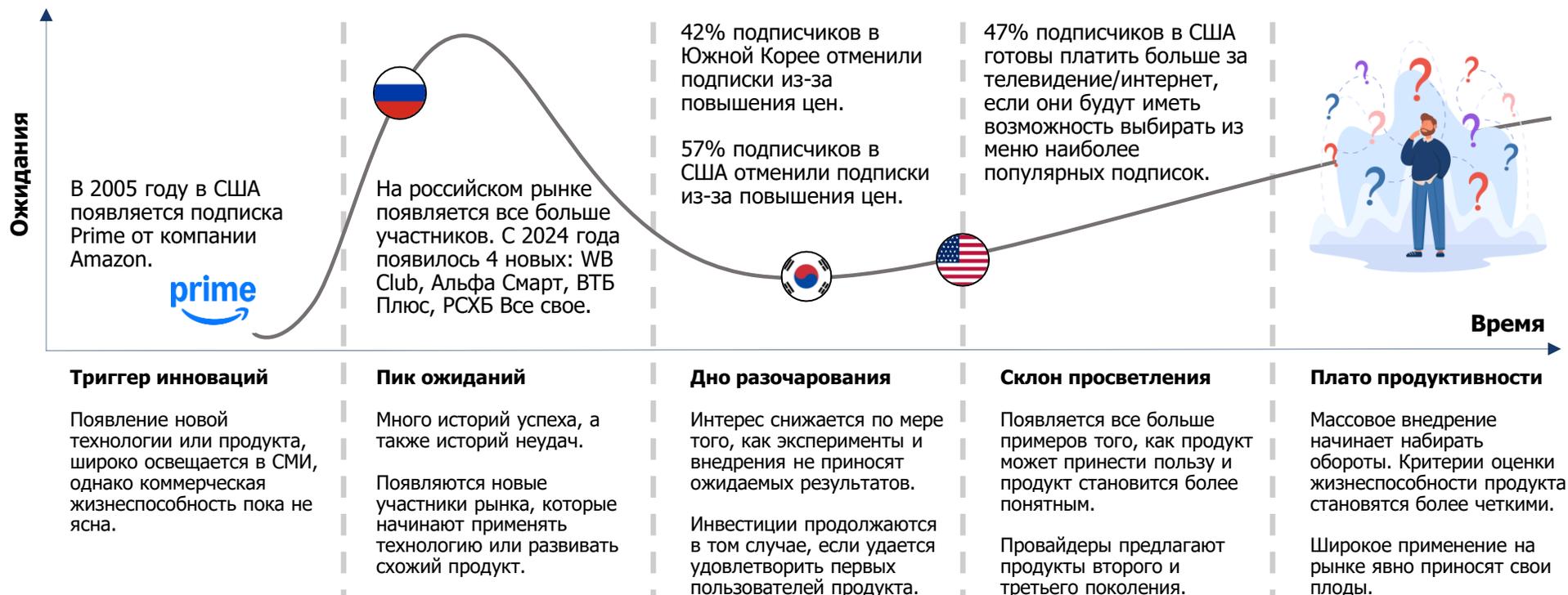
ТОП-5 самых часто упоминаемых сервисов подписок в мире



Российский рынок подписок имеет потенциал роста, тогда как в некоторых странах высока доля пользователей, которые отменяют свои подписки

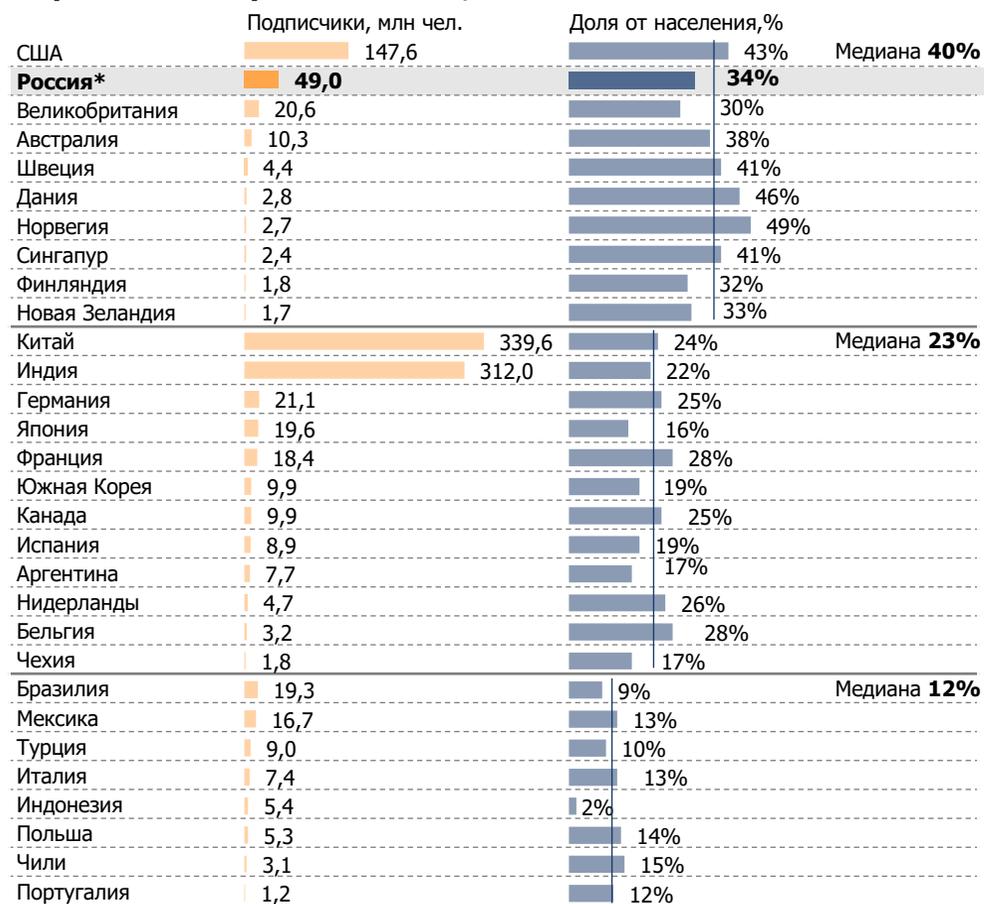
Кривая Гартнера (Gartner Hype Cycle) графически отражает этапы эволюционного развития, которые может проходить новая технология или продукт. Пять данных стадий представлены на графике ниже: «Триггер инноваций», «Пик ожиданий», «Дно разочарования», «Склон просветления» и «Плато продуктивности». Мировой рынок подписок движется не по единому сценарию, несмотря на то, что существуют схожие тренды. От страны к стране продукт может находиться на разных стадиях цикла. Американский рынок подписок, который является бенчмарком для многих стран, начал развиваться в 2005 году. Сейчас рынок США, согласно экспертной оценке Frank RG, находится в переломном моменте и движется к стадии «Склон просветления». Эксперты, опрошенные в 2024 году считали, что российский рынок подписок вступил в этап «Пик ожиданий» и у него еще существует потенциал роста.

Развитие мирового и российского рынков подписок на кривой Гартнера (цикл зрелости технологий/продукта)



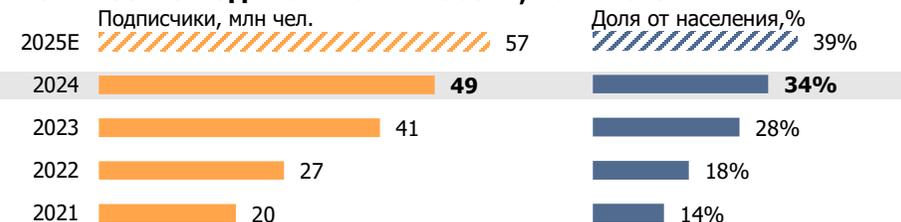
В разных странах доля подписчиков от населения может быть в пределах от 2% до 49% — Россия входит в группу стран с высокой долей подписчиков

Страны по числу подписчиков, 2024 г.



*В России отражена оценка по мультисервисным подпискам. По остальным странам показаны оценки по всем подпискам, включая мультисервисные. **Мультисервисная подписка** — это продукт, объединяющий несколько сервисов в пакетное предложение и/или улучшающий условия текущего обслуживания как минимум по одному сервису за регулярную абонентскую плату, предлагаемый компанией / группой компаний.

Количество подписчиков в России, 2021-2025 гг.



Источник: оценка Frank RG.

По оценке Frank RG, суммарное количество уникальных пользователей подписок по итогам 2024 года составляет 49 млн аккаунтов и их число будет расти и в следующем году. Примерно треть населения в России охвачено мультисервисными подписками.

Согласно оценке Frank RG по ряду стран, доля уникальных подписчиков от населения может колебаться от 2% до 49%. Исследованные страны были разделены на три группы, в зависимости от того, какая доля населения охвачена подписками. Россия входит в группу стран, где медианное значение доли подписчиков от населения составляет 40%.

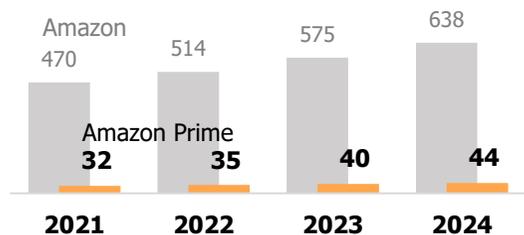
При оценке количества подписчиков в разных странах Frank RG опиралось на (1) количество неуникальных аккаунтов в наиболее популярных видеостриминговых сервисах, (2) долю видеостриминговых подписчиков среди всех подписчиков, (3) количество подписок на одного подписчика в среднем. Каждый из трех показателей рассматривался по конкретной стране/региону.

Источник: оценка Frank RG на основе: Bango 2024 — Subscription Wars «Super Bundling: Global trends», Subscription Wars: Super Bundling Awakens — опросы пользователей из США (n=5000), Европы (Великобритании, Франции, Испании, Германии, Италии; n=5000), Латинской Америки (Мексики, Бразилии, Перу, Колумбии, Чили, Аргентины; n=6400), Восточной Азии (Южной Кореи, Японии, Тайваня; n=5000); [FlixPatrol](https://data.un.org/_Docs/SYB/PDFs/SYB67_1_202411_Population,%20Surface%20Area%20and%20Density.pdf); данные о населении (Population, surface area and density | https://data.un.org/_Docs/SYB/PDFs/SYB67_1_202411_Population,%20Surface%20Area%20and%20Density.pdf).

Запуск подписки напрямую и косвенно стимулирует развитие бизнеса провайдера

Запуск подписки влияет на основной бизнес провайдера подписки. Среди целей создания подписки, которые чаще всего озвучивают провайдеры в публичном пространстве — повышение удобства пользования сервисами экосистемы, повышение лояльности клиентов, дополнительные выгоды для клиентов при пользовании подпиской. В классическом варианте подписка может зарабатывать на разнице между стоимостью сервисов, включенных в подписку, и стоимостью подписки — положительное сальдо является выгодой. Так как рынок находится на стадии развития, многие игроки фокусируются на нефинансовых эффектах от подписки — общем увеличении трат клиента в экосистеме, формировании лояльности и потребительских привычек, поэтому экосистемы могут получать выгоду от использования подписочной модели не напрямую, а за счет достижения мягких эффектов.

