

A close-up photograph of a person's hands holding a silver credit card. The person is wearing a grey, textured sweater. In the background, a laptop keyboard is visible, slightly out of focus. The overall lighting is soft and natural.

Credit Cards CX Rank 2016

Исследование потребительского опыта держателей кредитных карт
в дистанционных каналах обслуживания российских банков

Краткий отчет

Март 2016

Marksw Webb *Rank & Report*
аналитическое агентство

Исследование

Credit Cards CX Rank 2016 – вторая волна исследования и рейтинга пользовательского опыта держателей кредитных карт в дистанционных каналах обслуживания российских банков:

- Веб-сайт банка
- Мобильный сайт банка;
- Интернет-банк;
- Мобильный банк;
- Мобильный кабинет заемщика;
- SMS-банк;
- IVR;
- Банкоматы и терминалы;
- SMS- и E-mail-уведомления.

Исследование охватывает все основные задачи клиента банка в течение всего жизненного цикла пользования кредитной картой: выбор и отправка

заявки на кредитную карту, использование кредитных средств, получение информации и погашение задолженности, изменение настроек карты и другие задачи.

В ходе исследования были проведены:

- Серия глубоких интервью с держателями кредитных карт;
- Онлайн-опрос более 3000 российских интернет-пользователей;
- Юзабилити-тестирование интерфейсов онлайн-каналов обслуживания;
- Анкетирование специалистов банков, отвечающих за ДБО;
- Кабинетное и полевое обследование интерфейсов дистанционных каналов обслуживания держателей кредитных карт в 20 российских банках по чек-листу из более 400 критериев.

Исследование проведено в период с января по март 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 держателей кредитных карт на российском рынке,
3. Определить проблемы в дистанционных каналах обслуживания клиентов, приводящие к потере клиентов и снижению доходов банка.
4. Определить ключевые инициативы для развития потребительского опыта для привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов.

Профиль держателей кредитных карт в России

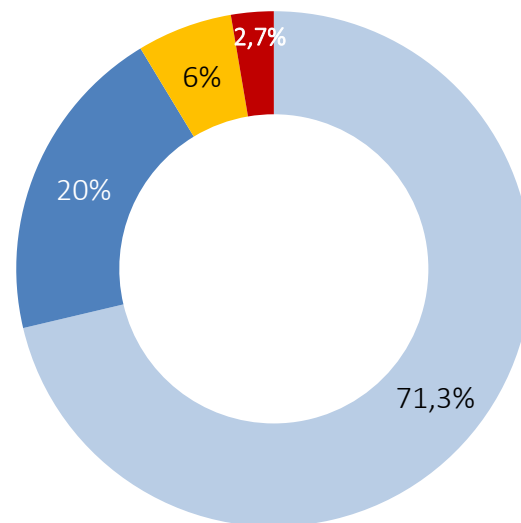
44%

интернет-пользователей в России имеют хотя бы одну кредитную карту в российском банке

44% российских интернет-пользователей или 23,9 млн человек имеют хотя бы одну кредитную карту в российском банке.

Доля держателей кредитных карт немного больше в крупных городах – среди интернет-пользователей, проживающих в городах с населением более 700 тысяч человек, доля держателей кредитных карт достигает 47%, а в городах с населением до 100 тысяч жителей, деревнях и селах – 41%.

Почти 29% всех держателей кредитных карт имеют кредитные карты в двух и более российских банках.

