

Банковские программы лояльности 2025

—
Формула любви

Ноябрь 2025

Снова банковские программы лояльности исследуются 360°

22 банка

100+ программ лояльности

93% рынка

5 700+ активных пользователей программ лояльности

50 тайных покупателей

20 экспертов рынка

15 аналитиков Frank RG



Откуда берется лояльность потребителей?



Лояльность – глубоко укоренившийся интерес устойчиво приобретать или постоянно поддерживать финансово предпочитаемый товар, обуславливая повторяющиеся покупки одного и того же бренда в различных обстоятельствах и вопреки маркетинговым инициативам, способным вызвать переключение предпочтения.

Ричард Оливер, проф., Университет Вандербильта, «Откуда берется лояльность потребителей»



На каждого клиента приходится более 14 программ лояльности

Банки конкурируют за **деньги, время и внимание** клиента не только друг с другом, но и с другими отраслевыми программами лояльности

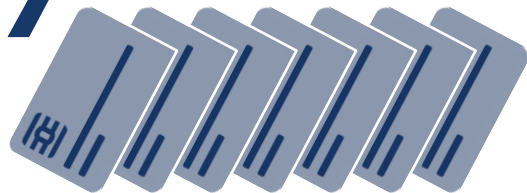
3 Банковские карты с программами лояльности



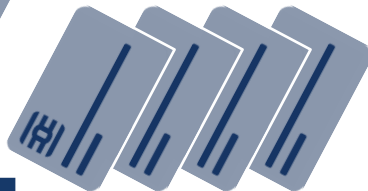
Подписки и пакеты привилегий



7 Дисконтных карт



4 Накопительные карты



3,5

активных банковских карт



2,5

банковских карт, по которым клиенты регулярно получают кешбэк/бонусы

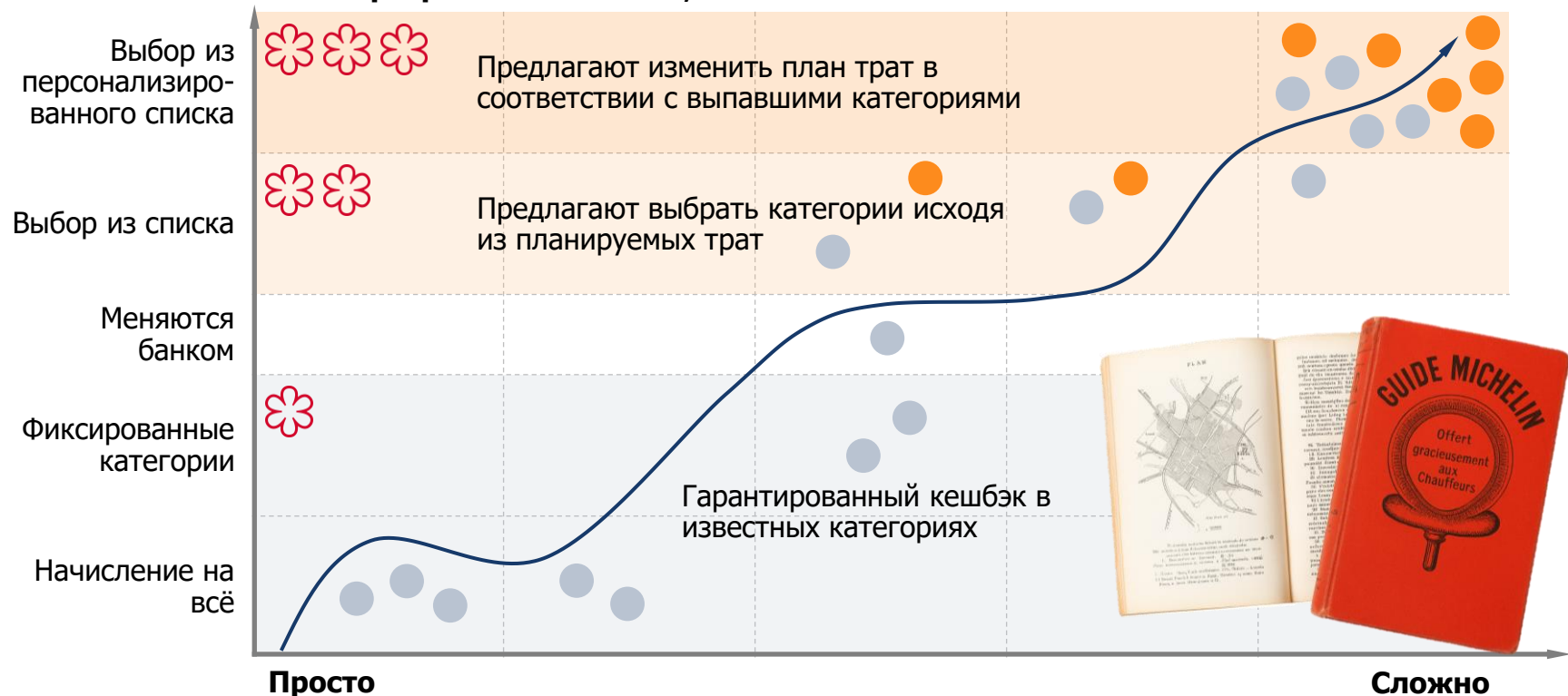


57%

клиентов имеют больше 1 основного банка

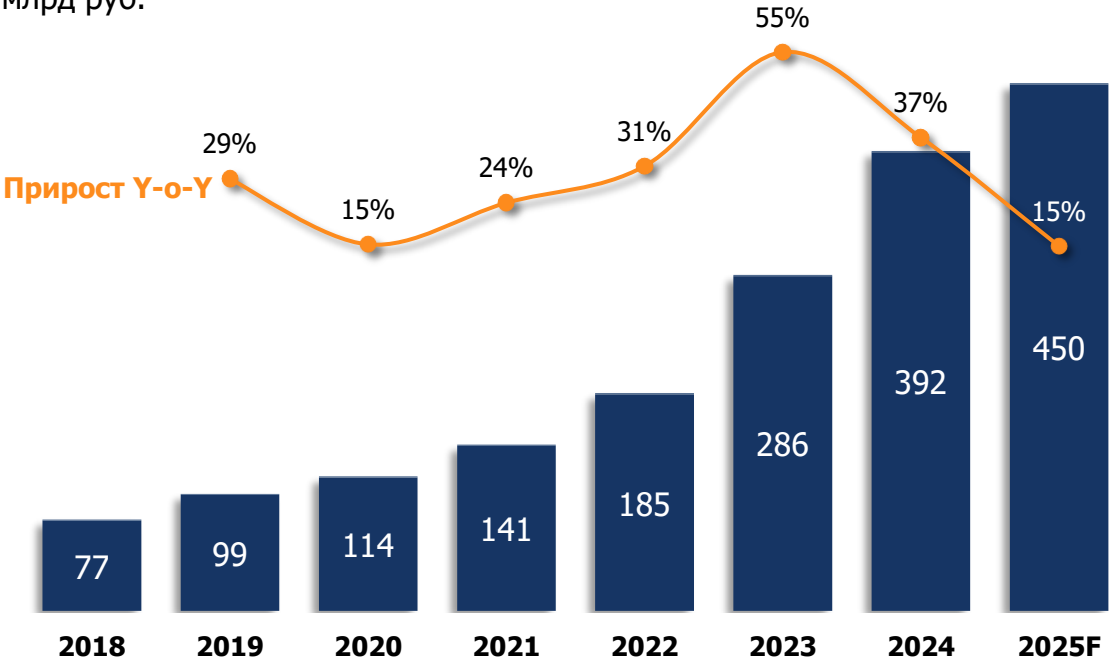
Усложнение механик лояльности меняет клиентский путь

Механики банковских программ лояльности, 2025



Банки выплачивают сотни миллиардов рублей кешбэка ежегодно, хотя рост замедляется

Выплаченное банками вознаграждение по программам лояльности, млрд руб.



