



# Private Deposit CX Rank 2016

Вторая волна ежегодного исследования потребительского опыта вкладчиков в дистанционных каналах обслуживания российских банков

Краткий отчет

Апрель 2016



**Markswebb** *Rank & Report*  
аналитическое агентство

# Исследование

Private Deposit CX Rank 2016 – вторая волна ежегодного исследования агентства Markwebb Rank & Report, предмет которого — совокупный потребительский опыт, формируемый у частного вкладчика в дистанционных каналах обслуживания банка:

- веб-сайтом банка;
- мобильным сайтом банка;
- интернет-банком;
- мобильным банком;
- банкоматами и терминалами.

Исследование охватывает все основные задачи клиента банка в течение всего жизненного цикла пользования вкладом: выбор и открытие вклада, получение информации и совершение операций по вкладу, закрытие вклада и получение с него средств.

В ходе исследования были проведены:

- серия глубинных интервью с вкладчиками;
- онлайн-опрос более 3000 российских интернет-пользователей;
- кабинетное и полевое обследование интерфейсов дистанционных каналов обслуживания вкладчиков в 25 российских банках по чек-листу из 200 критериев.

Основная часть исследования проведена в период с марта по апрель 2016 года.

Результаты исследования позволяют российским банкам:

1. Оценить свою конкурентную позицию с точки зрения качества обслуживания клиентов.
2. Определить типичные недостатки и лучшие практики формирования потребительского опыта частных вкладчиков на российском рынке.
3. Определить в дистанционных каналах обслуживания проблемы, приводящие к потере клиентов и снижению доходов банка.
4. Определить ключевые инициативы для развития потребительского опыта в целях привлечения новых клиентов и удержания существующих.

## Профиль российских вкладчиков

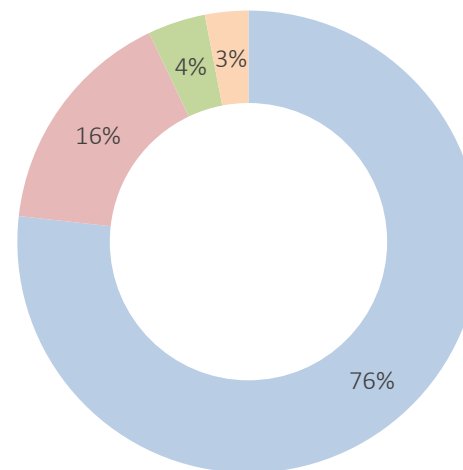
33%

*интернет-пользователей в России имеют хотя бы один открытый вклад или накопительный счет*

33% российских интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, или 18,2 млн человек имеют хотя бы один вклад или накопительный счет в российском банке.

Для женщин более свойственно размещать средства на банковских вкладах. Среди держателей вклада, депозита или накопительного счета 56,6% — женщины и 43,4% — мужчины. Причем среди мужчин и женщин наибольшую долю составляют держатели вкладов в возрасте 25-34 лет.

Большинство вкладчиков (76%) предпочитают размещать средства на вкладах и накопительных счетах только в одном банке. 16% размещают вклады в двух банках и только 7% вкладчиков распределяют свои средства на вкладах в 3-х и более банках.



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 и более

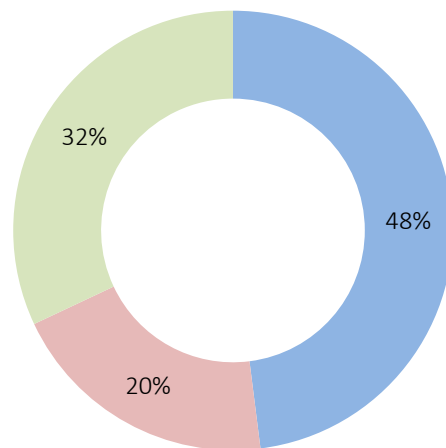
*Диаграмма: распределение вкладчиков по количеству банков, в которых у них открыты вклады или накопительные счета*

91% вкладчиков имеет дебетовую карту хотя бы в одном российском банке. 68% вкладчиков, размещающих вклады в одном банке, имеют в том же банке дебетовую карту. 48% помимо наличия дебетовой карты получают свой основной заработок на карту в том же банке.

Среди интернет-пользователей, имеющих вклад в двух и более банках, 81% имеют хотя бы в одном банке дебетовую карту и только 19% размещают все вклады в банках без наличия дебетовой или зарплатной карты.