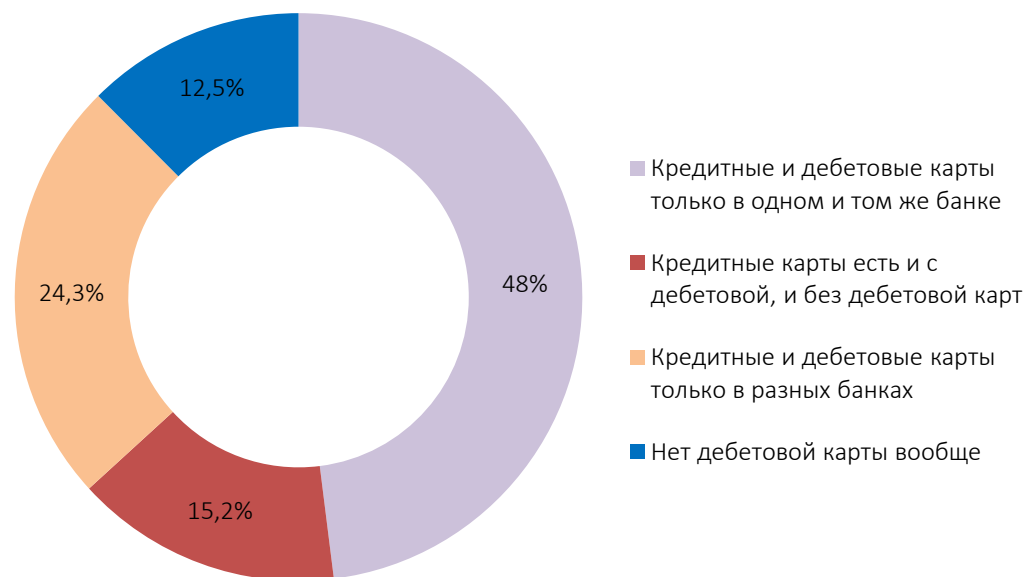


■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 и более

Диаграмма: распределение держателей кредитных карт по количеству банков, в которых у них есть кредитные карты

Профиль держателей кредитных карт в России

У большинства – более 90% - держателей кредитных карт есть и дебетовая карта хотя бы в одном российском банке. При этом почти половина держателей кредитных карт имеет кредитные карт только в тех банках, где у них же есть дебетовые карты. А почти у четверти кредитные карты и дебетовые карты находятся строго в разных банках.



Возможности дистанционной подачи заявки на кредитную карту

Большинство исследованных банков размещают на своих веб-сайтах формы заявок на получение кредитной карты, но лишь у 12 банков по поданным через сайт заявкам клиент может дистанционно получить предварительное решение, и лишь в 5 банках это решение отображается онлайн на той же странице веб-сайта, что и форма заявки.

Формы заявок на кредитные карты в интернет-банках и мобильных банках размещает меньшая часть исследованных банков. Основной акцент при продаже кредитных карты через каналы обслуживания с обязательной идентификацией клиента банки делают на отображении персональных предложений с последующей возможностью принять предложение онлайн.

Банк	Сайт	Моб. сайт	ИБ	МБ
Альфа-Банк	++	++	–	–
Банк Москвы	++	–	++	–
Бинбанк	+++	–	–	–
Бинбанк Кредитные Карты	+	+	–	н
Восточный	+++	++	–	–
ВТБ24	++	++	+	–
Газпромбанк	++	н	–	–
Кредит Европа Банк	+	–	–	н
Лето Банк	+++	н	–	–
МТС Банк	–	н	–	–

Сайт – основной веб-сайта банка,
 Моб. сайт – мобильная версия сайта банка,
 ИБ – интернет-банк,
 МБ – мобильный банк,
 н – мобильный сайт или мобильный банк отсутствует.
 +/- форма заявки на в мобильном банке Промсвязьбанка присутствует только в приложении на ОС Android

Банк	Сайт	Моб. сайт	ИБ	МБ
ОТП Банк	–	–	–	–
Промсвязьбанк	+	+	++	+/-
Райффайзенбанк	++	++	–	–
Ренессанс Кредит	++	–	–	–
Русский Стандарт	++	++	–	–
Сбербанк России	+	+	+	–
Ситибанк	+++	++	+++	–
Тинькофф Банк	+++	++	++	+
Банк Уралсиб	–	–	–	–
Хоум Кредит Банк	–	–	–	–

+++ есть форма заявки и решение по заявке клиент получает онлайн сразу после заполнения формы;
 ++ есть форма заявки и клиент получает решение дистанционно (в SMS или звонком из банка);
 + есть форма заявки, но решение по заявке клиент не может получить дистанционно;
 – форма заявки отсутствует.