Основные метрики рынка

	2024	2025F
Выплаченное вознаграждение, % от POS-оборота	0,7%	0,7%
Утилизация бонусов	87%	85%

Клиенты получают меньше кешбэка, чем думают...



Как клиенты **оценивают** среднемесячный размер полученного кешбэка за последний год



2 000 р.

770 р.

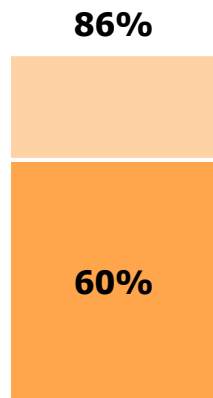
Сколько кешбэка в месяц **на самом деле** получают клиенты

Потому что они не помнят точное количество бонусов?

Знаете ли вы точный размер полученного кешбэка?, % респондентов

за последний **месяц**

за последний **год**



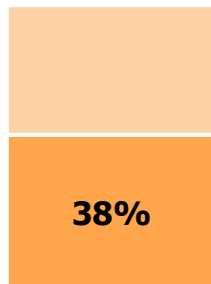
3,8

Знаю
примерно

Знаю точно

CSI

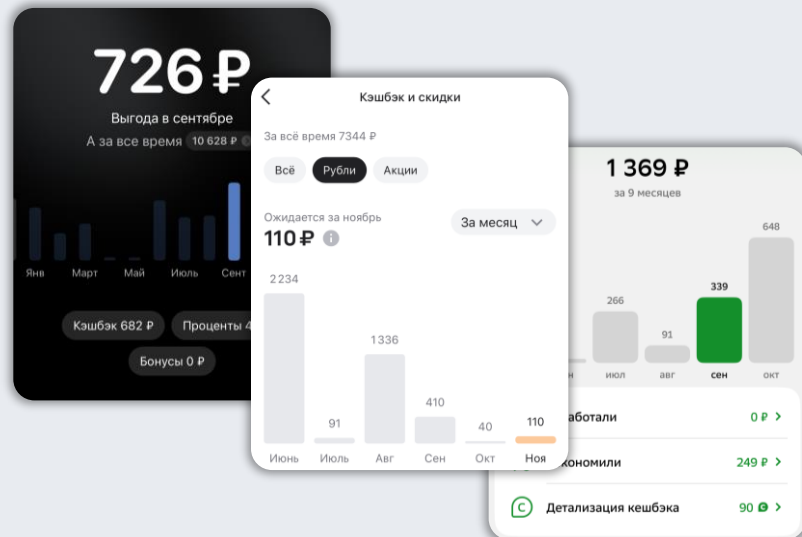
70%



4,0 ▲

12/21 банков

не хранят историю выгоды в приложении



Банковские программы лояльности: больше чем вознаграждение за оплату покупок картой



Лояльность – комплекс мер, позволяющий использовать банк для закрытия своих ежедневных потребностей, что намного больше, чем отдельный продукт или сервис.

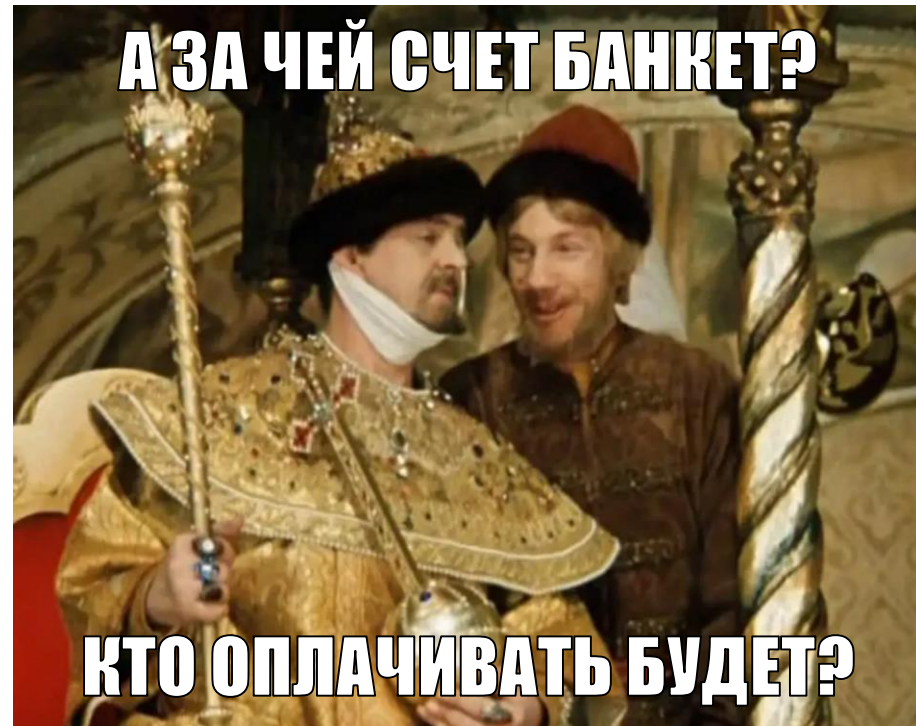
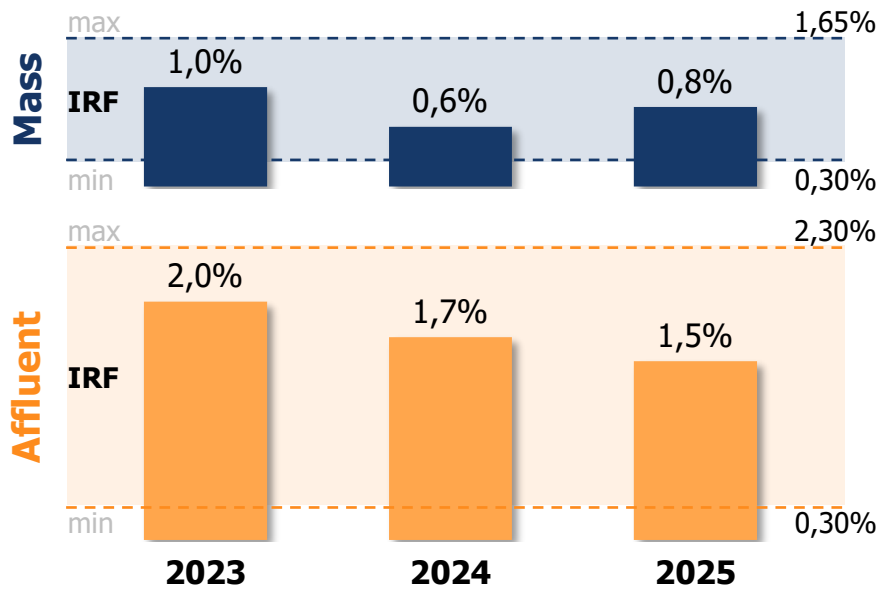
Лояльность служит своего рода эмоциональным клеем, создающим эмоциональную связь и доверие во взаимодействии с банком, который может формировать и растить амбассадоров.