Объем продаж Amazon VS Amazon Prime, млрд \$

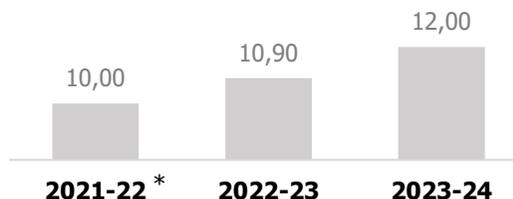


Доля продаж Amazon Prime от всех продаж Amazon

6,8% **6,9%** **7,0%** **7,0%**

Примером получения мягких эффектов от запуска подписки является Amazon Prime. Помимо чистого дохода от продажи подписки, продажи компании также растут год за годом, например, во время «Amazon Prime Day 2025» — четырехдневного периода, когда подписчики могут покупать товары на маркетплейсе по специальной цене — продажи выросли на 33% по сравнению с прошлым ивентом и составили 24 млрд \$.

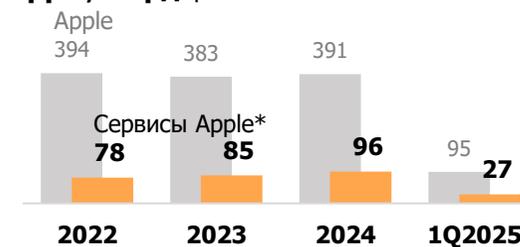
Выручка Jio Infocomm Limited, млрд \$



*Финансовый год стартует в марте.

Телеком-гигант Jio в Индии использует другую модель: предоставляет доступ к своей экосистеме через подписку JioPrime. Jio создала крупнейшую LTE сеть по всей Индии и привлекла более 250 млн клиентов за первые 2 года работы, став самым крупным оператором в мире по объёму трафика. Стратегия компании заключалась в создании дополнительных сервисов вокруг собственной мобильной сети — более 50% абонентов Jio пользуются услугами экосистемы.

Выручка Apple VS выручка от сервисов Apple, млрд \$



Доля выручки сервисов Apple от всей выручки Apple

19,8% **22,2%** **24,6%** **27,9%**

Apple демонстрирует другой подход, монетизируя именно пользование цифровыми сервисами, вне зависимости от физического продукта. Это отражается на структуре выручки компании — CAGR выручки, созданной сервисами, с 2019 по 2024 год составил 16%. Год от года растет и количество клиентов, которые платят за сервисы (включая и Apple One). Сейчас таких клиентов, по заявлениям Тима Кука, более 1 миллиарда.

Источник: Annual Reports on Form 10-k, Quarterly Earnings Reports, Apple | <https://investor.apple.com/investor-relations/default.aspx>; 2024 Annual Report, Amazon | <https://ir.aboutamazon.com/annual-reports-proxies-and-shareholder-letters/default.aspx>; Annual Report, Jio Infocomm Limited | <https://www.jio.com/investor-relations/rjil/?requestOriginatingfrom=investor-relations>.

*Сервисы Apple включают в себя следующие сервисы и рекламу в них: Store, Online Store, Arcade, Books, Fitness+, Music, News, Pay, Card, Cash, Podcasts, Concierge, семинары и молодежные программы, Apple TV, FaceTime, Семейный доступ, Локатор, Game Center, iCloud, iMessage.

Стремясь удержать подписчиков, провайдеры персонализируют наполнение подписок для клиента и дробят свои предложения на более специализированные

В фокусе — удержание подписчиков

Привлечение подписчиков обходится компаниям дороже, чем их удержание. В 2024 году стоимость привлечения клиента составляла \$200-300, тогда как стоимость удержания обычно составляет \$40-60 ежегодно¹.

Для построения эффективной стратегии по удержанию подписчиков компании сосредотачиваются на сборе и анализе большого количества данных: паттерны поведения пользователей, уровень вовлеченности, взаимодействие с сервисами, наличие внешних факторов (сезонность, события из жизни клиентов).

Для того, чтобы облегчить эту задачу для провайдеров подписок на международном рынке существуют компании, которые предлагают SaaS-решения для аналитики полного жизненного цикла подписок.

 Recurly

 Paddle  chargebee

 ARIA  MAXIO

Гиперперсонализация

Подписчикам, особенно новому поколению Z, важно персонализированное взаимодействие с сервисами. Среди цифровых медиа-платформ распространены платформы (например, YouTube, TikTok, Instagram²), которые работают на алгоритмах, предоставляющих контент с учетом индивидуальных предпочтений пользователей. Провайдеры адаптируют контент, рекомендации, цены для каждого пользователя, настраивая подписку под их потребности.



56%

покупателей совершат повторную покупку после персонализированного взаимодействия с бизнесом³.

на **28%**

могут снизиться затраты на удержание и привлечение клиентов при персонализации предложений для покупателей⁴.

Акцент на ценности и создание сообществ

Помимо контента для широкой аудитории, важен и контент для узких ниш, где потребитель получает именно то, что отвечает его потребностям.

Один из популярных трендов на рынке — создание микроподписок.

The New York Times

Подписку на The New York Times можно купить на год (физические газеты, цифровая версия, игры, рецепты и пр.), аудио (подкасты), а можно купить подписку в The New York Times отдельно на игры (кроссворды и др.)

Также провайдеры акцентируют внимание на позиционировании подписки, как членства в клубе / программе лояльности, и предоставляют потребителям эксклюзивные предложения.



Компания Uber запустила подписку UberOne, часть рекламной компании которой являются эксклюзивные предложения в Uber Eats и Uber (Такси).

¹"Customer Acquisition Cost vs Retention Cost: Finding the Optimal Investment Ratio" Linchpinseo; ²Запрещён в России, принадлежит Meta; ³ 2023 " Global Survey Report: The Business Value of Real-Time Personalization " Comviva; ⁴ "The State of Personalization 2023" Twilio Segment.

Пользователи стремятся рациональнее использовать подписки — в ответ на это провайдеры проявляют гибкость и развивают партнерства

Бандлинг и создание пакетов из подписок

Подписчики хотят оплачивать все свои подписки в одном месте. Определенной ценностью для них являются пакеты из подписок из смежных сфер. Телекоммуникационные компании стали удобной площадкой для создания бандлов.

Компании стремятся, чтобы их подписка стала «подпиской навсегда», стараясь комбинировать свой сервис с теми подписками, которые пользователи любят и используют каждый день.

70% подписчиков обладают одной подпиской, которую они никогда не приостанавливали или не отменяли в США

62% подписчиков больше хотят купить бандл, чем подписки по отдельности в США

1 из 5-х подписчиков оплачивает подписку не напрямую на сайте провайдера, а на сайте другой компании в США

1 из 3-х в Европе

Гибкость подписок VS рациональность подписчиков

Подписчики ожидают, что провайдеры будут предоставлять гибкие тарифы оплаты, внедряют функции приостановки или возобновления подписки, возможность оплаты сервиса по итогам использования, комбинацию из подписки и разовой покупки.

36% подписчиков США часто останавливают подписку и подписываются заново в течение одного года

57% подписчиков приобретают подписку на видеостриминг (SVOD - Subscription Video on Demand), чтобы посмотреть определенный контент, и затем отписываются



Использование ИИ

ИИ собирает данные о поведении пользователей и анализирует их, автоматизирует пользовательские сценарии, создает персонализированные предложения, помогает адаптировать контент, рекомендации, цены и пр. Таким образом, ИИ помогает предсказывать поведение пользователей и оптимизировать их опыт, уменьшать отток и улучшать показатели компаний.



amazon

перезапустил¹ помощника Alexa, обновив ее с помощью искусственного интеллекта.

Также компания Amazon вводит² различные функции на основе ИИ для пользователей. Например, Amazon Prime Video будет предлагать дубляж³ фильмов на английском и испанском языках, созданный с помощью ИИ.

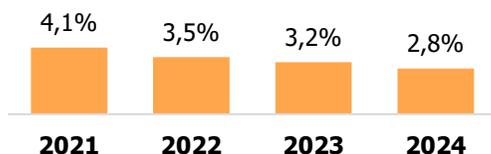
¹ [Introducing Alexa+, the next generation of Alexa](#); ² [Amazon launches personalized shopping prompts as part of its generative AI push](#) | TechCrunch; ³ [Amazon Prime Video tests AI-based dubbing on licensed movies, series](#) | Reuters.

Отписка или пауза в использовании не всегда приводит к потере клиента

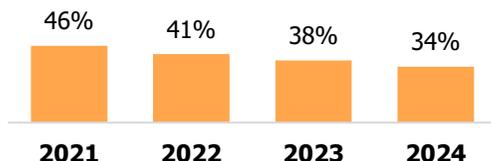
Несмотря на то, что доля новых подписчиков упала до 2,8%, этот рынок продолжает расти. Средний прирост подписчиков у провайдера во всех сферах составляет 15%, в сфере цифровых медиа и развлечений — 2%, данная сфера уже кажется насыщенной пользователями. Иногда пользователи предпочитают отписываться или приостанавливать подписку. После возобновления подписки средняя продолжительность пользования сервисами может быть такой же, как до отписки и даже превышать ее. Желание подписчика отписаться не означает того, что клиент навсегда прекратит взаимодействие с провайдером: после возобновления подписки клиент живет в экосистеме довольно продолжительное время. Подписчики цифровых медиа и развлечений чаще отписываются/приостанавливают подписку. Это может быть связано с тем, что пользователи приходят за конкретным контентом на ограниченный период и хотят платить только за время пользования, рационализируя свои траты.

Все сферы, где есть подписочные сервисы:

Доля новых подписчиков от всех подписчиков (Acquisition rate), %



Доля платящих подписчиков от тех, кто воспользовался пробной версией (Trial conversion rate), %



2 года
средняя продолжительность подписки

20%
подписчиков оформляют подписку заново

25%
подписчиков выбирают при наличии функцию приостановить подписку, а не отписаться

В т.ч. сфера цифровых медиа и развлечений:

1,5 года
средняя продолжительность подписки

28%
подписчиков оформляют подписку заново

В **3** раза
в 2024 году выросло количество тех, пользуется опцией приостановки подписки

Удержанию подписчиков способствуют следующие принципы:

- 1 Гибкость
- 2 Персонализация
- 3 Безопасность

Среди используемых стратегий по удержанию подписчиков можно выделить следующие:

- Наличие различных временных периодов для подписки
- Безопасность платежей и хранения финансовой информации
- Наличие разнообразных методов оплаты и гибких программ ценообразования
- Наличие функции по приостановке подписки
- Наличие программ лояльности, эксклюзивных предложений
- Получение ценности от подписки сразу после нажатия кнопки «подписаться»

С увеличением количества подписок у пользователей растет запрос на прозрачное и удобное управление ими

Среднее количество подписок на 1 пользователя в стране/регионе, 2024 г.

