



# **Исследование банковских программ лояльности: 2015**

## «Выращивание» лояльного клиента – комплексный процесс



- Возврат дохода, как премия за активное использование продуктов (бонусы, cashback и т.д.)
- Специальные ценовые и продуктовые предложения

### Качественный сервис

- Профессиональные сотрудников
- Удобные каналы обслуживания
- Своевременная помощь при возникновении затруднений

### Премия за приверженность

### Продуктовое предложение, подходящее клиенту

- Продукты и услуги решают задачи клиента
- Цена, не превышающая ценность для клиента

## Команда Frank Research Group проводит ежегодное исследование банковских программ лояльности

**ВЫПОЛНЕНО**



**2014 год**

**ВЫПОЛНЕНО**



**2015 год**

Цели

- Описать текущую ситуацию в сегменте банковских программ лояльности в разрезе ТОП-50 банков по портфелю кредитных карт (по данным Frank RG на март 2015 г.).
- Составить классификацию программ лояльности, выделить и проанализировать основные свойства каждого типа программ.
- Описать основные изменения, произошедшие с момента подготовки предыдущего исследования (апрель 2014 г. – апрель 2015 г.).

Методика

- Кабинетное исследование
- Экспертные интервью

## В этом году мы взглянули на программы лояльности более прицельно

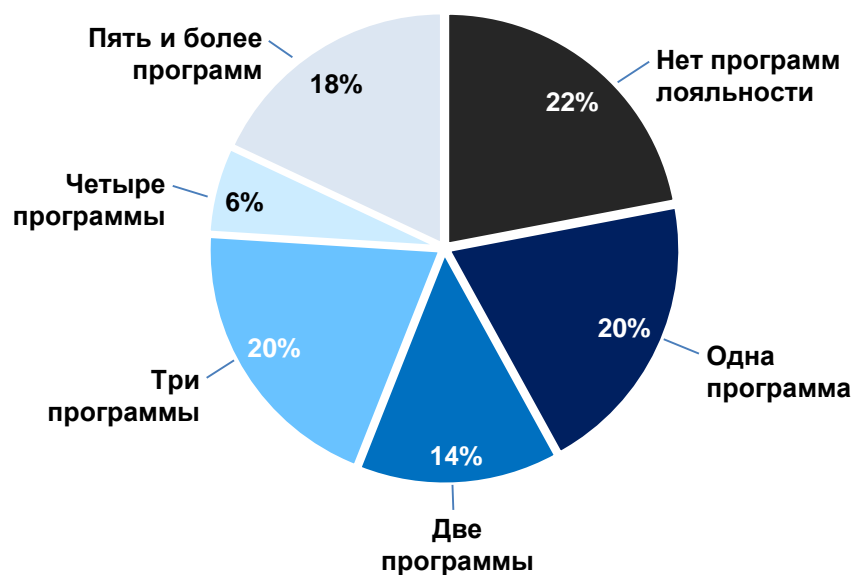


Некоторые из параметров программ лояльности, которые были рассмотрены в исследовании:

- Категории, при покупках в которых клиент получает повышенную выгоду, и как они задаются (постоянные, периодически меняются банком, по выбору клиента);
- Ограничения на максимальную сумму выгоды, получаемой клиентом за период (месяц, год);
- Ограничена ли выгода за покупки в определенных категориях;
- Размер приветственного бонуса и способ его начисления (единовременно при первой покупке, действует в течение периода времени на все покупки, начисляется при достижении необходимой суммы покупок);
- Есть ли ежегодный бонус (например, повышенные баллы в день рождения или процент от накопленных за год баллов);
- Возможно ли оплатить с помощью миль всю сумму авиабилета, включая таксы и сборы;
- «Сгорают» ли накопленные баллы, и через сколько;
- Начисляется ли выгода за оплату услуг в интернет-банке;
- «Курс» перевода накопленных бонусов в рубли;
- И другие.

## По количеству программ лояльности лидируют банки Русский Стандарт и Тинькофф

Распределение банков среди ТОП-50 по портфелю кредитных карт по кол-ву программ лояльности, %



Банки с наибольшим количеством программ лояльности

Банк	Новые программы за год		Место в рейтинге по портфелю	
	Кредитных карт	Текущих счетов	Кредитных карт	Текущих счетов
РУССКИЙ СТАНДАРТ БАНК	12	1	2	15
Тинькофф	11	8	5	18
БАНК Авангард	10	1	32	26
ВТБ24	8	4	3	3
МТС Банк	6	3	13	29
citibank	6	6	11	6
открытие	6	2	23	10
Альфа-Банк	5	2	4	2
UniCredit	5	1	24	7

\*Программа Citi PremierMiles, запущенная 14.05.2015, не вошла в исследование

По данным Frank RG на 01.04.2015

Под «программой лояльности» в данном исследовании понимается **банковская карта**, за покупки с использованием которой клиент получает от банка какую-либо **выгоду** для себя (cashback, мили, бонусы и т.д.)