Из интервью экспертов рынка

- Программы прошли эволюционный путь от вознаграждений за покупки по карте до системы управления клиентским поведением, включающим систему вознаграждений (продукт), сервис и экономику впечатлений
- Приоритеты целей программ сместились от привлечения клиентов и роста транзакционной активности к улучшению клиентского опыта, удержанию клиентов и кросс-продажам

Доходы от интерчейнджа – не единственный источник финансирования, а только ориентир бюджета лояльности

Средняя доходность карт с reward-программами,
% от POS-оборота



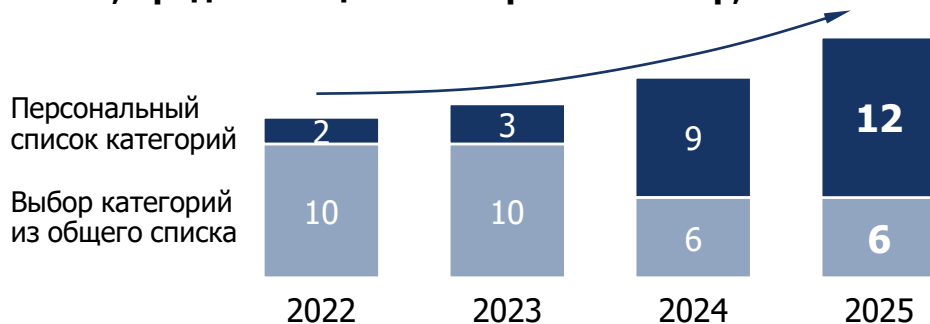
Персонализация категорийного кешбэка становится стандартом рынка



Тренд очень очевиден: почти все банки ушли в категорийные кешбэки и пытаются экономить на тех клиентах, которые неэластичны к выплатам кешбэка, и больше выгод отдавать клиентам, которые к этому эластичны.

Из интервью экспертов рынка

Банки, предлагающие категории на выбор, %



67%

клиентов **нравится выбирать** категории повышенного начисления кешбэка

14/22

крупнейших банков предлагают или планируют в ближайший год **персонализацию** категорий кешбэка клиентам

Механики персонализации категорий повышенного начисления выполняют цели

- гибкого управления расходами на программу
- сегментирования клиентов в зависимости от их ценности
- следования за трендами и лидерами рынка

Банки балансируют между персонализацией и широтой предложения категорий

60,9%

тайных покупателей
регулярно выпадали категории
ежедневных покупок

ТОП-5

категорий
по объему
ежемесячных трат
тайных покупателей



Супермаркеты



Рестораны/фастфуд



Маркетплейсы



Такси/каршеринг



Одежда и обувь

Методика конкурентного анализа категорий кешбэка:



Ежемесячный сбор предлагаемых категорий



Постоянно действующая панель из 50 тайных покупателей



6 банков



12 месяцев

Среднее количество предлагаемых банком
категорий в месяц



Выберите категории на
следующий месяц:

- ☐ На все покупки
- ☐ Категория частых трат
- ☐ Категория частых трат
- ☐ Категория периодических трат
- ☐ Категория периодических трат
- ☐ Категория эпизодических трат
- ☐ Категория эпизодических трат
- ☐ Категория эпизодических трат
- ☐ Категория экосистемы/партнера