Средние траты на подписку в год*, 2024 г.

США	4,5	\$924
Латинская Америка	3,5	\$444
Восточная Азия	3,3	\$351
Европа	3,2	\$762
Россия	2	\$14**

Рынок подписок: рост и проблемы пользователей

По данным и прогнозам Market.us, в 2024 году объем рынка подписок в мире составил 487\$ млн и в течение 10 лет будет в среднем увеличиваться на 16%. Несмотря на то, что подписка — эффективная модель для построения долгосрочных отношений с клиентами, пользователи сталкиваются с проблемами, связанными со слишком большим выбором подписок и управлением ими.

Более половины опрошенных пользователей из США, Латинской Америки, Восточной Азии и Европы считают, что сейчас на рынке представлен слишком большой выбор подписок. Это создает информационную «перегрузку» и путаницу в управлении ими: около трети абонентов из этих стран даже не знают, сколько они ежемесячно тратят на подписки. Столько же респондентов чувствуют себя «связанными» ими, в том числе из-за проблем с отменой подписки у 14–29% пользователей. В России для 47% пользователей подписок важна функция отключения подписки.

Прозрачность и удобство управления подписками

Более половины (58–79%) респондентов из США, Латинской Америки, Восточной Азии и Европы испытывают неудовлетворение из-за отсутствия единого канала для управления подписками. Большинство абонентов сталкиваются с проблемой контроля над аккаунтами и подключенными услугами и нуждаются в их централизованном управлении, в связи с чем растет запрос на удобные и прозрачные инструменты управления подписками.

*Курс USD средних трат: США, Латинская Америка, Европа — май 2024 г., Восточная Азия — август 2024 г., Россия — июль 2025. **Оценка Frank RG на основе данных Sostav.ru. Источник: Recurly — 2025 State of Subscriptions, Bango 2024 — Subscription Wars «Super Bundling: Global trends» — опрос пользователей из США (n=5000), Европы (Великобритании, Франции, Испании, Германии, Италии; n=5000), Латинской Америки (Мексики, Бразилии, Перу, Колумбии, Чили, Аргентины; n=6400), [Market.US report on Subscription Economy Market 2025](#), [Sostav.ru](#)

Бандлинг становится все более заметным трендом на мировом рынке подписок

Одним из ярких примеров ответа на сформировавшийся запрос на удобные и прозрачные инструменты управления подписками является платформа Digital Vending Machine от международной компании Vango. Помимо этого на рынке развиваются и другие нишевые сервисы для провайдеров подписок и их пользователей.

Контроль трат на подписки

Для удобства подписчиков создаются мобильные приложения, где можно следить за оформленными подписками и контролировать финансовые траты.



Digital Vending Machine® (DVM™)

Платформа, на которой представлены 100+ подписок из разных сфер.

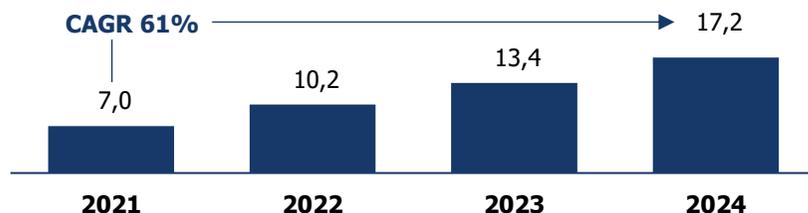


Платформу DVM используют:

- телекоммуникационные операторы: BT/EE (Великобритания); T-Mobile US (США); Comcast (США); Liberty Global (Европа) и др.
- 2 крупных подписки: Verizon myPlan & myHome (США); Optus SubHub (Австралия)

В 2025 г. компания Vango вышла на азиатский рынок, заключив партнерство с южнокорейским телекоммуникационным провайдером KT (13,5 млн клиентов).

Выручка Vango Plc от DVM, млн \$



Комплексные решения для провайдеров подписок

На международном рынке многие компании предлагают технологические решения для:

- создания пакетов из подписок,
- управления подписками,
- проведения аналитики,
- внедрения white-label решений
- других функций



Разные форматы бандлов

В разных регионах мира компании, предлагающие подписки на свои сервисы, создают для пользователей моносервисные и мультисервисные подписочные бандлы. Стоимость такого пакета дешевле, чем если бы клиент оформлял каждую подписку по отдельности.



Бандл из французского издательства le Monde и стримингового сервиса HBO Max



Бандл из 250+ приложений для Mac и iOS



Бандлы из стриминговых сервисов



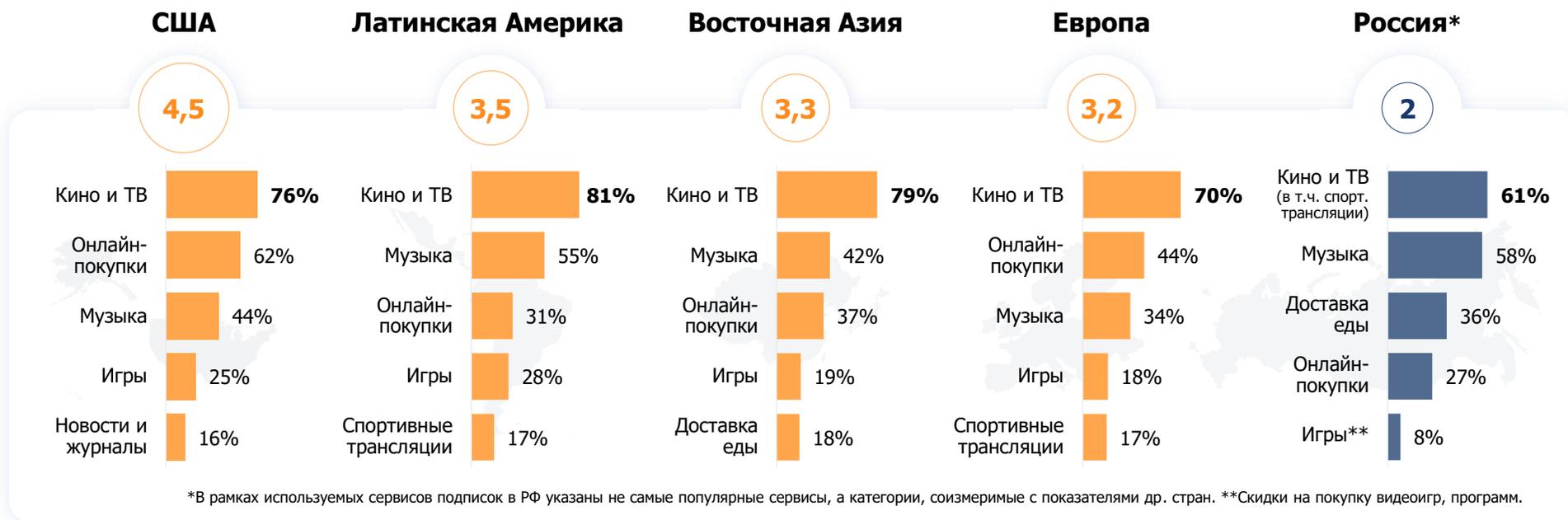
Бандл ритейлера и стримингового сервиса

2. Наиболее популярные сервисы подписок

Онлайн-кинотеатры — наиболее популярные подписочные сервисы в мире

Наиболее популярные сервисы подписок по странам/регионам, %, 2024 г.

ⓧ — среднее количество подписок на 1 пользователя в стране/регионе



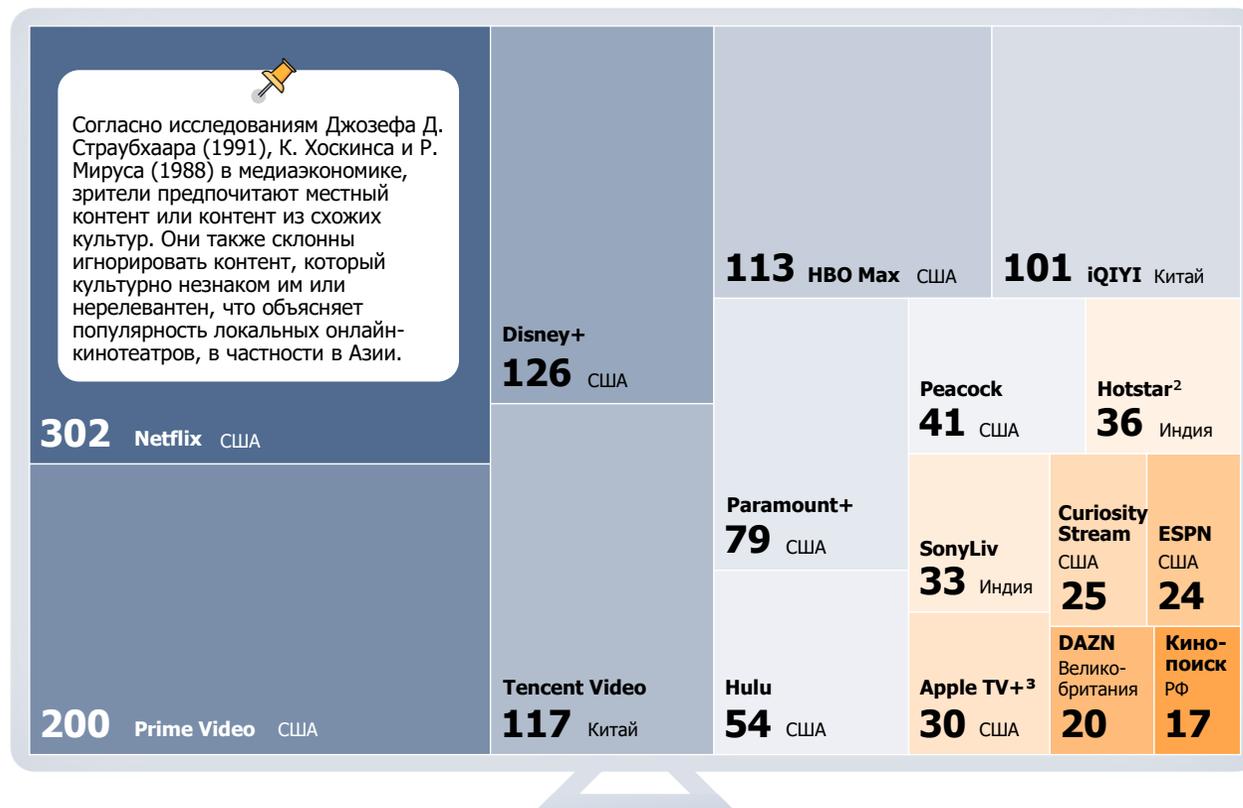
Кино и ТВ-стриминги лидируют среди самых распространенных сервисов подписок в мире — в частности они охватывают 76% пользователей из США — ведущей по количеству подписок стране. Согласно данным FlixPatrol, крупнейшие в мире видеосервисы с доступом по подписке — Netflix (более 300 млн подписчиков) и Prime Video (около 200 млн) — изначально создавались для американского рынка, но быстро превратились в глобальные платформы. Россия не отстает в контексте глобальных тенденций использования подписок: по результатам опроса, проведенного Frank FG в 2024 году, среди пользователей мультисервисных подписок, онлайн-кинотеатры использует 61% респондентов, что является самой востребованной опцией после повышенного кешбэка и баллов.