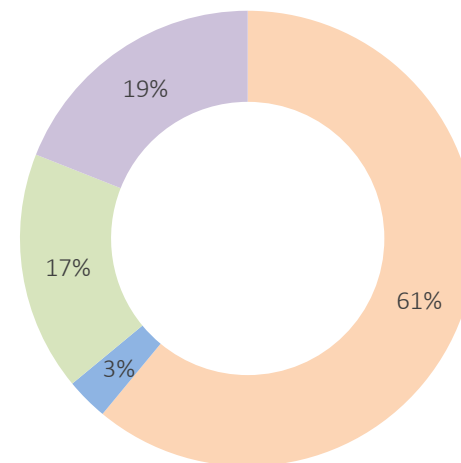
*Диаграмма: распределение вкладчиков по наличию в том же банке дебетовой карты и/или карты, на которую клиент получает свой основной заработок*

**Вклад есть только в одном банке**



- Вклад в том же банке, где зарплатная карта
- Вклад и дебетовая карта в одном банке, а зарплатная — в другом
- Вклад открыт в банке, в котором нет дебетовой карты

**Вклады есть в двух и более банках**



- Один из вкладов открыт в том же банке, где и зарплатная карта
- Все вклады — в банке, в котором есть дебетовая карта, но зарплатная — в другом
- Хотя бы в одном банке открыт и вклад, и дебетовая карта
- Вклады в банках, где не открыта ни дебетовая, ни зарплатная карта

## Возможности дистанционного открытия вкладов

Большинство исследованных банков (21 из 25) предлагают клиентам открывать вклады через интернет-банк. Заметно меньшее количество банков предлагает возможность открытия вкладов через другие дистанционные сервисы: 12 — через мобильный банк и 7 — через банкоматы или терминалы.

4 банка из 25 – Газпромбанк, СКБ-Банк, Югра и Советский Банк – не имеют функций открытия вкладов ни в одном из каналов дистанционного обслуживания клиентов.

Аналогично, только 4 банка из 25 – УБРИР, МКБ, Росбанк и Сбербанк – предлагают своим клиентам возможность открывать вклады сразу в трех каналах ДБО.

Банк	ИБ*	МБ*	АТМ*
Альфа-Банк	+	-	-
Банк Москвы	+	-	+
Банк Санкт-Петербург	+	+	-
Бинбанк	+	-	-
Возрождение	+	-	+
ВТБ 24	+	+	-
Газпромбанк	-	-	-
Зенит	+	-	-
Московский Кредитный Банк	+	+	+
Открытие Банк	+	+	-
Промсвязьбанк	+	+	-
Райффайзенбанк	+	+	-

\* ИБ – интернет-банк, МБ – мобильный банк, АТМ – банкоматы и терминалы

Банк	ИБ*	МБ*	АТМ*
Росбанк	+	+	+
Росгосстрах Банк	+	-	-
Россельхозбанк	+	-	-
Русский Стандарт	+	+	-
Сбербанк России	+	+	+
СКБ-Банк	-	-	-
СМП Банк	+	-	+
Советский Банк	-	-	-
Тинькофф Банк	+	+	-
Уралсиб	+	+	-
УБРИР	+	+	+
ХоумКредит Банк	+	-	-
Югра	-	-	-

## Рейтинг потребительского опыта вкладчиков в дистанционных каналах обслуживания

Оценки потребительского опыта вкладчиков в дистанционных каналах обслуживания исследованных российских банков распределились от 6,2 балла из 100 возможных у банка Югра, который не предоставляет клиентам возможности открытия вкладов ни в одном из каналов ДБО, до 75,4 балла у Тинькофф Банка с широкими возможностями открытия, закрытия вкладов и управления ими через разные каналы ДБО.