1

2/6

3/6

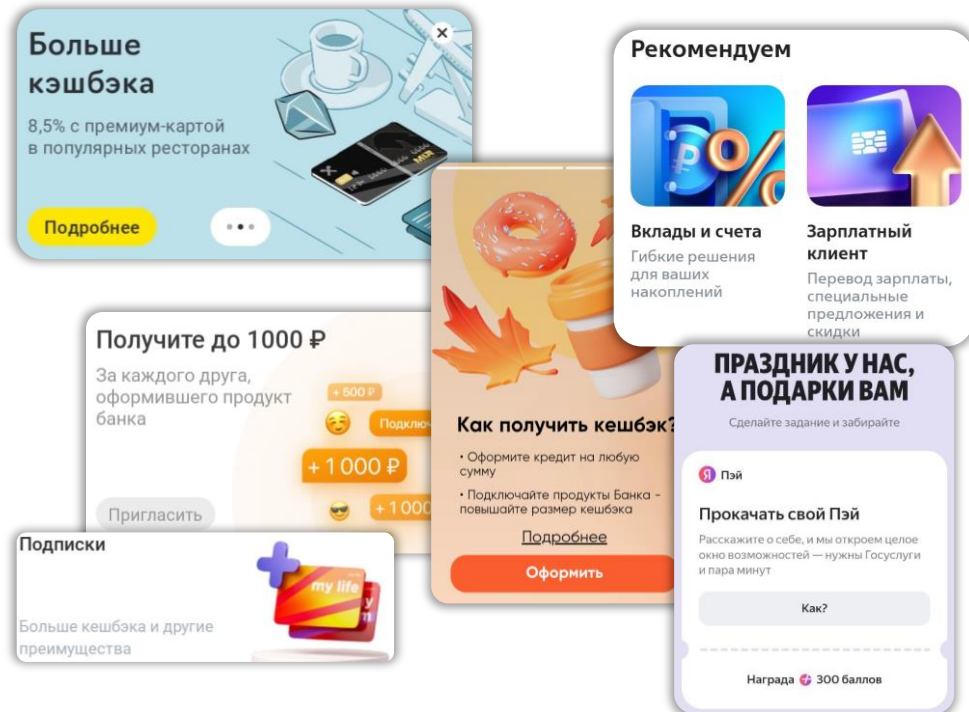
4/9

2

Программы лояльности трансформируются и включают все больше компонентов

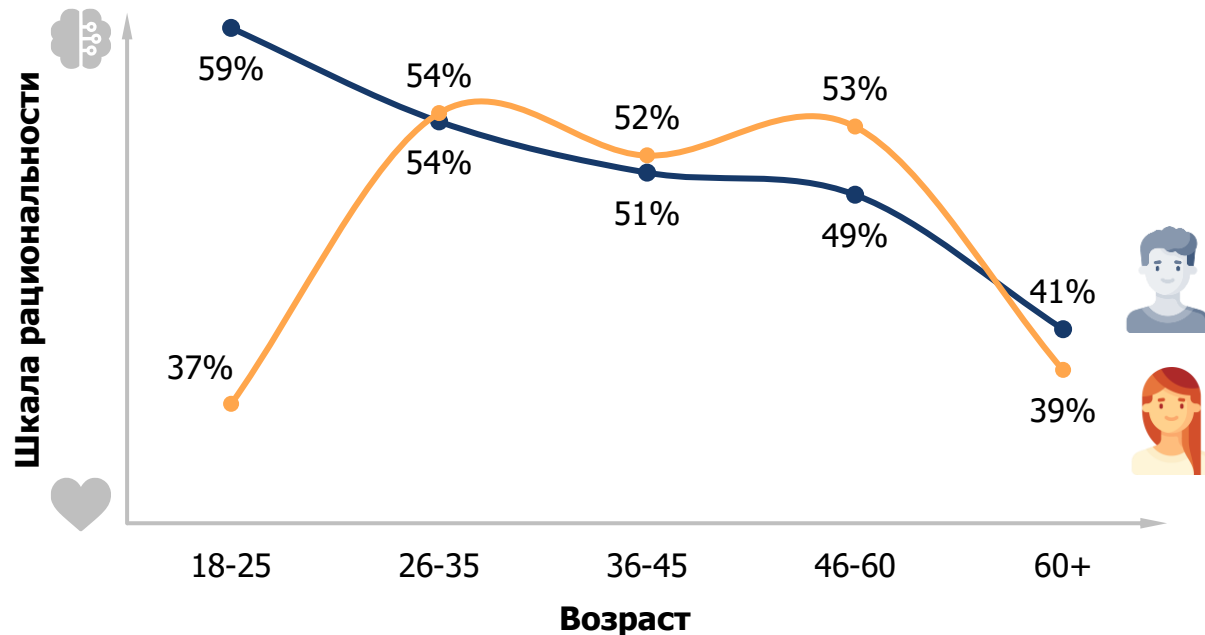
15/22

банков включают в программы лояльности дополнительную выгоду для клиента при использовании другими продуктами/сервисами



Непопадание в ожидания клиентов создает риски снижения лояльности

Доля клиентов, на траты которых в банке **влияют** предложенные категории повышенного кешбэка, % респондентов



46%

клиентов могут **поменять размер и структуру трат** в банке, если им не подойдут категории повышенного начисления

5-10%

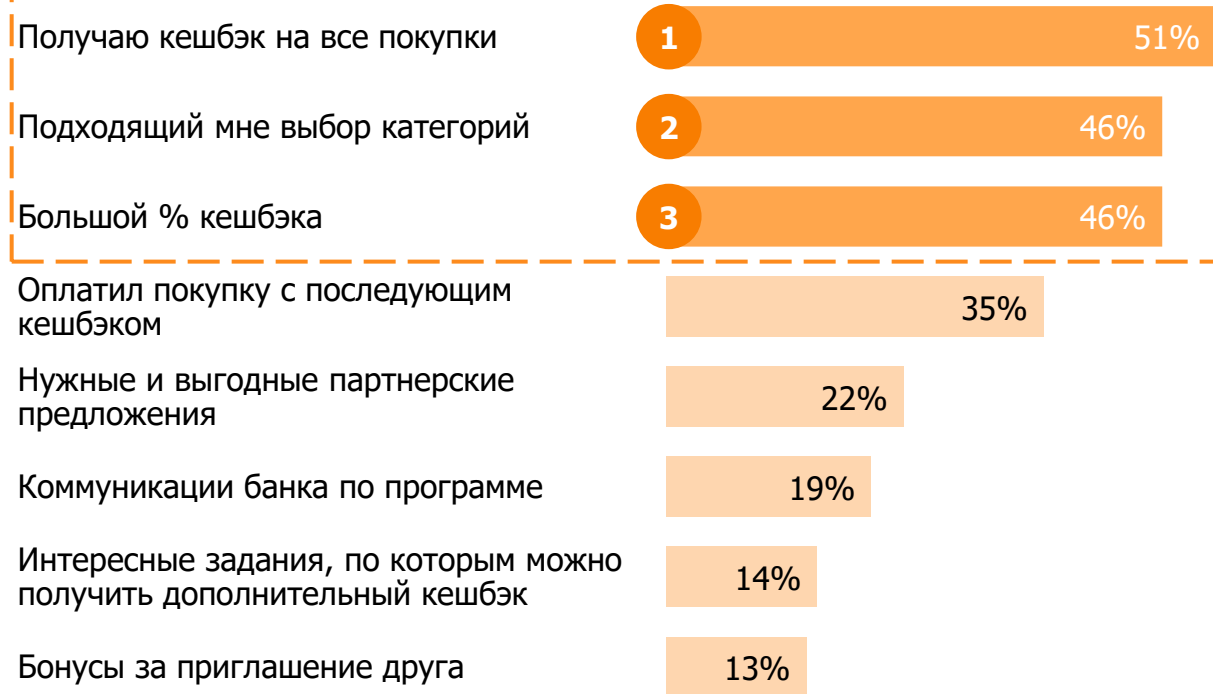
клиентов пользуются несколькими банками и программами для максимизации кешбэка

1-2%

клиентов злоупотребляют условиями программы

Что нравится клиентам в программах лояльности?

Что вам больше всего понравилось в программе лояльности?, % упоминаний



По результатам **TURF-анализа** данные параметры программы лояльности позволяют привлечь

74% клиентов, подверженных влиянию кешбэка

Кто на самом деле управляет программой лояльности и нашими эмоциями? Люди или ИИ?



Бóльшая часть сегментов управляется по бизнес-правилам. Но часть сегментов уже управляются различными ML-моделями разной степени сложности. Хотя пока ни одна из них не побеждает человека. Тем не менее, они уже приближаются, и постепенно мы будем переводить больше сегментов под их управление. В идеале всё должно управляться ML, так как ML может работать на уровне индивидуального пользователя.

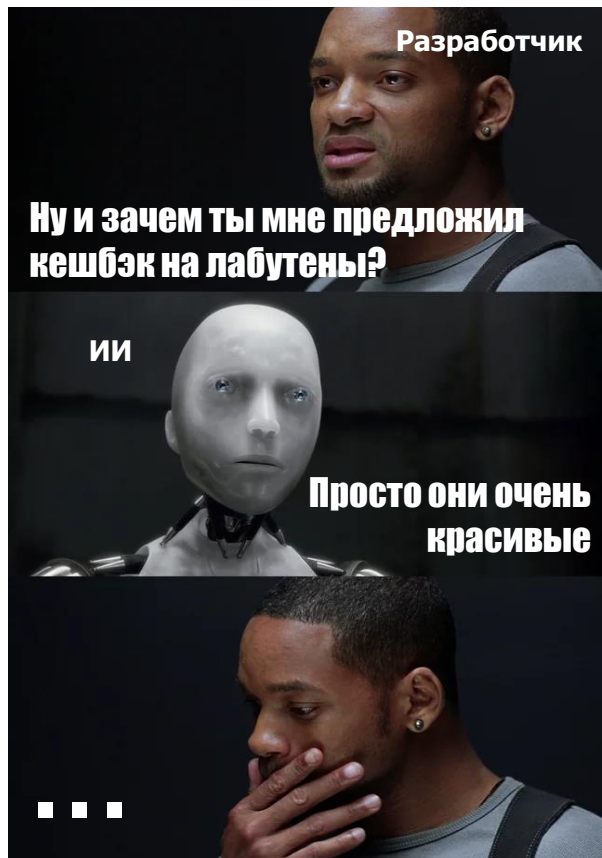
Из интервью экспертов банков-участников исследования

ИИ в программах лояльности:

- Анализирует транзакционную активность клиентов
- Подбирает персональные категории кешбэка
- Определяет склонность клиента к покупке в определенных категориях
- Автоматически сегментирует клиентов

62%

исследуемых
банков **внедрили**
ИИ в программы
лояльности



Гиперперсонализация: 1 человек = 1 сегмент?