В США, странах Латинской Америки, Восточной Азии и Европы рынок подписок имеет похожую структуру: помимо онлайн-кинотеатров, в число наиболее популярных услуг входят ретейл-услуги, музыкальные стриминги и игровые сервисы — эти четыре категории лидируют во всех перечисленных регионах, кроме РФ. Это свидетельствует о глобальной тенденции унификации цифровых привычек. Паттерны потребления пользователей подписок становятся схожими, несмотря на культурные и экономические различия стран. Так, несмотря на разное наполнение подписок и их среднее количество на одного пользователя, во всех регионах потребители в первую очередь выбирают сервисы из сферы контента, развлечений и ретейл-услуг.

Источник: Subscription Wars «Super Bundling: Global trends | Bango, Subscription Wars: Super Bundling Awakens | Bango — опросы пользователей из США (n=5000), Европы (Великобритании, Франции, Испании, Германии, Италии; n=5000), Латинской Америки (Мексики, Бразилии, Перу, Колумбии, Чили, Аргентины; n=6400), Восточной Азии (Южной Кореи, Японии, Тайваня; n=5000), Top Streaming Services by Subscribers - FlixPatrol | <https://flixpatrol.com/streaming-services/subscribers/>

Netflix — крупнейший в мире онлайн-кинотеатр по количеству подписчиков

Количество подписчиков крупнейших онлайн-кинотеатров¹, млн чел.



Мир

Самым популярным онлайн-кинотеатром в мире является американский потоковый сервис Netflix — в мае 2025 количество подписчиков стриминга достигло 301,6 млн.

Северная и Латинская Америка, Европа

Netflix лидирует по количеству подписчиков в США, Канаде, странах Латинской Америки, Европы. В этих регионах также имеют высокую популярность Prime Video, HBO Max и Disney+.

Азия

В Азии большим спросом пользуются локальные сервисы: Tencent Video, Hotstar, iQIYI. Крупнейший азиатский видеостриминг — Tencent Video — по данным на март 2025 г., насчитывает 117 млн подписчиков, несмотря на то, что доступен только в Китае.

Россия и СНГ

Кинопоиск является самым крупным онлайн-кинотеатром не только в России, но и в Беларуси, Казахстане, Грузии и др. некоторых странах СНГ — число подписчиков, использующих сервис, по данным на март 2025 г. — 16,5 млн/мес. Согласно результатам опроса Frank RG⁴, Кинопоиск является наиболее популярным онлайн-кинотеатром как среди мульти-, так и среди моноподписчиков.

¹ Последние данные открытых источников (2023, 2024, 2025 г.)

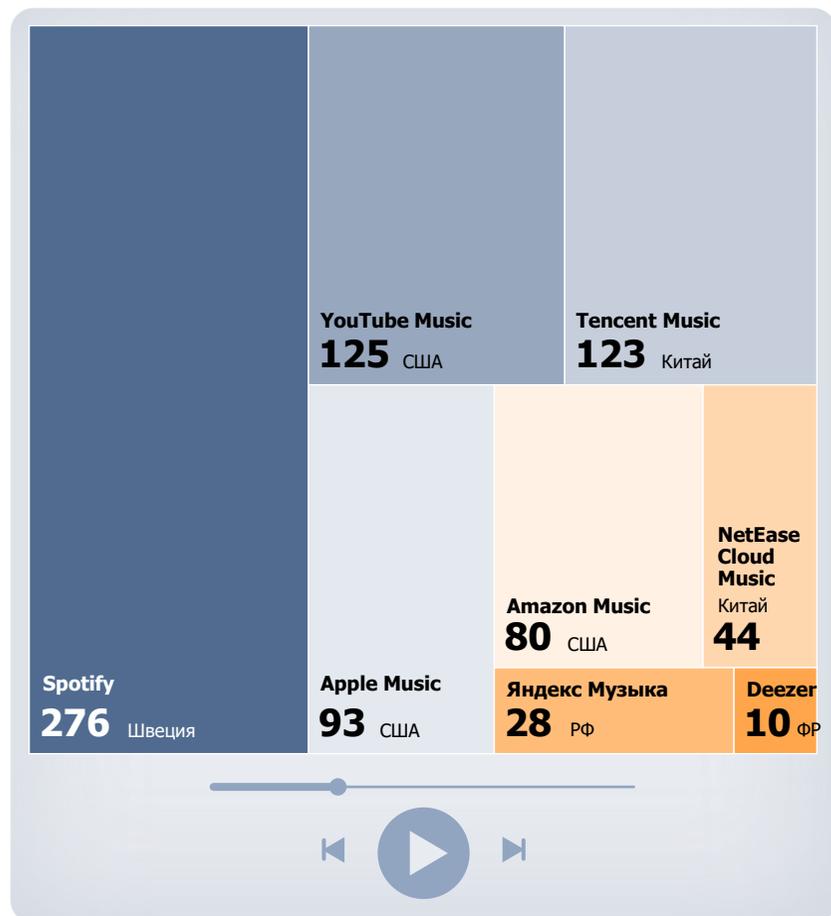
² В феврале 2025 года сервисы Disney + Hotstar и JioCinema в Индии были объединены в JioHotstar. Согласно отчету Reliance Industries Limited (июль 2025 г.), во время IPL на JioHotstar база подписчиков достигла 287 миллионов.

³ Оценка FlixPatrol

⁴ Frank RG, результаты онлайн-опроса, n=1003, декабрь 2024 г.

Spotify — крупнейший в мире музыкальный стриминг по численности подписчиков

Количество подписчиков крупнейших музыкальных стримингов¹, млн чел.



Мир

Самым популярным в мире музыкальным стримингом является шведский потоковый сервис Spotify — по итогам второго квартала 2025 года количество подписчиков стриминга достигло 276 млн.

Северная и Латинская Америка, Европа

Доля подписчиков Spotify Premium из Европы, Северной и Латинской Америки составляет 86%: более половины активных пользователей стриминга из этих регионов имеют платную подписку на сервис, в то время, как доля подписчиков Premium в остальных регионах — лишь 15%. В Европе, Северной и Латинской Америке также имеют высокую популярность Prime Music, YouTube Music и Apple Music.

Азия

В Азии большим спросом пользуются локальные сервисы: платформа Tencent Music (включает в себя сервисы QQ Music, Kugou Music, Kuwo Music, WeSing), NetEase Cloud Music. Крупнейшая азиатская платформа аудиостриминга — Tencent Music — по данным на март 2025 г., насчитывает 123 млн подписчиков, несмотря на то, что доступна только в Китае.

Россия

Яндекс Музыка входит в ТОП-10 музыкальных стримингов в мире по количеству подписчиков (28 млн). Сервис также является самым популярным музыкальным сервисом в РФ — согласно результатам опроса Frank RG², 43% респондентов используют подписку на Яндекс Музыка.

¹ Последние данные открытых источников (2023, 2024, 2025 г.)

² Frank RG, результаты онлайн-опроса, n=1363, декабрь 2024 г.

Эксперты: сегмент «супермаркеты» станет лидером ретейл-подписок в 2025 г.

Доля наиболее популярных сегментов ретейл-подписок в мире, 2022 г., %

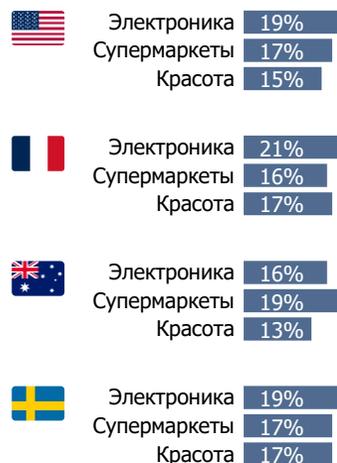


¹ Товары для ремонта, садоводства и пр.

² n(США)=2000, n(Европа)=10 000, n(Австралия)=500

³ Frank RG, результаты онлайн-опроса, n=486, декабрь 2024 г.

ТОП-3 сегмента



Мир

По данным опроса², проведенного Zuora среди жителей США, Австралии и стран Европы, в 2022 г. сегмент электроники был самым популярным среди ретейл-подписок. 19% респондентов из разных регионов и, в частности 18% из Европы, имели активную подписку в этом сегменте. Помимо «электроники», в ТОП-3 категории ретейл-подписок также входят «супермаркеты» (17%) и «красота» (15%) — эти сегменты лидируют в 11 из 12 стран, принявших участие в исследовании.

Прогноз (мир) на 2025 г.

Согласно прогнозу экспертов, в 2025 г. сегмент «супермаркеты» станет самой востребованной категорией розничных подписок. Почти двухкратный рост покажет доля подписчиков сервисов, предоставляющих выгоды при покупке продуктов питания, товаров для дома и доставке из супермаркетов.

Россия

«Пакет» — первая подписка среди российских ретейлеров в категории «Супермаркеты», которая стала мультисервисной, она была запущена осенью 2021 года X5 Retail Group. По данным опроса Frank RG, Пакет является 4 по популярности мультисервисной подпиской в РФ — 19% подписчиков пользуются этой подпиской, а среди подписчиков с более чем одной подпиской, Пакет находится на 3 месте после Яндекс Плюс и СберПрайм.

3. Сравнение зарубежных мультисервисных* подписок

- Amazon Prime
- Apple One
- 88VIP
- Jio
- Naver Plus

*В рамках данного исследования **мультисервисная подписка** — это продукт, объединяющий несколько сервисов в пакетное предложение и/или улучшающий условия текущего обслуживания как минимум по одному сервису за регулярную абонентскую плату, предлагаемый компанией / группой компаний.