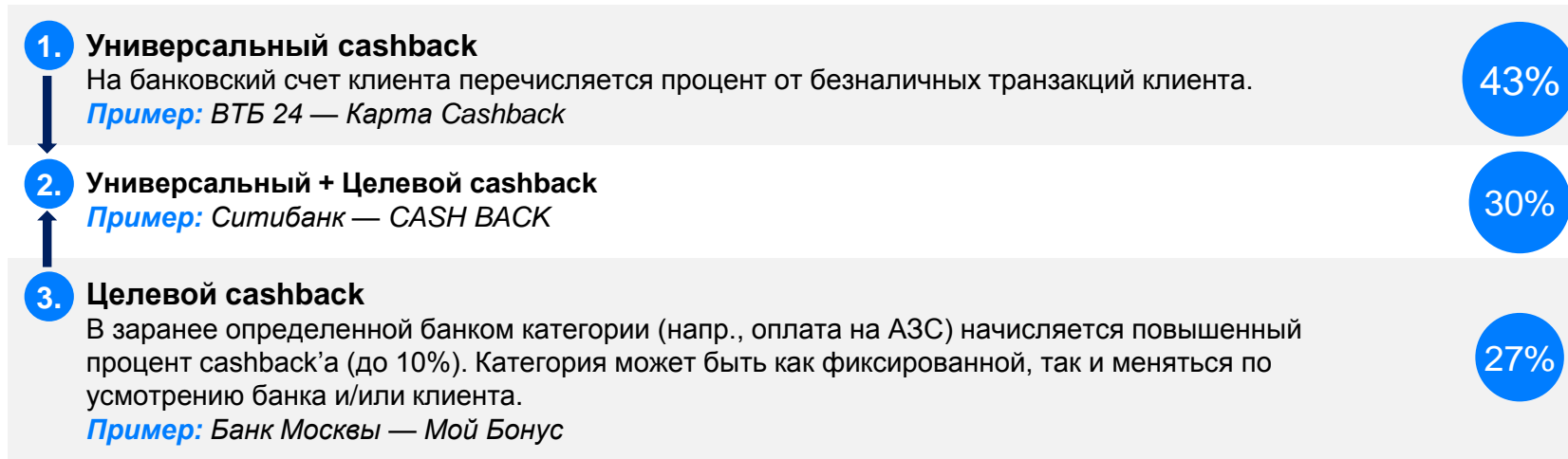
## Самые распространенные программы лояльности — cashback и Travel ко-бренды

	Cashback	Бонусная					Комбинированная
		Конвертация баллов в рубли на счет клиента в банке	Покупка баллами товаров и услуг у партнеров	Конвертация баллов в рубли на счет клиента у партнера	Обмен баллов на товары из каталога вознаграждений	Получение баллов авиа- и ж.д. компаний, Travel-агрегаторов	
Самостоятельная программа	37	12	3	3	1	—	5
Ко-бренд	3	9	18	2	—	40	1
Всего	40	21	21	5	1	40	6

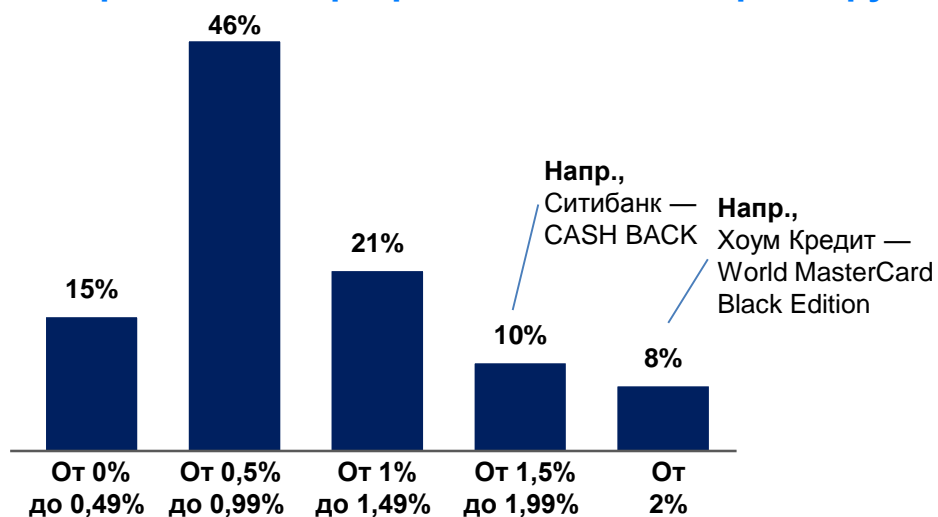
В исследовании представлены программы лояльности 50 банков-лидеров по портфелю кредитных карт. Всего рассмотрено 135 программ лояльности.