Под сегментом я понимаю агрегированную оценку ценности клиента, где одним из важных факторов является доходность. У нас есть сегменты и по тренду доходности.

Из интервью экспертов рынка

Технологии меняют привычные подходы к сегментации клиентов в программах лояльности и в целом в розничном банкинге:

- Соц-дем характеристики используются только в узконаправленных акциях;
- В основе сегментации:
 - объем и профиль трат клиента,
 - количество банковских продуктов,
 - балансы по счетам,
 - предиктивные поведенческие паттерны.



Клиенты активно пользуются партнерскими предложениями

39%

Клиентов пользуются
партнерскими
предложениями

**5,5**

Раз в месяц клиент совершает
покупки у партнеров

**4,2/5**

Удовлетворенность партнерами
банка

**67%**

Клиентов самостоятельно
изучают предложения
партнеров в приложении банка

Профили клиентов, пользующихся партнерскими предложениями

8%

Эмоциональные

Узнаю о предложении партнера и
сразу иду покупать

59%

Нейтральные

Знаю, что есть
скидка/бонусы/кешбэк и при
возможности использую

29%

Рациональные

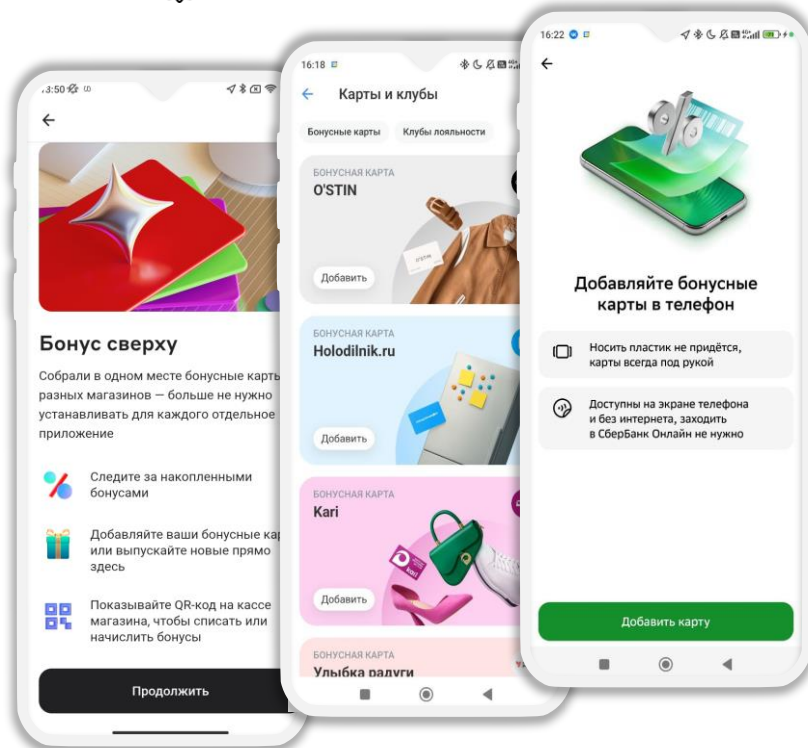
Перед походом в магазин изучаю
партнерские предложения

Банковские приложения становятся будущими платформами коалиционных программ лояльности?

Эволюция партнерств в банковских программах лояльности



Бонусные карты в приложении



Геймификация: в какие игры играют люди? Какие люди играют в игры?

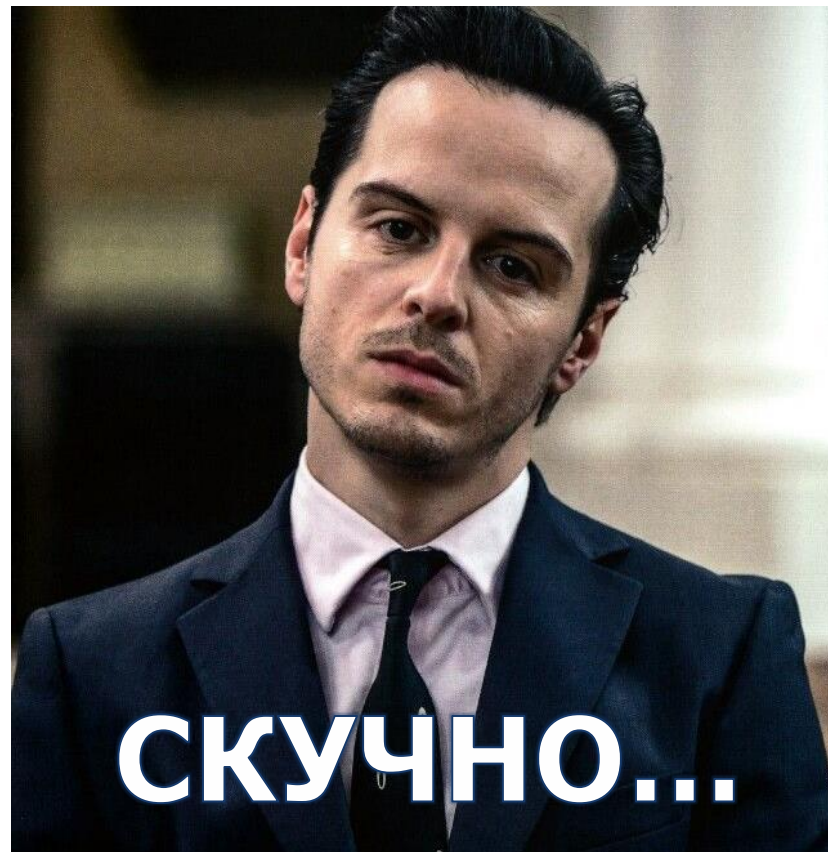


Геймификация не заставит клиента делать то, что он не собирался, скорее подтолкнет к тому, к чему он и сам был готов.