Для обзора были выбраны 5 мультисервисных подписок — крупнейших по количеству пользователей как в отдельных странах, так и во всем мире

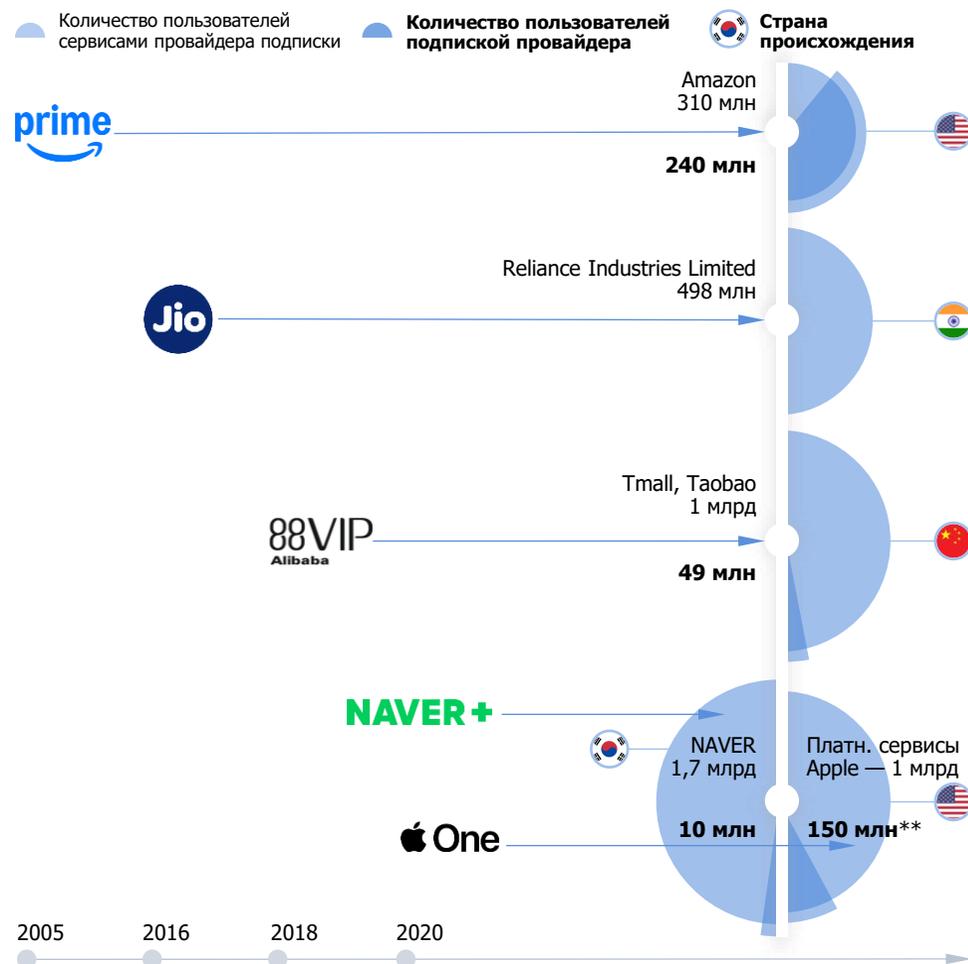
	Подписка	Провайдер
	Amazon Prime	Amazon.com, Inc.
	Apple One	Apple Inc.
	88VIP	Alibaba
	Jio	Reliance Industries Limited
	Naver Plus	Naver

Первая глобальная мультисервисная подписка — **Amazon Prime** — по мнению экспертов, является бенчмарком на рынке и примером того, как объединение преимуществ множества сервисов в одной подписке может повысить лояльность и вовлеченность пользователей — 91% опрошенных подписчиков, использующих Prime более 2 лет, рассматривали для совершения последней покупки только Amazon*.

Азиатские мультисервисные подписки, такие как **88VIP**, **Jio** и **Naver Plus**, демонстрируют иной подход, концентрируясь на интеграции с локальными экосистемами, культурной и поведенческой специфике местных рынков, и представляют из себя более бюджетные модели массового охвата. Азиатская модель подписки также больше интегрирована в пользовательский опыт, в то время как **Amazon Prime** и **Apple One** являются опциональным решениями для более выгодного использования сервисов.

В рамках исследования были выбраны именно эти подписки для сравнения механик формирования наполнения западных подписок, которые развивались как универсальные мультисервисные продукты и азиатских, направленных на глубокую интеграцию с локальными экосистемами и сервисами.

Количество активных пользователей подписок



* [Digital Commerce 360](#). **Оценка Frank RG на основе данных о количестве пользователей платными сервисами Apple
Источник: Данные с сайтов провайдеров подписок, открытые источники, Frank RG, 2025 г.

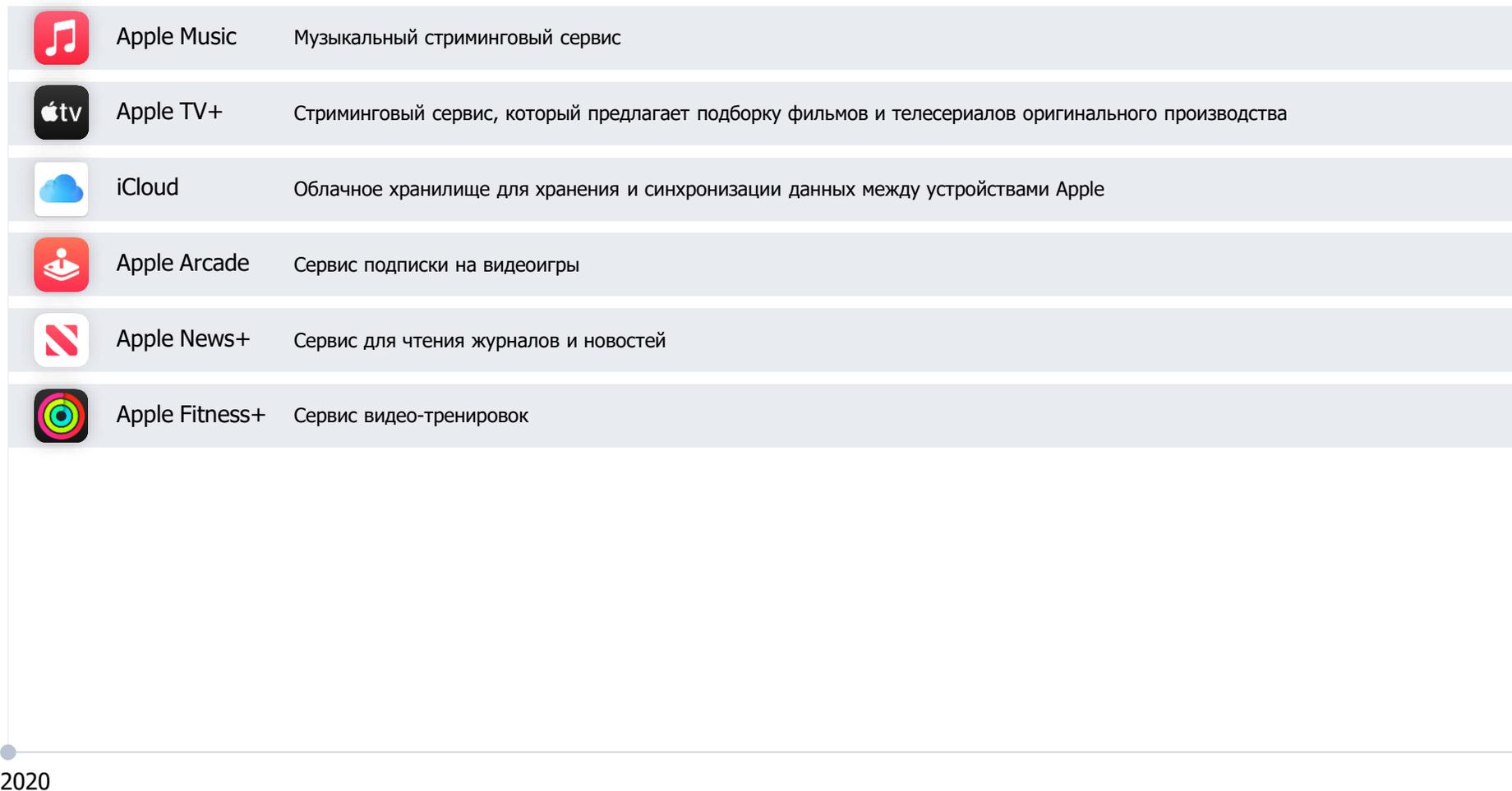
Экосистемные мультисервисные подписки в США | Amazon Prime

Этапы развития подписки Amazon Prime



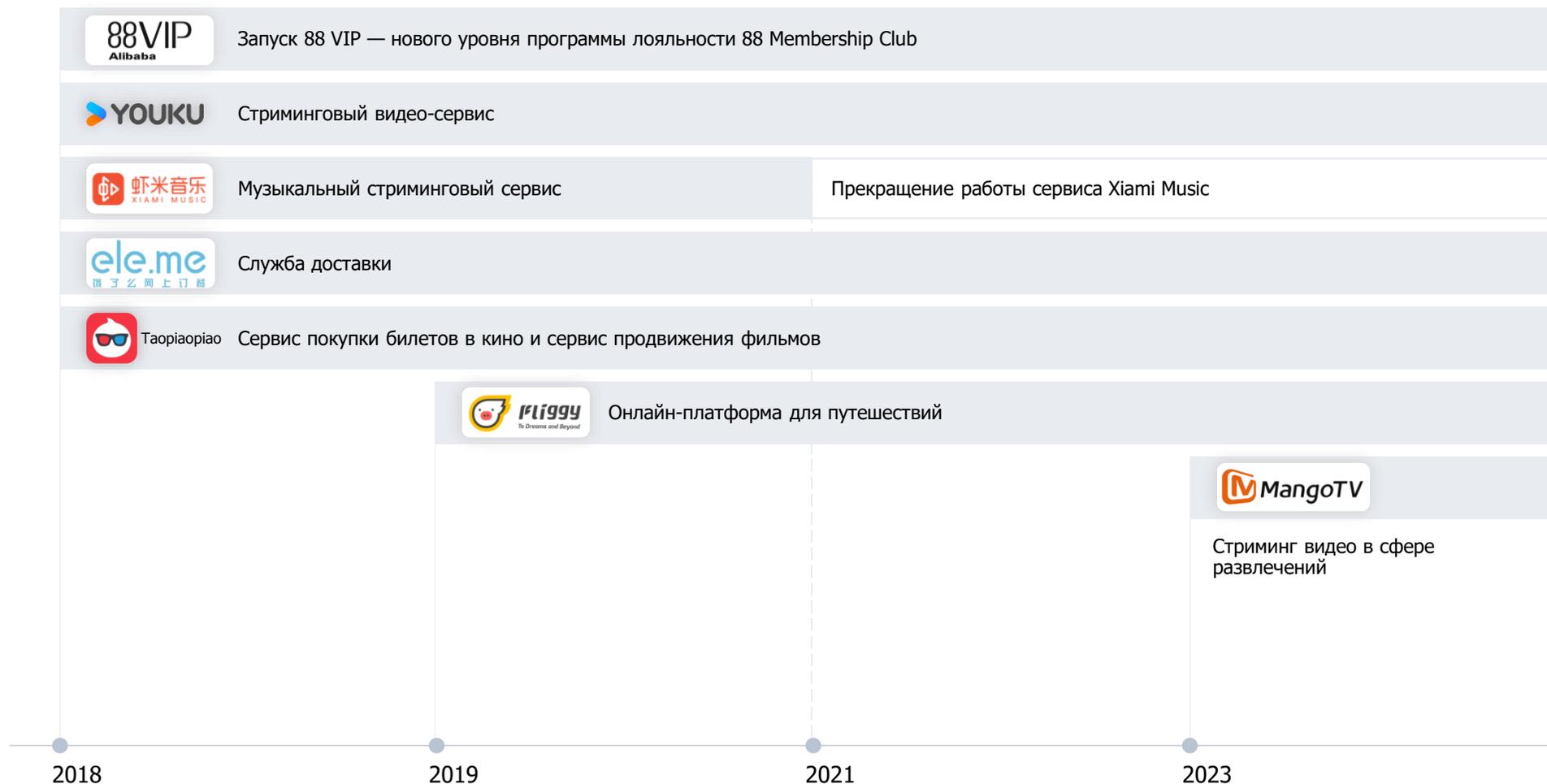
Экосистемные мультисервисные подписки в США | Apple One