## Большинство программ cashback дают клиенту выгоду менее 1%

Количество программ cashback в зависимости от способа начисления выгоды, %



Распределение программ cashback по размеру получаемой клиентом выгоды, %



Из 40 представленных в исследовании программ cashback, более половины (62%) дают клиенту выгоду менее 1%

## Travel-агрегаторы и авиа-кобренды

### 1. Сравнение ко-брендов с Travel-агрегаторами с точки зрения выгоды для клиента

Агрегатор	1,20%	1,81%	2,42%	3 программы	2 новых	0 закрытых
iGlobe.ru	1,46%	1,66%	1,85%	13 программ	4 новых	0 закрытых
anywayanyday.com	0,55%	0,77%	1,00%	1 программа	1 новая	0 закрытых

17 программ 7 новых 0 закрытых

### 2. Сравнение ко-брендов с авиакомпаниями с точки зрения выгоды для клиента

Авиакомпания	Средняя мин. выгода	Средняя выгода	Средняя макс. выгода	4 программы	1 новая	4 закрытых
Другие:    	1,47%	1,92%	2,36%			
	1,09%	1,40%	1,72%	9 программ	1 новая	0 закрытых
	С учетом Сбербанка: 1,24%	1,46%	1,69%	3 программы	0 новых	3 закрытых
	Без Сбербанка: 0,94%	1,05%	1,16%	Все банки, кроме <b>Сбербанка</b> , ухудшили условия начисления миль		
	С учетом Банка Москвы: 1,01%	1,27%	1,53%	3 программы	0 новых	0 закрытых
	Без Банка Москвы: 0,75%	1,05%	1,34%	Все банки, кроме <b>Банка Москвы</b> , ухудшили условия начисления миль		
	С учетом Райффайзенбанка: 0,82%			3 программы	1 новая	0 закрытых
	Без Райффайзенбанка: 0,68%			Все банки, кроме <b>Райффайзенбанка</b> , ухудшили условия начисления миль		

22 программ 3 новых 7 закрытых



## Кроме ко-брендовых, банки предлагают также и собственные Travel-программы

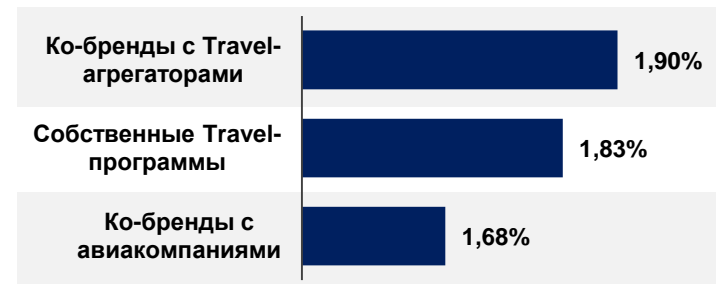
3. Сравнение собственных Travel-программ банков с точки зрения выгоды для клиента