Из интервью экспертов рынка

Кешбэк до 2500 рублей
при оплате покупок
через СБП в [REDACTED]
Успейте
воспользоваться или
заполните заявку на
дебетовую карту на
сайте Банка

12:00 PM



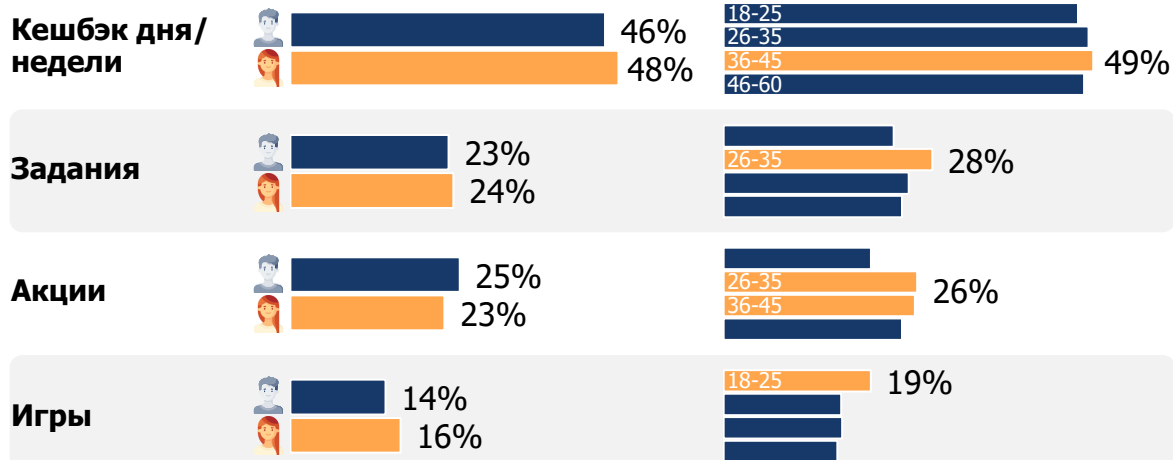
Геймификация эффективна в целевом сегменте



Конечно, геймификация работает, потому что мы любим играть и участвовать в различных розыгрышах. Но она работает в определенных рамках. Например, на этапе онбординга в программу лояльности – это отличный инструмент.

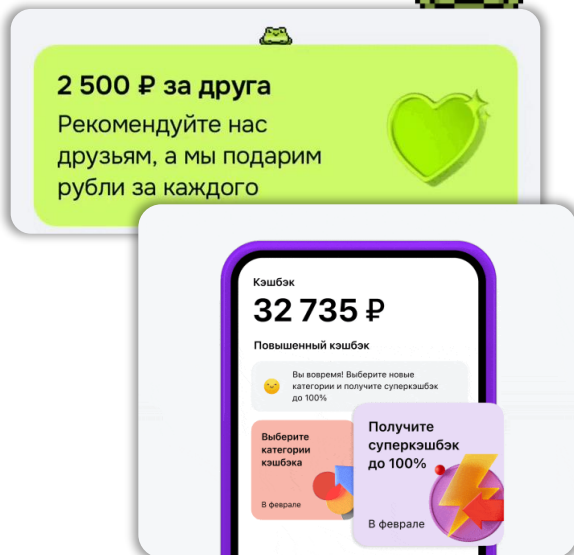
Из интервью экспертов рынка

Целевые сегменты геймификации



6/21 банков

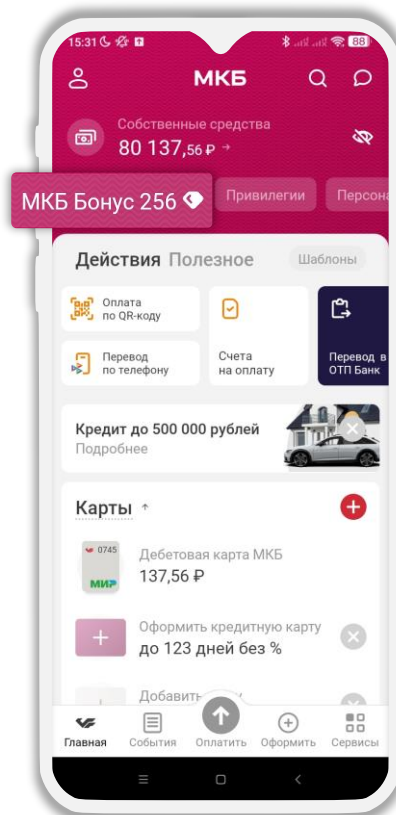
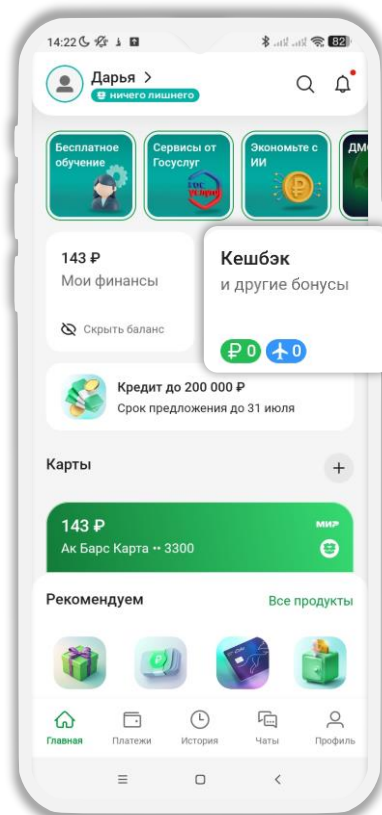
активно используют
геймификацию в программах
лояльности



Love Cashback is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

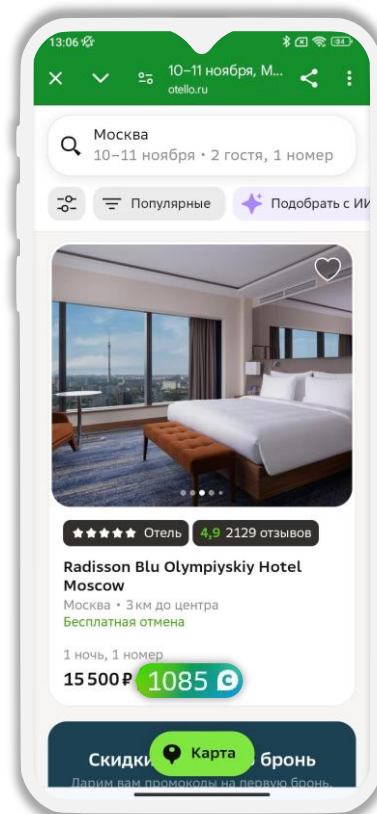
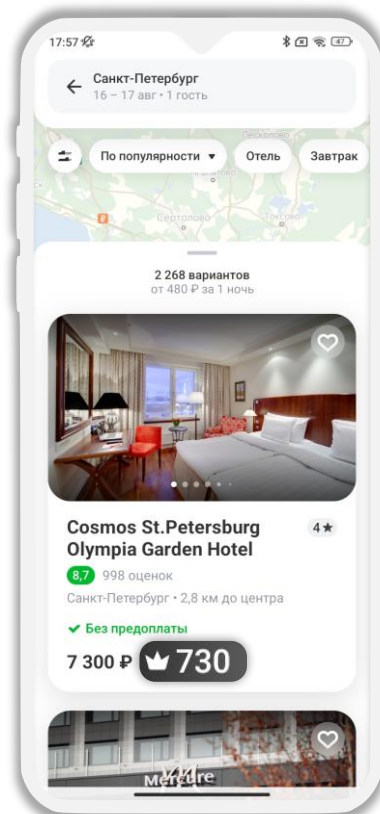
- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел выгоды
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