Этапы развития подписки Apple One



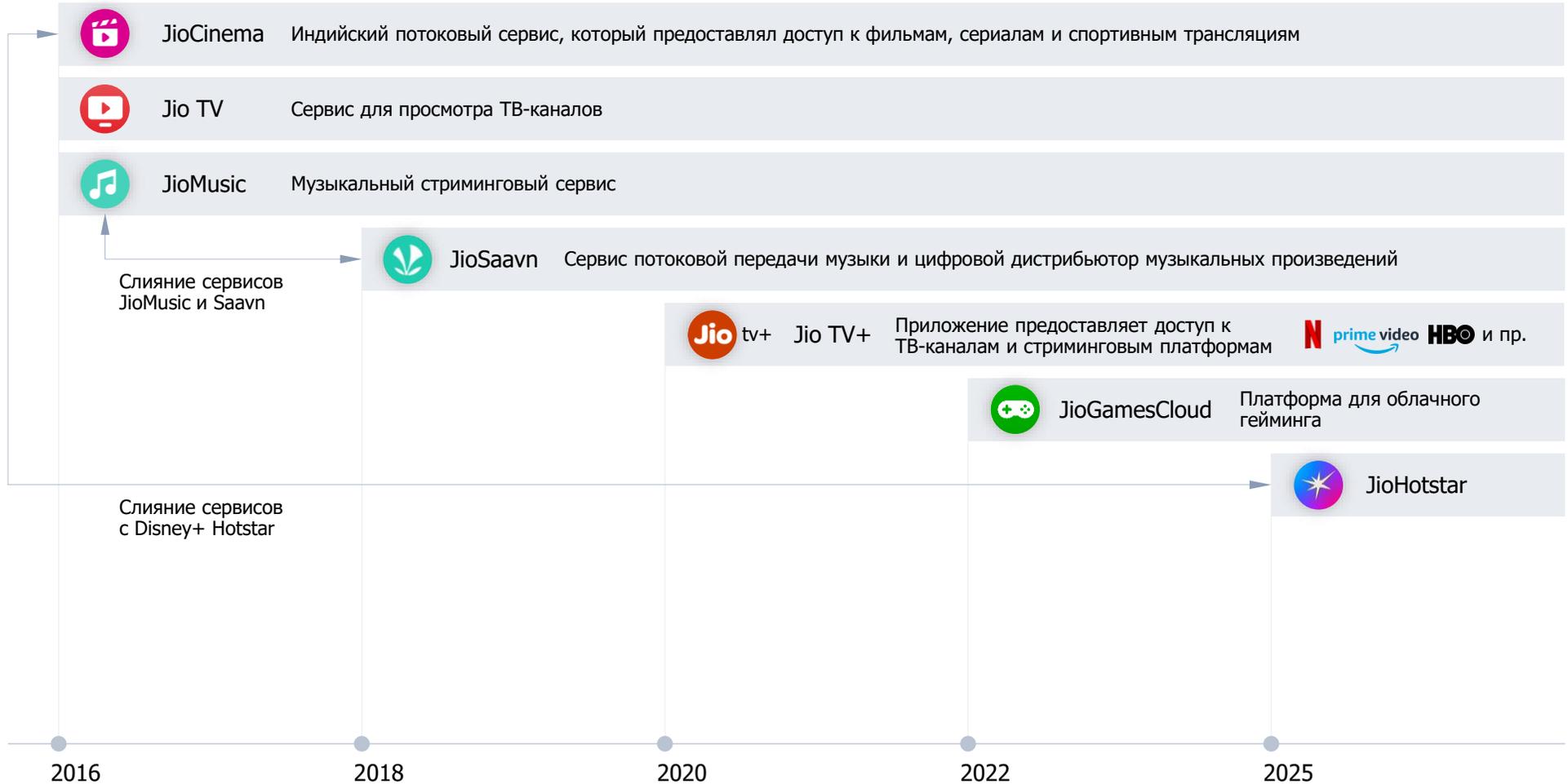
Экосистемные мультисервисные подписки в Китае | 88VIP

Этапы развития подписки 88VIP



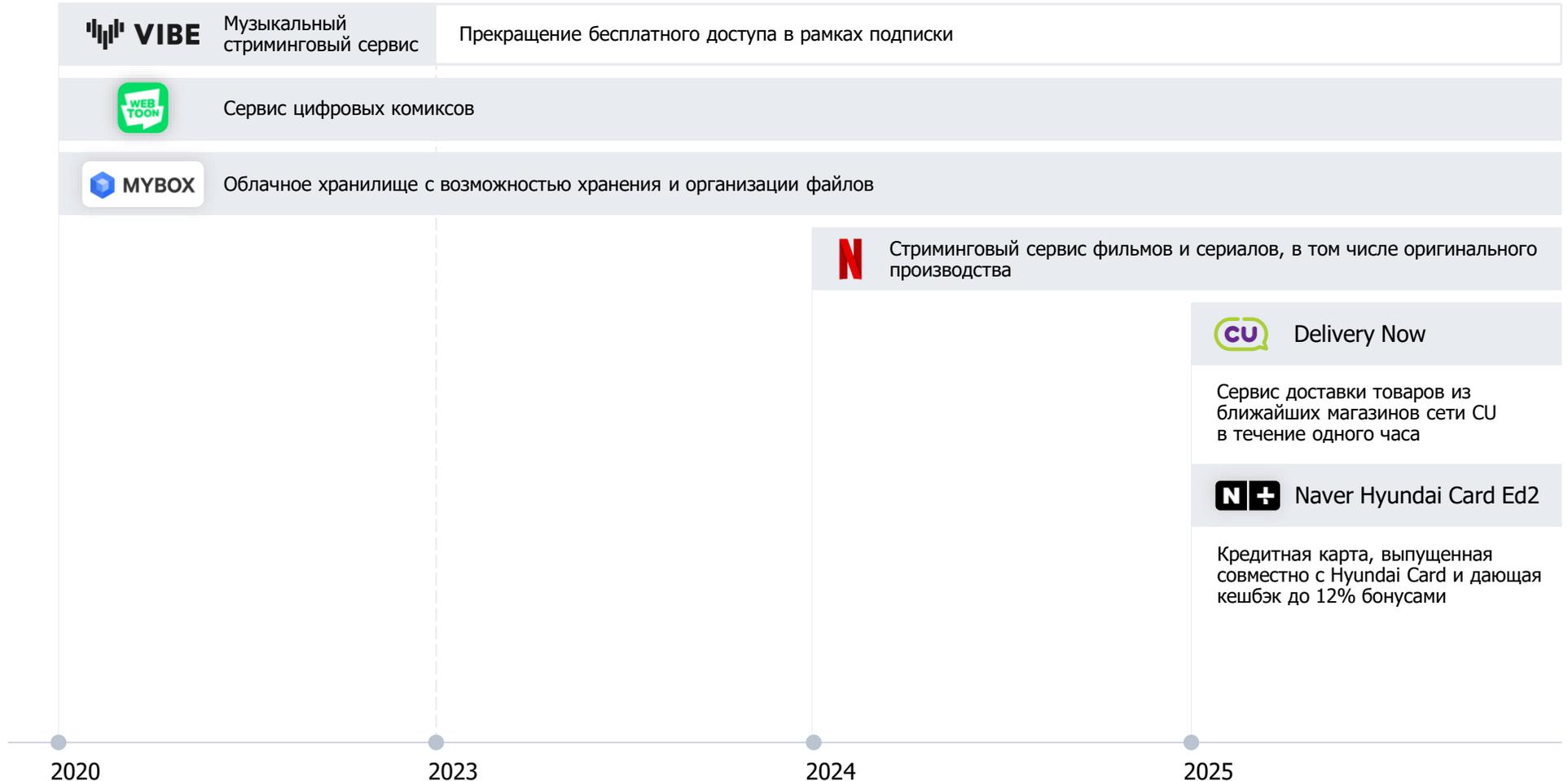
Экосистемные мультисервисные подписки в Индии | Jio

Этапы развития подписки Jio



Экосистемные мультисервисные подписки в Республике Корея | Naver Plus

Этапы развития подписки Naver Plus



Amazon Prime — лучшие условия для льготных категорий населения

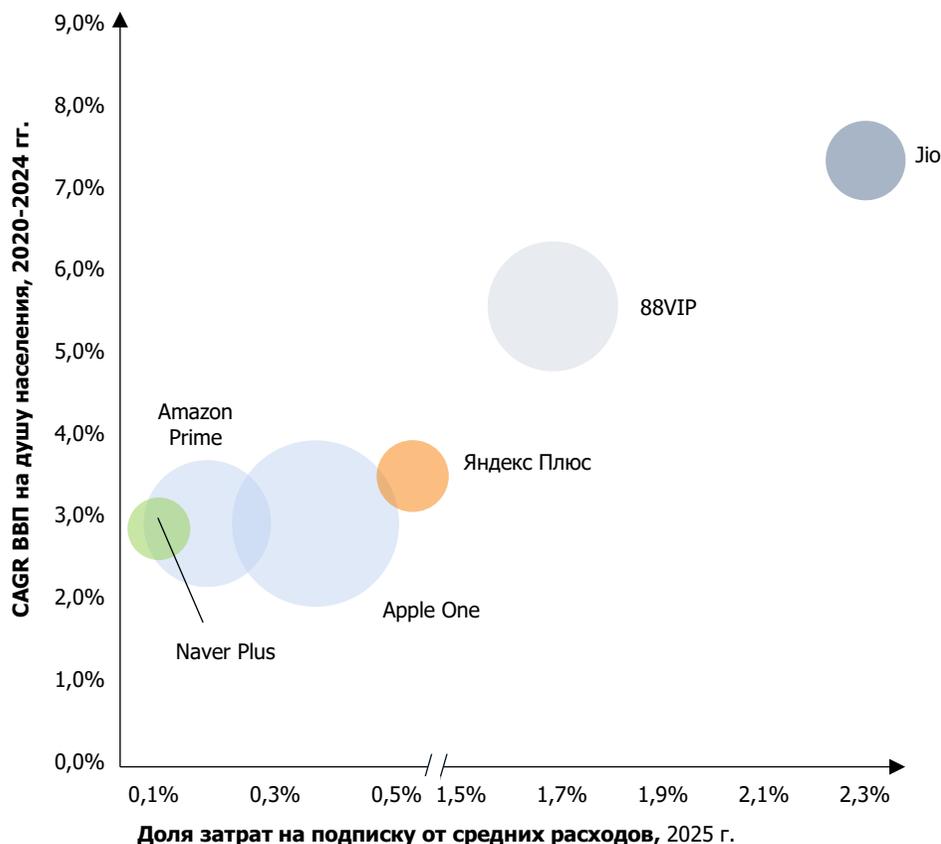
						
Стоимость подписки¹	в месяц	14,99\$ стандартная подписка 7,49\$ для молодежи ² и студентов 6,99\$ тариф Prime Access для получателей гос. помощи	19,95\$ персональный тариф 25,95\$ семейный тариф 37,95\$ тариф Premier ³	—	2,89–5,16\$	3,54\$
	в год	139\$ стандартная подписка 69\$ для молодежи и студентов	—	12,27\$ для пользователей с 1000+ баллами 88Membership Club 123,79\$ для пр. пользователей	41,73–46,37\$	33,81\$
Семейный доступ	максимальное количество пользователей	10 2 взрослых, 4 детей, 4 подростков ⁴	6	—	4 для тарифов «Family Plan»	4
Льготные условия	бесплатный пробный период	30 дней для всех, кроме молодежи и студентов 6 мес. для молодежи и студентов	1 мес.	—	—	до 3 мес. для студентов
	постоплата подписки	—	—	—	✓ тарифы Postpaid	—

Провайдеры азиатских подписок, несмотря на многообразие предоставляемых сервисов, предлагают более доступные условия приобретения подписок. Amazon Prime, несмотря на относительно высокую цену стандартной подписки, предоставляет наиболее выгодные условия для льготных категорий населения — цена тарифов для них меньше в 2 и более раза, чем для стандартных пользователей, а бесплатный пробный период для молодежи и студентов — 6 месяцев.