Возможности дистанционного погашения задолженности по кредитной карте

Возможности погашения задолженности по кредитной карте с других карт и счетов клиента в том же банке реализованы в подавляющем большинстве интернет-банков и мобильных приложений, однако возможности погашения задолженности с карт сторонних банков реализованы преимущественно на веб-сайтах банков. В 12 из 20 исследованных банков есть возможность пополнить кредитную карту с карты стороннего банка на веб-сайте. Аналогичная возможность встречается только в 6 интернет-банках и 5 мобильных приложениях.

Банк	Сайт	Моб. сайт	ИБ	МБ
Альфа-Банк	+	+	+	+
Банк Москвы	+	–	+	+
Бинбанк	+	–	–	–
Бинбанк Кредитные Карты	–	–	–	н
Восточный	+	–	–	–
ВТБ24	–	–	–	–
Газпромбанк	–	н	–	–
Кредит Европа Банк	–	–	–	н
Лето Банк	+	н	–	–
МТС Банк	+	н	–	+

Банк	Сайт	Моб. сайт	ИБ	МБ
Райффайзенбанк	+	+	–	–
Ренессанс Кредит	+	+	+	+
Росбанк	–	–	–	–
Сбербанк России	+	–	–	–
Сетелем	–	–	+	–
Ситибанк	–	–	–	–
Совкомбанк	–	–	–	–
Тинькофф Банк	+	+	+	+
Банк Уралсиб	+	–	–	–
Хоум Кредит Банк	+	+	+	–

Сайт – основной веб-сайта банка,
Моб. сайт – мобильная версия сайта банка,
ИБ – интернет-банк,
МБ – мобильный банк,
н – мобильный сайт или мобильный банк отсутствует.

Рейтинг потребительского опыта держателей кредитных карт

Получение кредитной карты

Наиболее высокий уровень дистанционности при выдаче кредитной карты демонстрируют Банк Тинькофф, Ситибанк и Банк Москвы за счет более удобного представления информации по кредитным картам, наличию форм заявок как на сайте, так и в интернет-банке, более удобного процесса заполнения, отправки и получения решения по заявке.

№	Банк	Оценка*
1	Тинькофф Банк	62,3
2	Ситибанк	61,4
3	Банк Москвы	55,3
4-5	Альфа-Банк	55,1
4-5	ВТБ24	55,1
6	Райффайзенбанк	49,5
7	Банк Русский Стандарт	47,4
8	Бинбанк	47,3
9	Промсвязьбанк	46,2
10	Сбербанк России	41,1

№	Банк	Оценка*
11	Восточный Банк	38,9
12	Лето Банк	35,9
13	Ренессанс Кредит	33,7
14	Бинбанк Кредитные Карты	27,7
15	Кредит Европа Банк	25,6
16	Хоум Кредит Банк	25
17	Газпромбанк	22
18	ОТП Банк	20,8
19	Банк Уралсиб	20
20	МТС Банк	15,9

* Оценка по шкале от 0 до 100 баллов. Оценка показывает насколько полно и удобно для клиента реализованы возможности выбора, ознакомление с условиями, заказ и получение кредитной карты через дистанционные каналы обслуживания (подробнее см. [методику расчета оценки](#))

Рейтинг потребительского опыта держателей кредитных карт

Пользование кредитной картой

Наиболее удобными с точки зрения дистанционного использования и обслуживания кредитной карты в целом являются Банк Тинькофф, Банк Русский Стандарт и Промсвязьбанк.