Love **Cashback** is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел выгоды
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



Love **Cashback** is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

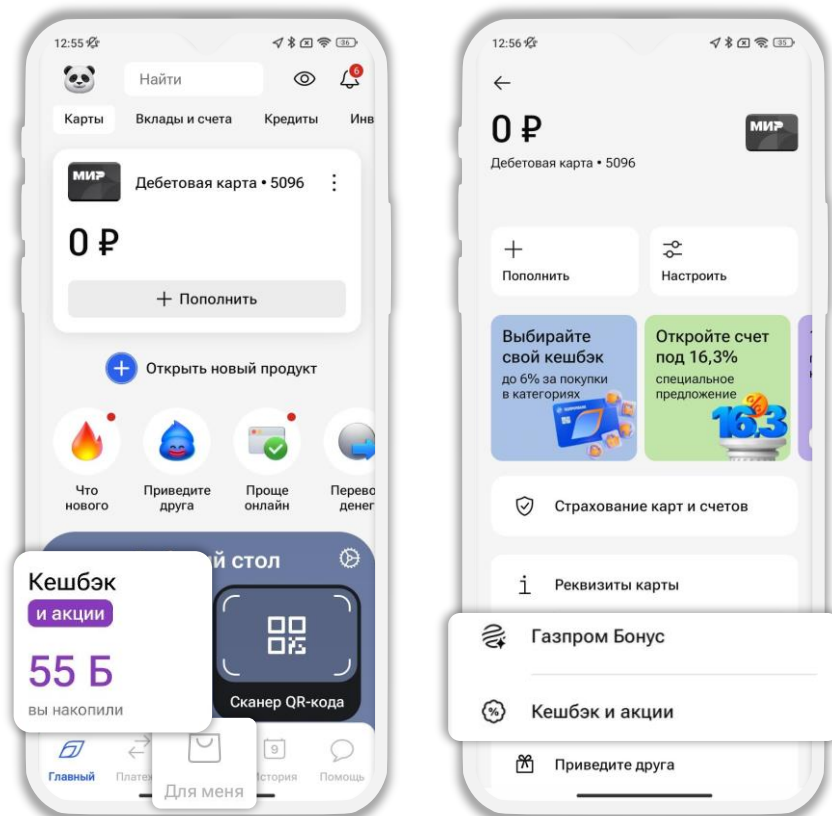
- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел выгоды
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



Love Cashback is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

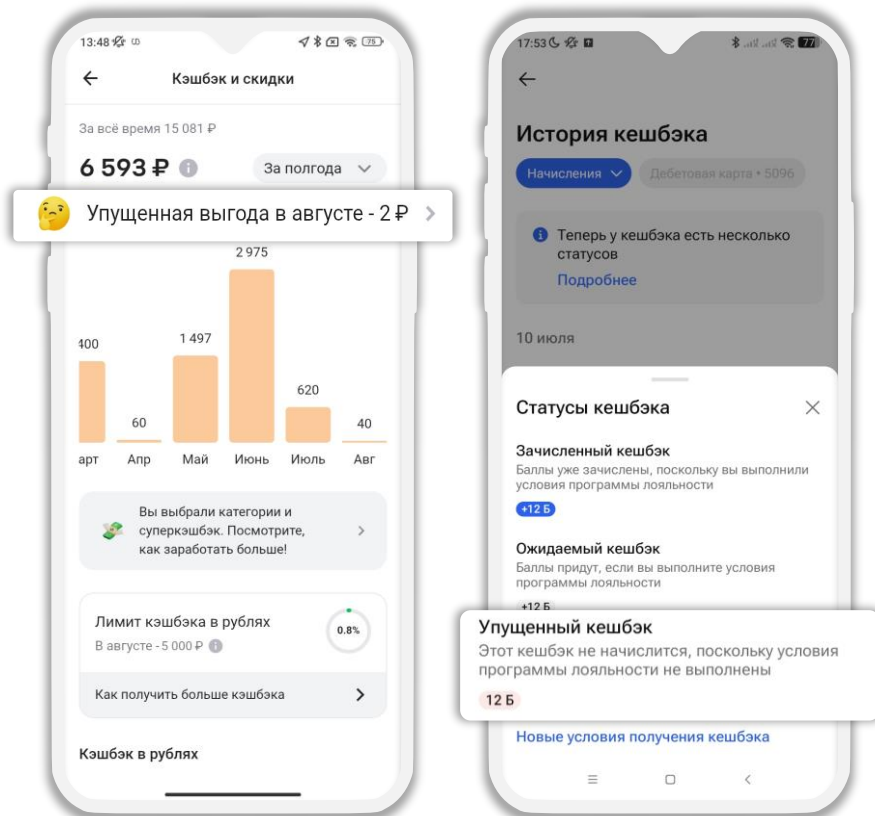
- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел **выгоды**
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



Love **Cashback** is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

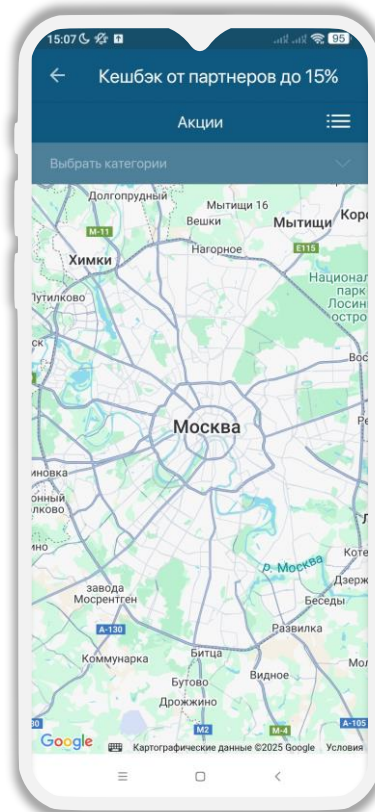
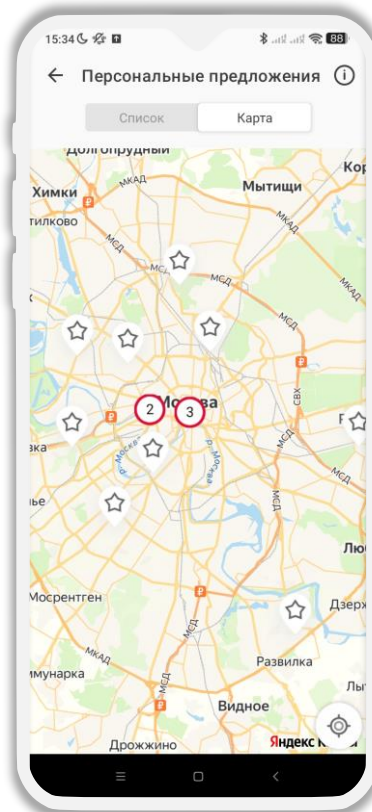
- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел выгоды
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