¹Стоимость тарифов переведена в USD по курсу на 21.07.2025 г. ²18-24 года. ³Premier — тариф с доступом к Fitness+ и News+. ⁴В случае, если они были добавлены в подписку до 07.04.2025
Источник: Данные с сайтов провайдеров подписок, открытые источники, Frank RG, 2025 г.

Доля затрат на подписку в доходе российских пользователей сопоставима с уровнем трат пользователей подписок в США и Республике Корея

Доля затрат пользователей на подписки в зависимости от темпов прироста ВВП



В развивающихся Индии и Китае стоимость подписок самая высокая относительно среднестатистических трат домохозяйств. Подписки в этих странах доступны меньшей доли населения чем в других странах, но большой объем рынка делает развитие подписок привлекательным, несмотря на неудовлетворенность высокими тарифами.

В России, США и Корее пользователи тратят менее 1% от своих трат на подписки. Такое соотношение тарифов и средних трат позволяет пользователям оформлять несколько подписок и переходить между ними в поисках оптимальной. Особенно это актуально для России, где рынок подписочных сервисов по мнению экспертов все еще активно развивается.

Пример США, где рынок подписок уже зрелый, показывает, что оптимальная стоимость подписки не должна превышать 0,5% от трат пользователя.

На российском рынке наблюдается оптимальное соотношение тарифов и доходов населения, тарифы подписок не достигли значений, способных повлиять на объем клиентской базы

Страна	CAGR ВВП на душу населения, 2020-2024 гг.	Подписка	Затраты на подписку от среднестатистического дохода, 2024 г., %	Стоимость годовой подписки, долл. США
Индия	7,3%	Jio	2,39%	46,37
Китай	5,5%	88VIP	1,65% ²	123,79
Россия	3,5%	Яндекс	0,53%	44,56 ⁴
США	2,9%	Apple One	0,38%	239,44
США	2,9%	Amazon Prime	0,22%	139,00
Респ. Корея	2,8% ¹	Naver Plus	0,15% ²	33,81

Источник: World Development Indicators – World Bank | <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>, Сайты соответствующих подписок, Frank RG, 2025 г.

¹ Для Республики Корея CAGR душевого ВВП рассчитан за период 2020-2023 гг.

² Среднедушевые расходы домохозяйств для Китая и Кореи на 2024 год рассчитаны на основе CAGR показателя за 2020-2023 гг.

³ Курсы на 21.07.2025 г.

⁴ Годовой тариф Яндекса взят на 21.10.2024 г.

Обзор наполнения иностранных подписок | Покупки

XX Сервис в рамках подписки

XX Сервис, предлагаемый в рамках другой подписки

XX Сервис, доступный за дополнительную плату

XX Сервис, предлагаемый в рамках другой подписки, который доступен в некоторых из тарифов подписки

Категория					
Супермаркеты и рестораны	<p>Whole Foods Market: доп. скидка 10% на все, кроме алкоголя</p> <p>Grubhub+: бесплатная подписка (вместо 9,99\$/мес.), кешбэк 5% на заказы с самовывозом</p>				<p>Naver Plus Store: доп. скидка 7% на акционные товары Super Earnings</p>
Маркетплейс	<p>Amazon: скидки до 100% на товары (в т.ч. во время распродажи Prime Day), вознаграждения/скидки при использовании бесплатной доставки «Без спешки»</p>		<p>Tmall, Taobao: доп. скидка 5%, купоны на скидку не менее 888¥/год</p>		
Доставка	<p>Amazon: бесплатная доставка; бесконтактная доставка Amazon Key</p> <p>Amazon Fresh: бесплатная доставка в день заказа для первых 3 онлайн-заказов на сумму от 50\$, скидка на товары до 30\$</p> <p>Amazon Pharmacy: бесплатная двухдневная доставка</p> <p>Zappos, shopbop, Woot!, др. партнеры Buy with Prime: бесплатная доставка</p> <p>Grubhub+: бесплатная доставка</p> <p>Amazon Fresh, Whole Foods Market: неограниченная бесплатная доставка за 9,99\$/мес. для заказов от 35\$</p>		<p>Tmall, Taobao: доп. скидка 5%, купоны на скидку не менее 888¥/год</p> <p>Ele.me: доступ к функции доставки по требованию, скидки на доставку</p>	<p>Провайдер предлагает скидки и купоны в различных сервисах в рамках акционных и праздничных предложений</p>	<p>Yogiyo: бесплатная доставка (вместо подписки 4900₩/мес.)</p> <p>Naver Plus Store: бесплатная доставка и возврат товаров на сумму от 10 тыс. ₩ на первый заказ</p> <p>GS25: скидки до 20%, скидка 3 тыс. ₩ на доставку при покупке от 20 тыс. ₩</p> <p>CU: скидки до 10%, доступ к быстрой доставке «Delivery Now» из ближайших магазинов CU</p>

Источник: Данные с сайтов провайдеров подписок, открытые источники, Frank RG, 2025 г.

Обзор наполнения иностранных подписок | Контент и развлечения

XX Сервис в рамках подписки

XX Сервис, предлагаемый в рамках другой подписки

XX Сервис, доступный за дополнительную плату

XX Сервис, предлагаемый в рамках другой подписки, который доступен в некоторых из тарифов подписки

Категория	 Amazon	 Apple One	 88VIP Alibaba	 Jio	 NAVER+
Музыка	Amazon Music	Apple Music	NetEase Cloud Music	JioSaavn Pro	
Кино	Prime Video Twitch: доступ на 1 месяц	Apple TV+	Youku или Mango TV: 1 из сервисов на выбор	Jio TV, JioHotstar, Prime Video (Lite Edition), Netflix, YouTube Premium, FanCode, Sony LIV, ZEE5, Lionsgate Play, Discovery+, Sun NXT, Kanccha Lannka, Planet Marathi, Chaupal, Hoichoi	Netflix
Книги/Образование/Новости	Prime Reading Kindle: доступ к аудиокнигам и бесплатный ранний доступ к 1 новой книге в месяц	Apple News+: доступ для пользователей тарифа Premier		JioNews	WEBTOON (сервис цифровых комиксов) SERIES (платформа веб-новелл) Cake: неограниченное количество видео и тестов для изучения английского для студентов (вместо 11,99\$/мес.)
Облачные/цифровые сервисы ! В РФ только 3 из 9 мультисервисных подписок предлагают облачный сервис	Amazon Photos: неограниченное хранилище для фото и 5 ГБ на видео	iCloud+: 2 ТБ для хранения любых файлов, их синхронизация на всех устройствах	Quark Netdisk: 6 ТБ для хранения, передачи, обработки и конвертации файлов	JioAIcloud: 50 ГБ облачного хранилища и инструменты ИИ для управления файлами	NAVER MYBOX: 80 ГБ для хранения файлов SNOW VIP: редактирование фото и видео (вместо 6,99\$/мес.)
Мобильная связь ! В РФ 6 из 9 мультисервисных подписок предлагают выгоды в категории мобильной связи				Jio: от 1 ГБ до безлимитного трафика в день в зависимости от тарифа	
Билеты на мероприятия/Игры ! В РФ не представлен доступ к игровым сервисам в рамках мультисервисных подписок	Prime Gaming	Apple Arcade: доступ онлайн и оффлайн на устройствах Apple	Taopiaopiaio: скидки на приобретение билетов в кино	JioGames Cloud	Xbox Game Pass для ПК (PC Game Pass) Lotte Cinema: скидки ДО 40% на приобретение билетов в кино

Источник: Данные с сайтов провайдеров подписок, открытые источники, Frank RG, 2025 г.

Обзор наполнения иностранных подписок | Lifestyle

XX Сервис в рамках подписки

XX Сервис, предлагаемый в рамках другой подписки

XX Сервис, доступный за дополнительную плату

XX Сервис, предлагаемый в рамках другой подписки, который доступен в некоторых из тарифов подписки

Категория					
Путешествия и транспорт	Амосо, bp, ampm (АЗС): экономия 10¢ за галлон топлива на 7500+ АЗС		Fliggy Membership: повышение класса номера в Hilton Hotels & Resorts, статус Gold Elite и все его преимущества в Marriott		Socar (каршеринг): скидка 50% на бронирование Скидка 5% на оплату проживания в отелях, авиабилетов
Здоровье/Спорт/Красота	Amazon Pharmacy RxPass: неограниченный доступ к 50+ лекарственным препаратам за 5\$/мес. One Medical: услуги бригады по уходу за проблемами со здоровьем за 9\$/мес. (доп. 6\$/мес. за каждого члена семьи)	Apple Fitness+: доступ к видео-тренировкам и персональным рекомендациям для пользователей тарифа Premier	AliHealth: доп. скидка 5%		Shilla Duty Free: доп. скидка 5 тыс. ₩ при покупке от 100 тыс. ₩, кешбэк 5% баллами Naver Pay при покупке от 200 тыс. ₩
Финансы	Prime Visa (кредитная карта): минимальный кешбэк при оплате — 1%; кешбэк 5% в Amazon, Amazon Fresh, Whole Foods Market, Chase Travel Amazon Prime Store Card (кредитная карта): кешбэк 5-15% Amazon Prime Secured (кредитная карта): кешбэк 2% в Amazon, Amazon Fresh		Tmall, Taobao: беспроцентная рассрочка	JioPay: платёжный сервис для пользователей экосистемы Jio	Naver Hyundai Card Edition 2: кешбэк баллами Naver Pay до 12% — 7% (от карты) + 5% (от подписки)

Подход к формированию наполнения онлайн-кинотеатров

- Собственные онлайн-кинотеатры
- Сторонние онлайн-кинотеатры

					
Контент оригинального производства видеостримингов	●	●	● ●	●	●
Лицензионный/приобретенный контент	●	●	● ●	●	●
Нишевой контент	●		● ●	●	●
Агрегированный контент (новости, спорт, ТВ-каналы)	●	●	● ●	●	●
Авторский контент			●	●	
Локализация контента сервиса/-ов к другим регионам (выбор языка дубляжа/субтитры)	✓	✓	✓	✓ (в инорегиональных сервисах)	✓
Доступ через приложение	Prime Video	Apple TV	Youku Mango TV	JioTV+ Приложения др. сервисов	Netflix

Одной из особенностей подхода к формированию наполнения онлайн-кинотеатров в рамках азиатских подписок является ориентация на локальный или нишевый контент, который отвечает потребностям аудитории и ее культурным особенностям. Поэтому провайдеры в основном предлагают локальные онлайн-кинотеатры или иностранные, имеющие адаптированный под аудиторию контент (локальный контент или контент с возможностью выбора языка дубляжа/субтитров).