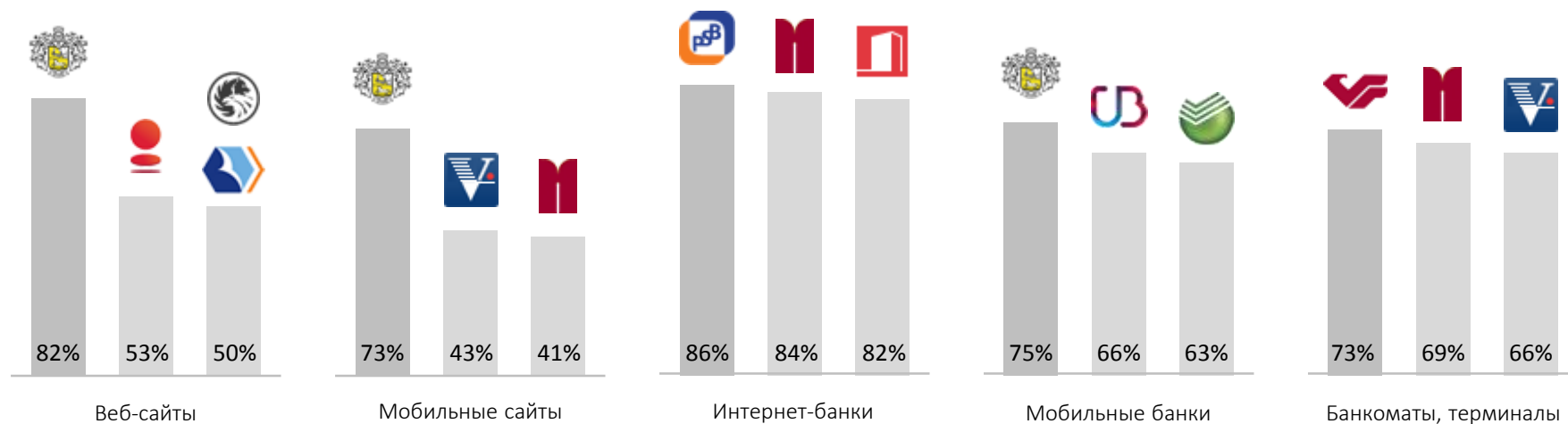
Уровень потребительского опыта вкладчиков в дистанционных каналах обслуживания в целом слабо коррелирует с текущим количеством вкладчиков банка. Топ-5 российских банков по количеству вкладчиков: Сбербанк, ВТБ24, Россельхозбанк, Банк Открытие и Хоум Кредит Банк распределились по всей рейтинговой таблице от 2-го до 20-го места.

№	Банк	Оценка*
1	Тинькофф Банк	75,4
2	Сбербанк России	59,1
3	Промсвязьбанк	58,1
4	Банк Москвы	57,8
5	Московский Кредитный Банк	49,2
6	Уральский Банк Реконструкции и Развития	49,1
7	Русский Стандарт	48,8
8	Росбанк	47,5
9	Уралсиб	47,4
10	ВТБ24	47,1




\* Оценка по шкале от 0 до 100 баллов. Оценка показывает, насколько полно и удобно для клиента реализованы возможности работы с вкладами через дистанционные каналы обслуживания (подробнее см. [методику расчета оценки](#))




№	Банк	Оценка*
11	Хоум Кредит Банк	46,8
12	Бинбанк	44,3
13	Открытие Банк	42,9
14	Банк Санкт-Петербург	42
15	Возрождение	40,5
	Альфа-Банк	39,3
16-17	СМП Банк	39,3
18	Райффайзенбанк	38,8
19	Росгосстрах Банк	37,8
20	Россельхозбанк	35,3
21	Зенит	21,1
22	Советский Банк	21
23	СКБ-Банк	15,7
24	Газпромбанк	13,1
25	Югра	6,2






## Оценки\* потребительского опыта вкладчиков по каналам обслуживания



\* Оценка по шкале от 0% до 100%, учитывающая возможности открытия, просмотра информации, управления и закрытия вкладов или получения информационной поддержки по соответствующим операциям с вкладами.

 Банк Москвы  
 Банк Санкт-Петербург  
 Бинбанк

 Возрождение  
 МКБ  
 Промсвязьбанк

 Русский Стандарт  
 Сбербанк России  
 Тинькофф Банк  
 УБРиР  
 Хоум Кредит

## Ключевые выводы

По результатам исследования, лучший потребительский опыт вкладчиков в каналах дистанционного обслуживания обеспечивают Тинькофф Банк, Сбербанк России и Промсвязьбанк. Все три банка сделали ставку на полноценное управление вкладами (от открытия до закрытия) через интернет-банк и мобильные приложения. Тинькофф Банк, в дополнение к этому, — единственный из исследованных предлагает заказывать и открывать вклады дистанционно через сайт банка с последующим выездом специалиста банка для подписания договора. При этом зачисление средств на вклад производится банковским переводом или через точки обслуживания партнеров.

Веб-сайты банков по-прежнему не решают задачу клиентов — получить информацию по своим продуктам и ориентированы на то, чтобы отправить клиента в офис или контакт-центр, причем как при открытии

вклада, так и при последующем управлении вкладом.

Мобильные приложения банков постепенно догоняют интернет-банки в плане функционала работы с вкладами. В частности, за прошедший год в пяти крупных банках — МКБ, Банке Открытие, Промсвязьбанке, Росбанке и Банке Уралсиб — появилась возможность открывать вклад в мобильном приложении.