И другие

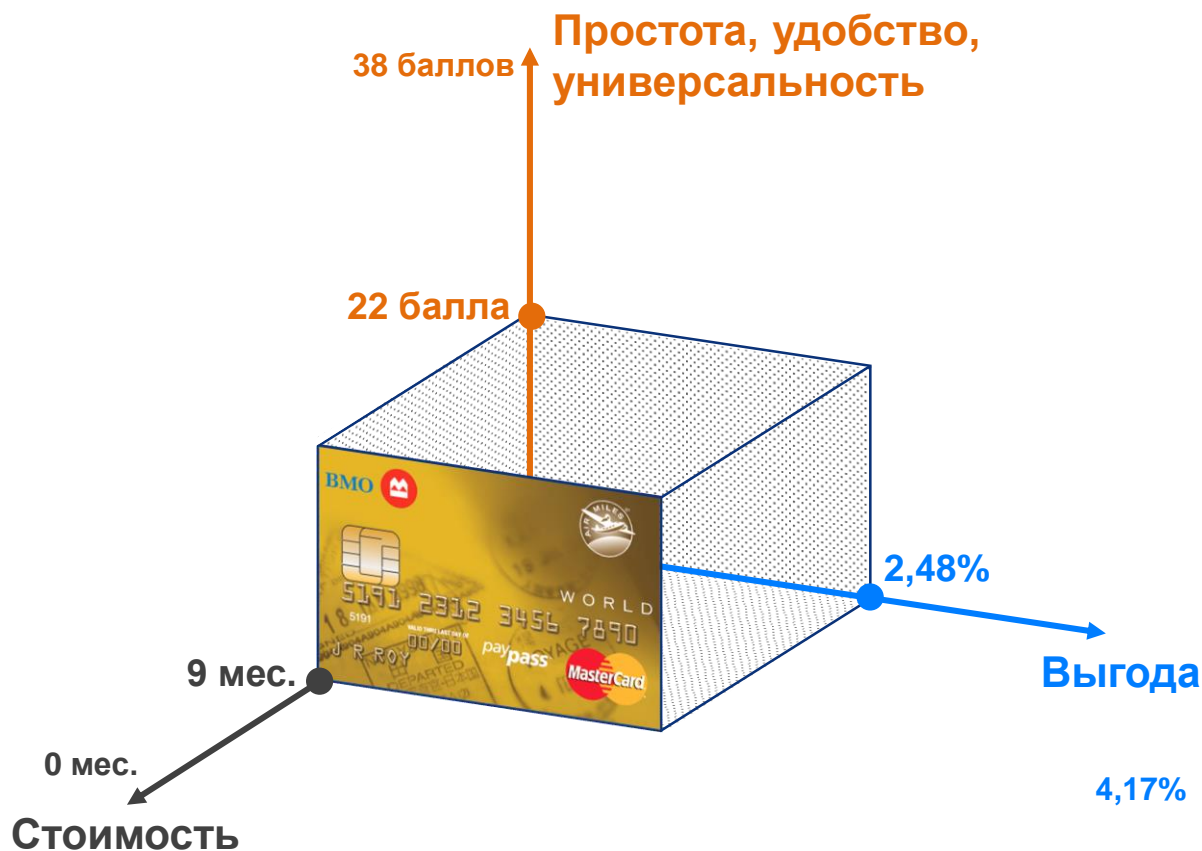
Подробная информация об этих программах лояльности — в отчете.

Сравнение средней макс. выгоды Travel-программ разного вида



- Собственные Travel-программы банков и ко-бренды с Travel-агрегаторами, в среднем, более выгодны для клиента, чем авиационные ко-бренды

## Методика расчета рейтингов



- Под «программой лояльности» в данном исследовании понимается **банковская карта**, за покупки с использованием которой клиент получает от банка какую-либо **выгоду** для себя (cashback, мили, бонусы и т.д.)
- Исключительно дисконтные карты и программы не рассматривались в исследовании

Мы проанализировали программы лояльности с трех точек зрения:

### 1. Выгода

Какая доля от оборота клиента по карте конвертируется в «реальные» рубли?

### 2. Стоимость

Какое количество месяцев потребуется клиенту, чтобы окупить стоимость карты?

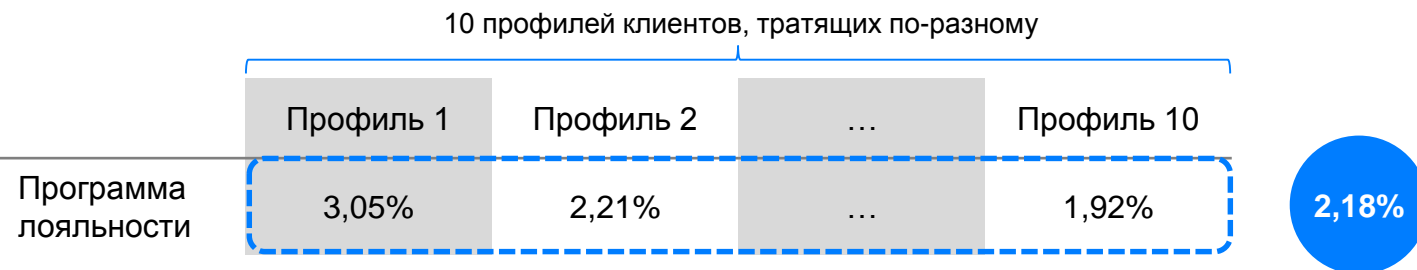
### 3. Простота, удобство, универсальность

Оценка того, насколько просто получить выгоду; на что ее можно потратить; какие есть ограничения и др.