Согласно данным Ethnologue, в Азии насчитывается около 2300 живых языков, поэтому процесс локализации и производства локального контента может быть затруднен. Однако, чтобы привлечь внимание местной аудитории, глобальные сервисы все же стремятся приобретать местный контент и производить свой собственный: так, Netflix инвестирует \$2,5 млрд в корейские сериалы до 2027 г. — по итогам первого полугодия 2025 г., они стали самым просматриваемым неамериканским контентом на платформе.

4. Российские подписки за рубежом

Самая распространенная российская подписка за рубежом — Яндекс Плюс

Российские мультисервисные подписки могут быть недоступны для пользователей с зарубежными IP-адресами, поэтому при рассмотрении географии доступности мультиподписок были рассмотрены те, доступ к которым возможен через зарубежные IP-адреса. Список стран, где доступны мультисервисные подписки, принадлежащие российским компаниям (далее российские подписки), за последние годы сократился ввиду санкционных ограничений и включает в себя преимущественно постсоветские страны. Оплаченные подписки в них продолжают действовать, но где-то их невозможно продлить, а где-то их можно продлить, но заведение новых аккаунтов невозможно.

На сегодняшний день подписки, представленные на российском рынке, доступны для пользования в 12 странах, причем в 2-х из них можно только продлить подписку, если она была оформлена ранее. Ранее оформленные подписки Яндекс Плюс в еще 31 стране продолжают действовать, но заведение новых аккаунтов в этих странах более невозможно. Беларусь – единственная зарубежная страна, где представлено несколько российских подписок: Яндекс Плюс, СберПрайм, МТС Премиум+.

Америка

Яндекс  Плюс

-  Аргентина
-  Канада
-  США

 возможно оформление и продление

 возможно только продление

 оформление и продление невозможны

Европа

Яндекс  Плюс

-  Австрия
-  Болгария
-  Великобритания
-  Германия
-  Греция
-  Испания
-  Италия
-  Кипр
-  Норвегия
-  Португалия
-  Румыния
-  Словакия
-  Словения
-  Финляндия
-  Франция
-  Черногория
-  Чехия

Постсоветское пространство

Яндекс  Плюс

-  Азербайджан
-  Армения
-  Беларусь
-  Грузия
-  Казахстан
-  Кыргызстан
-  Молдова
-  Узбекистан
-  Таджикистан*
-  Туркменистан*
-  Латвия
-  Литва
-  Эстония

  Прайм

 Беларусь

 **МТС ПРЕМИУМ+**

 Беларусь

Азия, Австралия и Океания

Яндекс  Плюс

-  Израиль
-  Монголия*
-  Австралия
-  Вьетнам
-  Индонезия
-  Индия
-  Республика Корея
-  Таиланд
-  Япония

*Подписка была ранее доступна для оформления в партнерских ресурсах. Сейчас подписка недоступна или доступна с ограничениями.

Большая часть подписчиков Яндекс Плюс за рубежом находится в Беларуси, Казахстане и Узбекистане

В странах СНГ насчитывается около 1 млн подписчиков Яндекс Плюс. 84% из них сконцентрировано в Беларуси, Казахстане и Узбекистане, где спектр услуг и сервисов, доступных подписчикам, наиболее широкий. Программа кешбэка есть только в этих странах и распространяется на такси, фудтех, e-commerce, сервисы по покупке билетов на мероприятия и для заправки транспорта. В других странах СНГ подписчикам кроме стримингов предоставляется скидка на такси. Подписка Яндекс Плюс за пределами СНГ представлена стриминговыми сервисами: Кинопоиском и Яндекс Музыкой. Также во всех зарубежных странах для подписавшихся были доступны дополнительные 10ГБ памяти на Яндекс Диск.

Наполнение подписки Яндекс Плюс за рубежом

Страна \ Наполнение	● доступные сервисы							● можно зарабатывать и тратить баллы Яндекс Плюс	
	Армения	Беларусь	Грузия	Казахстан	Кыргызстан	Молдова	Узбекистан	Израиль, Таджикистан, Туркменистан, Монголия.	Прочие 32 страны
Яндекс Плюс кешбэк ¹		●		●			●		
Кинопоиск & Яндекс Музыка	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Яндекс Диск ²	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Яндекс Такси	● ³	●		●	● ³	● ³	●		
Яндекс Еда		●		●			●		
Яндекс Лавка				●			●		
Яндекс Маркет							●		
Яндекс Афиша				●					
Яндекс Заправки				●					
Яндекс Навигатор & Карты		●		●			●		

¹ Начисление кешбэка в сервисах Яндекса.

² Дополнительные 10 ГБ для оформивших до 28.04.2022.

³ Скидка 10% при заказе в приложении при наличии подписки.

Источники: Условия подписки Яндекс Плюс - Правовые документы. Помощь | https://yandex.ru/legal/yandex_plus_conditions. Тарифы актуальны на 14.07.2025; Top Streaming Services by Subscribers • FlixPatrol | <https://flixpatrol.com/streaming-services/subscribers/>

Подписчики Кинопоиска в СНГ и Грузии, 2024, чел.



Кинопоиск — главный онлайн-кинотеатр на постсоветском пространстве

В 7 из 10 странах СНГ **Кинопоиск** является самым популярным онлайн-кинотеатром

Беларусь – единственная зарубежная страна с тремя российскими подписками

Кроме Яндекс Плюс на рынке Беларуси представлены еще две подписки, адаптированные под локальный рынок – СберПрайм и МТС Премиум+. Особенностью подписок СберПрайм и МТС Премиум+ в Беларуси является отсутствие видеостримингов, представленных внутри аналогичных подписок на российском рынке. Из музыкальных сервисов доступен МТС Music, тогда как Звук от Сбера не представлен в белорусском варианте СберПрайма. Онлайн-кинотеатр Okko не включен в состав подписки СберПрайм, несмотря на возможность подключения Okko вне подписки СберПрайм для белорусских пользователей. KION от МТС для пользователей из Беларуси недоступен, в том числе для белорусских абонентов МТС с локальной подпиской МТС Премиум+.

Белорусские провайдеры представленных мультисервисных подписок предоставляют подписчикам пакеты домашнего ТВ: СберПрайм сотрудничает с местной подпиской VOKA от мобильного оператора А1, а МТС Премиум+ предлагает собственное МТС ТВ. В данные пакеты услуг включен доступ к ряду российских стриминговых платформ — Wink, Иви, Start, Premier, Viju.

Подписочная модель бизнеса пока не получает широкого распространения в Беларуси. Вместо этого белорусские компании и бренды предлагают собственные программы лояльности. Среди вызовов, с которыми сталкиваются подписочные экосистемы в Беларуси — малый объем потенциального рынка, высокий уровень госучастия в банковской сфере, а также эмиграция IT-специалистов из страны.

Наполнение подписок СберПрайм и МТС Премиум+ в Беларуси*

Наполнение Подписка	Домашнее ТВ	Онлайн-кинотеатр, доступные в пакете домашнего ТВ	Музыкальный стриминг	Онлайн- библиотека	Мобильная связь	Кешбэк	Дополнительные бонусы
	VOKA	Start, Premier	–	–	Скидка 20,01 BYN в месяц на тариф «Все в дом анлим» от А1	До 4%	Бесплатное обслуживание карты, бесплатные оповещения, переводы в Россию без комиссии, Kaspersky Standart, скидка 10% на все тарифы Такси 135, скидка 10% на все заказы из ресторанов через Delivio
МТС Премиум+	МТС ТВ	Wink, Иви, Start, Premier, Viju	МТС Music	Литрес	Безлимит звонков, от 5 до 50 ГБ интернета (зависит от тарифа связи подписчика), скидка 20% на звонки, интернет и TWIN-карты	–	Бесплатная доставка в интернет-магазине МТС

* Наполнение Яндекс Плюс см. на предыдущем слайде.

Источники: СберПрайм – СберБанк | <https://www.sber-bank.by/sberprime>; А1 | <https://www.a1.by/doma/>; Подписка МТС Премиум+ - МТС | https://www.mts.by/other/premium_plus/. Тарифы актуальны на 14.07.2025;

Frank RG может реализовать исследовательские и консалтинговые проекты под индивидуальный запрос

Этапы исследования:

- 1** **Получение ТЗ**
Получение брифа на исследование от банка/компании или заполнение брифа по форме Frank RG.
- 2** **Подготовка индивидуального КП**
Команда Frank RG готовит индивидуальное предложение, которое позволит максимально полно выполнить задачи, которые стоят перед заказчиком исследования.
- 3** **Сбор данных**
Запрос к банкам/компаниям или обращение в открытые источники для сбора необходимых в рамках проекта данных.
- 4** **Подготовка и/или презентация индивидуального отчета**
Формирование отчета по разработанным форматам, кастомизация для клиентов выбравших индивидуальный дизайн.

Темы исследования:

- Эффективность банковской розницы**
- Транзакционные сервисы**
 - Дебетовые карты и daily banking
 - Банковские программы лояльности
 - Зарплатные проекты
- Контакт-центры банков**
- Розничное кредитование**
 - Ипотека
 - Кредитные карты
- Сберегательные продукты**
 - Вклады и накопительные счета
 - Инвестиции
- Сервисы подписок**
- Premium banking**
- Private banking**
- МСБ**
 - Бизнес-карты для МСБ
 - Интернет-банки для МСБ
 - Небанковские сервисы для МСБ
- Бизнес-процессы**
 - Претензионные обращения и жалобы
 - CRM

Форматы отчетов:



PDF



Excel



Dashboard

Периодичность:

- Индивидуально

Источник данных:

- Анкетирование банков/компаний
- Официальные сайты и мобильные приложения банков
- Колл-центры и чаты банков
- Опрос клиентов
- Экспертные интервью
- Открытые данные

Сайт:



Telegram-канал:



По индивидуальным запросам:

Подразделение маркетинга
marketing@frankrg.com



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский пр-т,
37, офис 517

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

www.frankrg.com