Многие банки предлагают возможность закрытия (в том числе, досрочного) вкладов через интернет-банк. За прошедший год такую возможность добавили в свои интернет-банки Альфа-Банк, Банк Москвы, Банк Санкт-Петербург и Банк Уралсиб.

Несмотря на активное распространение сервисов card2card переводов, в том числе, для погашения задолженностей по

кредитам, банки пока игнорируют возможность пополнения вклада с карт других банков. Исключение — Тинькофф Банк и УБРИР, предлагающие своим вкладчикам возможность пополнения вкладов с карт других банков в собственном интернет-банке.

Банкоматы и иные устройства самообслуживания в большинстве банков не обладают возможностями для открытия вкладов и управления ими. Наблюдается разделение концепций развития банкоматов и терминалов с точки зрения обслуживания вкладчиков. Первый вариант — стремление к полноценному управлению вкладами путем создания личного кабинета, где, аналогично интернет-банку и мобильному банку, можно будет совершать операции. Второй вариант — реализация только возможности пополнения вклада через банкомат/терминал.



## Знак качества

Знак качества Marksw Webb Rank & Report выдается участникам исследования Private Deposit CX Rank 2016, занявшим первые десять мест в рейтинге потребительского опыта вкладчиков в дистанционных каналах обслуживания российских банков.

Банк, получивший знак качества Marksw Webb Rank & Report, является одним из лучших по уровню дистанционного обслуживания частных вкладчиков на российском рынке.



**1<sup>ST</sup> PLACE**  
**PRIVATE  
DEPOSIT  
CX  
RANK 2016**

*Marksw Webb Rank & Report*

Тинькофф Банк



**TOP 3**  
**PRIVATE  
DEPOSIT  
CX  
RANK 2016**

*Marksw Webb Rank & Report*

Сбербанк  
Промсвязьбанк



**TOP 10**  
**PRIVATE  
DEPOSIT  
CX  
RANK 2016**

*Marksw Webb Rank & Report*

Банк Москвы  
МКБ  
УБРиР  
Русский Стандарт  
Росбанк  
Уралсиб  
ВТБ24

# Методика исследования

Исследование потребительского опыта вкладчиков в дистанционных каналах обслуживания российских банков включает в себя три принципиальные части.

## 1. Онлайн-опрос

Выборка более 3000 респондентов, репрезентирующих пользователей интернета в возрасте 18-64 лет. Анкета опроса включала в себя социо-демографический профиль респондентов, типы используемых банковских продуктов, обслуживающие банки, используемые дистанционные сервисы, активность, частота и давность их использования, совершаемые операции.

## 2. Глубинные интервью

Выборка респондентов – 20 человек в возрасте 25- 50 лет, проживающих в Москве и имеющих открытые вклады в

российских банках (в общей сложности 46 вкладов в 22 банках). Вопросы интервью включали в себя личный опыт выбора банков для открытия вкладов, принятия решений об открытии вкладов, открытия вкладов, управлении ими, пополнения и расходных операций по вкладам, досрочного закрытия а также закрытия по окончании срока договора и пролонгации договора вклада.

## 3. Аудит интерфейсов каналов ДБО

Полевые и кабинетные обследования интерфейсов веб-сайтов, мобильных сайтов, интернет-банков, мобильных банков, банкоматов и терминалов проведены специалистами Marksw Webb Rank & Report в марте-апреле 2016 года. В 25 российских банках были открыты вклады, подключены сервисы интернет-банкинга и мобильного банкинга, проведены тестовые операции. В ходе

исследования в общей сложности были открыты 35 вкладов на сумму 500 тысяч рублей.

## Методика расчета оценок рейтинга

Для рейтингования были отобраны 25 российских банков: представители топ-5 рейтинга аналогичного исследования в 2015 году и банки, имеющие наибольшее количество вкладчиков среди российских интернет-пользователей по данным исследования e-Finance User Index 2016. 5 банков были включены в исследование по запросу.

В ходе полевых и кабинетных исследований интерфейсов веб-сайтов, мобильных сайтов, интернет-банков, мобильных банков, банкоматов и терминалов отобранных банков специалисты Marksw Webb Rank & Report заполнили чек-листы, состоящие более чем из 200 критериев, отражающих возможности каналов дистанционного обслуживания банков при работе с вкладами.

К задачам клиентов при работе с вкладами, учтенным в чек-листе исследования, относятся:

- подбор вклада и ознакомление с его условиями;
- открытие вклада и размещение средств;
- получение информации по уже открытому вкладу;
- пополнение вклада и расходные операции по нему;
- изменение настроек и параметров открытого вклада;
- досрочное закрытие вклада;
- получение средств вклада по окончании срока его размещения.