**Итоговый рейтинг** = произведение трех оценок

## 1. Как рассчитать выгоду программы лояльности для клиента?

Средний процент  
возврата от затрат



### Профили годовых затрат клиентов

Клиент	Годовые траты (RUR)	Месячные траты (RUR)	Траты в год по категориям									
			Супермаркеты	Рестораны	Одежда и обувь	Авто <sup>1</sup>	Электроника	Дом, ремонт	Здоровье, медицина, красота <sup>2</sup>	Оплата услуг <sup>3</sup>	Отдых, путешествия <sup>4</sup>	Досуг, развлечения
1	180 000	15 000	86 400	0	18 000	0	7 200	7 200	23 400	32 400	0	5 400
2	300 000	25 000	132 000	15 000	21 000	0	18 000	16 500	42 000	43 500	0	12 000
3	420 000	35 000	159 600	33 600	32 340	0	29 400	25 200	63 000	55 860	0	21 000
4	540 000	45 000	199 800	51 300	42 660	0	43 200	32 400	83 700	64 800	0	22 140
5	720 000	60 000	216 000	86 400	57 600	0	57 600	39 600	115 200	79 200	32 400	36 000
6	900 000	75 000	234 000	126 000	99 000	0	81 000	63 000	153 000	99 000	0	45 000
7	1 020 000	85 000	224 400	153 000	91 800	51 000	91 800	51 000	153 000	91 800	56 100	56 100
8	1 140 000	95 000	228 000	176 700	102 600	0	108 300	57 000	159 600	82 080	157 320	68 400
9	1 260 000	105 000	239 400	201 600	138 600	0	151 200	100 800	233 100	119 700	0	75 600
10	1 440 000	120 000	244 800	237 600	115 200	151 200	144 000	72 000	187 200	87 840	120 960	79 200

1 — Авто = Топливо + Автоуслуги  
 2 — Здоровье, медицина, красота = Аптеки + Косметика, предметы гигиены+ Спортивные товары  
 3 — Оплата услуг = Жилищно-коммунальные услуги + Услуги связи  
 4 — Отдых, путешествия = Билеты + Отели

155

При расчете выгоды мы учли множество параметров программ лояльности, например:

- Категории, при покупках в которых клиент получает повышенную выгоду, и как они задаются (постоянные, периодически меняются банком, по выбору клиента);
- Ограничения на максимальную сумму выгоды, получаемой клиентом за период (месяц, год);
- Ограничена ли выгода за покупки в определенных категориях;
- Размер приветственного бонуса и способ его начисления (единовременно при первой покупке, действует в течение периода времени на все покупки, начисляется при достижении необходимой суммы покупок);
- Есть ли ежегодный бонус (например, повышенные баллы в день рождения или процент от накопленных за год баллов);
- Начисляется ли выгода за оплату услуг в интернет-банке;
- «Курс» перевода накопленных бонусов в рубли;
- И другие.

## 2. Как рассчитать стоимость?

Через сколько месяцев клиент окупит карту



Среднее число месяцев, спустя которые клиент окупит карту

При расчете стоимости учитывались затраты, которые совершит клиент за 2 года владения картой:

- Стоимость выпуска карты
- Стоимость обслуживания карты в первый и последующие годы
- Стоимость пакета услуг
- Плата за участие в программе в первый и последующие годы

При расчете стоимости не учитывались:

- Дополнительные услуги и комиссии (напр., SMS-уведомления, снятие наличных)
- Проценты по кредиту, штрафы

## 3. Как оценить простоту, удобство и универсальность?

Оценка с помощью чек-листа

$$\text{Начальный балл} - \text{Индивидуальные параметры} + \text{Общие параметры} = 12$$

## Мы составили рейтинги в четырех номинациях



1. ТОП-5 лучших бонусных программ

2. ТОП-5 лучших программ cashback

3. ТОП-5 лучших программ для путешественников











4. ТОП-5 лучших программ с накоплением миль авиакомпаний

В номинациях представлены **классические карты** (от Visa Electron до Visa Classic, от Maestro до MasterCard Standard), а также карты категории MasterCard **World**.