Love **Cashback** is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

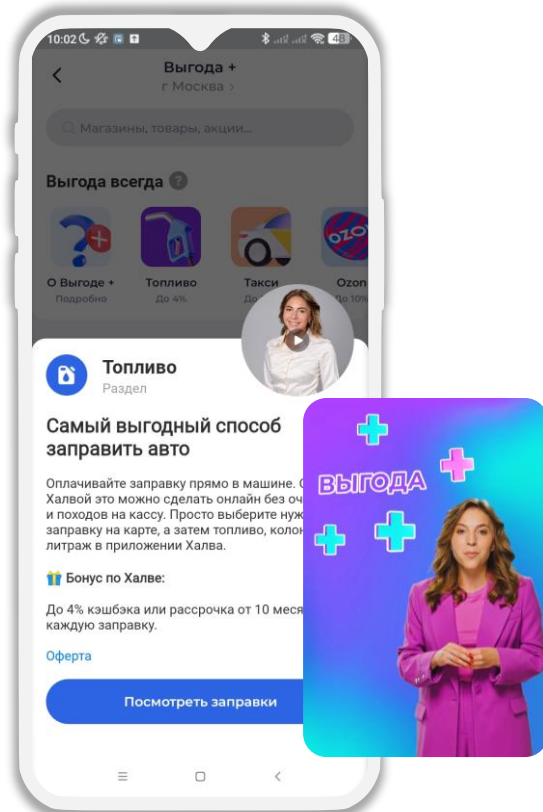
- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел выгоды
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



Love Cashback is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

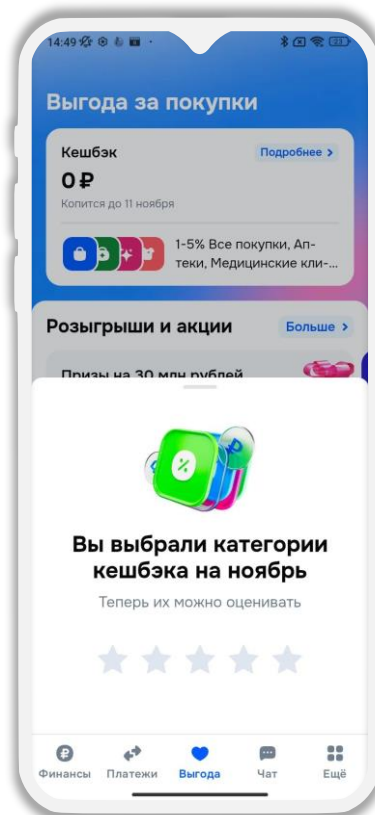
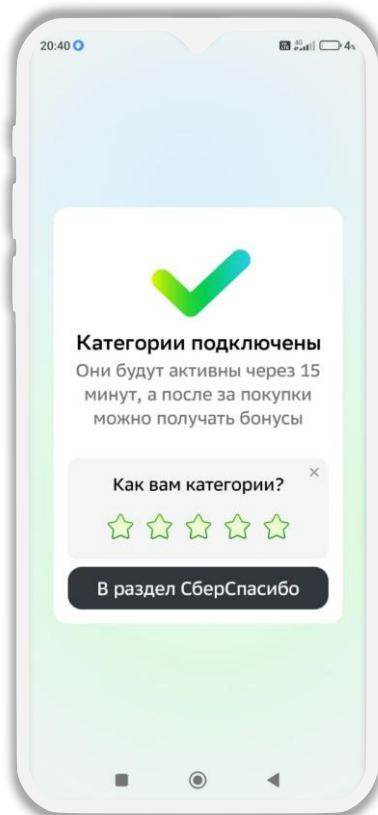
- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел выгоды
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



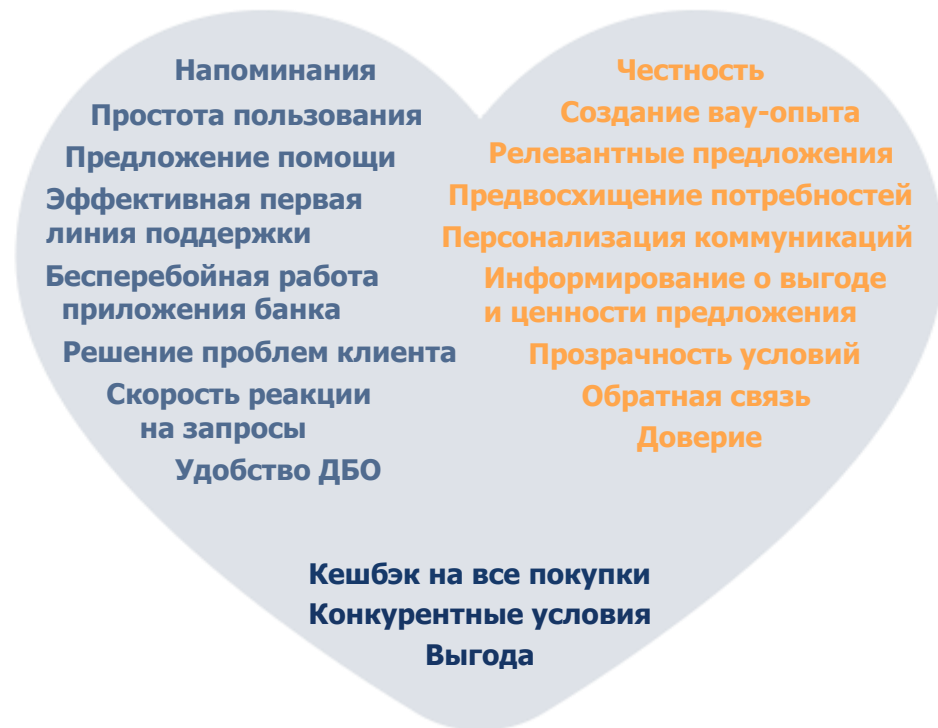
Love **Cashback** is all around

Банковское приложение постоянно напоминает клиенту о способах получения выгоды:

- Показывает баланс бонусов на главной странице
- Рассчитывает предварительный кешбэк на планируемую покупку
- Напоминает о необходимости трат и выбора категорий
- Предлагает маршруты быстрого перехода в раздел выгоды
- Показывает упущенную выгоду
- Указывает лучшие партнерские предложения на карте в телефоне
- Публикует видеоконтент с советами о выгодных покупках
- Предлагает оценить категории кешбэка



Что дает устойчивый позитивный клиентский опыт?



Мы растим любовь клиентов с пониманием того, как эта любовь потом конвертируется в LTV, а LTV конвертируется в чистую прибыль.

В отношениях с клиентами можно таргетировать P&L – и это наши деньги сегодня. Можно таргетировать LTV – и это наши деньги завтра. А можно таргетировать любовь – и это наши деньги послезавтра.

Из интервью экспертов рынка



Анна Стогниенко

Старший проектный лидер Frank RG

stognienko@frankrg.com