Также аналитики Marksw Webb Rank & Report учитывали дополнительные характеристики отдельных каналов

дистанционного обслуживания, связанные с управлением вкладами (например, если для открытия вклада в интернет-банке необходим текущий счет в той же валюте, можно ли такой счет открыть через интернет-банк).

Каждому критерию был назначен вес, отражающий важность канала дистанционного обслуживания в целом для клиентов банка, важность задачи пользователя при работе с вкладами, значимость той или иной функции и качества интерфейса при решении пользовательской задачи. Веса критериев определялись экспертами Marksw Webb Rank & Report на основе данных, полученных в ходе онлайн-опроса и серии глубинных интервью с вкладчиками.

*Таблица: веса отдельных каналов ДБО при расчете итоговой оценки рейтинга:*

Канал ДБО	Вес в оценке рейтинга
Веб-сайт	30%
Мобильный сайт	10%
Интернет-банк	40%
Мобильный банк	15%
Банкоматы и терминалы	5%

Итоговая оценка банка рассчитывалась как сумма оценок критериев, умноженных на их веса. Итоговая оценка измеряется по шкале от 0 баллов (полностью отсутствуют возможности дистанционной работы с вкладами) до 100 баллов (работа с вкладами реализована дистанционно наиболее полным и удобным для клиента образом).

## Полный отчет по результатам исследования

Полный отчет по результатам исследования дает исчерпывающие ответы на все основные вопросы, связанные с текущим уровнем развития и трендами в организации дистанционного сервиса для частных вкладчиков.

Полный отчет по результатам исследования Private Deposit CX Rank 2016 будет полезен:

- руководителям розничного бизнеса в банках;
- руководителям и специалистам по маркетингу и продажам розничных продуктов в дистанционных каналах обслуживания;
- руководителям бизнеса депозитных продуктов;
- руководителям каналов ДБО в банках.

	Стандартный отчет	Расширенный отчет	Полный аудит
Скриншоты интерфейсов по 25 банкам	+	+	+
Чек-листы по 25 банкам	+	+	+
Статистические данные по аудитории вкладчиков в России	+	+	+
Анализ результатов глубинных интервью с вкладчиками	+	+	+
Сравнительный анализ возможностей управления вкладами в 25 банках: сравнительные таблицы, рейтинги по задачам и каналам, описание лучших практик и типичных ошибок	+	+	+
Аудит потребительского опыта клиентов Заказчика по 5 каналам дистанционного обслуживания вкладов		+	+
Конкурентный анализ: определение конкурентных преимуществ и недостатков Заказчика		+	+
Детализированные рекомендации и бизнес-требования для повышения качества дистанционного сервиса вкладчиков в банке Заказчика		+	+
Обследование банка Заказчика и 5 конкурентов по дополнительному чек-листу задач и критериев, не вошедших в основное исследование			+
Шестичасовая сессия обсуждения результатов с Заказчиком			+

# Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report

Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report специализируется на исследованиях, аудите и консалтинге в области развития эффективных интернет-продуктов.

Агентство основано в 2010 году.

Управляющие партнеры агентства — профессионалы с многолетним опытом работы на рынке интернет-маркетинга и в крупнейших интернет-компаниях России. Один из базовых принципов работы агентства — полная независимость проводимых исследований и публикуемых рейтингов.

Агентство Marksw Webb Rank & Report имеет три ключевые аналитические практики:

1. e-Finance – исследования эффективности финансовых продуктов в интернете: интернет-банков, мобильных банков, электронных

платежных систем, сайтов банков, страховых компаний, управляющих компаний.

2. e-Commerce – исследования эффективности интернет-магазинов физических и цифровых товаров.
3. e-Media – исследования эффективности электронных СМИ, информационных и коммуникационных интернет-сервисов.

Клиентами агентства являются такие компании как Альфа-Банк, Бинбанк, ВТБ24, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк, Сбербанк России, ТКС Банк, Афиша-Рамблер, X5 Retail Group, ГК Связной, Спортс.ру, Газета.ру, РБК и другие.

Markswebb Rank & Report

Исследования, аудит и консалтинг в области развития эффективных интернет-продуктов

[markswebb.ru](http://markswebb.ru)

+7 (495) 796-0480

[hello@markswebb.ru](mailto:hello@markswebb.ru)

**Markswebb** *Rank & Report*  
аналитическое агентство