## 1. ТОП-5 лучших бонусных программ

## ТОП-5 лучших бонусных программ

	Банк	Программа	Выгода	Стоимость <sup>1</sup>	Удобство и простота	Рейтинг
1		 <i>Кредитная карта "Польза"</i>	2,31%	20,8	32,5	15,6
2		 <i>Кредитная карта "Мобильный бонус"</i>	2,66%	22,4	23	13,7
3		 <i>Программа BonusBack (расширенный уровень участия)</i>	1,86%	20,6	28,5	10,9
4		 <i>Кредитная карта "АФИМОЛЛ Сими"</i>	1,47%	20,2	32	9,5
5		 <i>Кредитная карта "Телефонная карта"</i>	1,78%	21,6	23	8,8











<sup>1</sup> — Стоимость - количество месяцев, необходимых клиенту, чтобы окупить стоимость карты. В целях расчета рейтинга использована обратная шкала (чем выше, тем ниже стоимость)



**2. ТОП-5 лучших программ cashback**












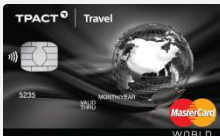
## ТОП-5 лучших программ cashback

	Банк	Программа	Выгода	Стоимость <sup>1</sup>	Удобство и простота	Рейтинг
1	 МТС Банк	 Кредитная карта "МТС Деньги Вклад" – опция "Шопинг"	2,08%	19,8	35	14,4
2	 МТС Банк	 Дебетовая "Студенческая карта"	1,50%	25	33	12,4
3	 citibank	 Кредитная карта "CASH BACK"	1,60%	21,1	35	11,8
4	 Тинькофф	 Дебетовая карта "Tinkoff Black"	1,33%	21,1	38	10,7
5	 открытие	 Дебетовая и кредитная "Карта Гладиатора"	1,48%	19	35	9,8

1 — Стоимость - количество месяцев, необходимых клиенту, чтобы окупить стоимость карты. В целях расчета рейтинга использована обратная шкала (чем выше, тем ниже стоимость)



## ТОП-5 лучших программ для путешественников

	Банк	Программа	Выгода	Стоимость <sup>1</sup>	Удобство и простота	Рейтинг
1	 МТС Банк	 Кредитная карта "МТС Деньги Вклад" – опция "Путешествия"	3,30%	20,4	30	20,2
2	 Тинькофф	 Кредитная карта "All Airlines"	2,07%	20,1	31	12,9
3	 Тинькофф	 Кредитная карта "OneTwoTrip"	1,87%	18,7	29,5	10,3
4	 Юниаструм Банк®	 Кредитная карта "iGlobe.ru"	2,13%	22,1	21	9,9
5	 ТРАСТ <sup>О</sup>	 Кредитная карта "TRUST TRAVEL"	2,29%	19,4	22	9,8

1 — Стоимость - количество месяцев, необходимых клиенту, чтобы окупить стоимость карты. В целях расчета рейтинга использована обратная шкала (чем выше, тем ниже стоимость)



4.

**ТОП-5 лучших программ с  
накоплением миль авиакомпаний**

## ТОП-5 лучших программ с накоплением миль авиакомпаний

	Банк	Программа	Выгода	Стоимость <sup>1</sup>	Удобство и простота	Рейтинг
1	 СБЕРБАНК	 Кредитная и дебетовая карта "Аэрофлот"	2,76%	18,1	13,5	6,7
2	 ВТБ24	 Кредитная карта "Якутия"	1,97%	16	15,5	4,9
3	 Банк Москвы	 Кредитная и дебетовая карта "S7"	1,90%	18,7	13	4,6
4	 ГАЗПРОМБАНК	 Кредитная и дебетовая карта "Уральские Авиалинии"	1,39%	21,8	14	4,2
5	 Московский Индустриальный банк	 Кредитная и дебетовая карта "Трансаэро"	1,37%	21,7	14	4,2

<sup>1</sup> — Стоимость - количество месяцев, необходимых клиенту, чтобы окупить стоимость карты. В целях расчета рейтинга использована обратная шкала (чем выше, тем ниже стоимость)

# Frank Research Group

Ярослав Еременко

[eremenko@frankrg.com](mailto:eremenko@frankrg.com)

+7 (966) 192-59-23

125167, г. Москва

Ленинградский проспект

дом 37, корп. 3, офис 506

т. +7 (499) 922 4518

[info@frankrg.com](mailto:info@frankrg.com)

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