Наиболее характерные черты банков, получивших высокие оценки в рейтинге – широкие возможности использования кредитных средств для оплаты услуг и переводов с карты, удобное представление информации о задолженности по кредитной карте и особенностях льготного периода, возможности погашения задолженности разными способами и в разных каналах, включая пополнение карты с карт других банков

№	Банк	Оценка*
1	Тинькофф Банк	70
2	Банк Русский Стандарт	58,2
3	Промсвязьбанк	54,3
4	Альфа-Банк	53,7
5	ВТБ24	50,8
6	Хоум Кредит Банк	50,1
7	МТС Банк	49,2
8	Банк Москвы	48,9
9	ОТП Банк	46,8
10	Банк Уралсиб	46,6

№	Банк	Оценка*
11	Райффайзенбанк	44,9
12	Лето Банк	44,5
13	Бинбанк	42,4
14	Сбербанк России	39,3
15	Восточный Банк	38,5
16	Ситибанк	34
17	Газпромбанк	33,8
18	Бинбанк Кредитные карты	30,2
19	Ренессанс Кредит	27,4
20	Кредит Европа Банк	26,8

* Оценка по шкале от 0 до 100 баллов. Оценка показывает насколько полно и удобно для клиента реализованы возможности использования средств карты, погашения задолженности и управления настройками кредитной карты через дистанционные каналы обслуживания (подробнее см. [методику расчета оценки](#))

Краткие выводы

Наибольшее число интернет-пользователей имеют кредитные карты в Сбербанке России, ВТБ24 и Тинькофф Банке – 58%, 12% и 11% относительно общего числа интернет-пользователей, имеющих хотя бы одну кредитную карту, соответственно.

Основным дистанционным каналом продаж новых кредитных карты для банков остаются веб-сайты. Из 20 исследованных банков у 16 на веб-сайтах есть формы заявки на получение кредитной карты, однако из них только 12 позволяют клиенту дистанционно получить решение от банка о выпуске карты, и только на 5 веб-сайтах клиент может получить решение сразу в режиме онлайн, не покидая форму заявки. Только 6 банков из 20 размещают форму заявки на кредитную карту в интернет-банке.

Основными проблемами при пользовании и обслуживании кредитной карты в

дистанционных каналах обслуживания остаются:

1. Невозможность использовать кредитную карту для некоторых платежей и переводов. Только в 10 интернет-банках есть возможность совершить перевод по реквизитам счета в другом банке, используя в качестве источника средств кредитную карту клиента. Аналогичные ограничения возникают при переводах, являющихся, по сути, оплатой услуг (оплата госпошлин, налогов и штрафов, оплата квитанций за жилищно-коммунальные и иные услуги).

2. Неудобство погашения задолженности при отсутствии подключенного интернет-банка или мобильного банка. Только 10 из 20 исследованных банков размещают на своих сайтах форму card2card переводов, с помощью которой можно погасить задолженность по кредитной карте клиента с помощью карты

стороннего банка. И только 5 банков реализуют такую функцию в интернет-банке и мобильном банке.

3. Неудобство получения информации о задолженности по кредитной карте. Большинство исследованных банков рассылают держателям кредитных карт SMS с информацией о минимальном платеже и дате его внесения, однако только 9 из 20 банков указывают в таких сообщениях общую сумму задолженности по выписке (которая обычно является суммой, необходимой к погашению в льготном периоде). Таким образом, клиентам приходится совершать лишние действия для входа в интернет-банк или мобильное приложение банка для получения информации о задолженности по карте.

Методика исследования

Исследование потребительского опыта держателей кредитных карт в дистанционных каналах обслуживания российских банков включает в себя три принципиальные части.

1. Онлайн-опрос

Онлайн-опрос проведен в ноябре-декабре 2015 года. Выборка 3055 респондентов, репрезентующих пользователей интернета в возрасте 18-64 лет, проживающих в любых населенных пунктах. 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

Серия глубинных интервью проведена по выборке из 20 человек в возрасте 25-50 лет, проживающих в Москве и имеющих кредитные карты в российских банках. Вопросы интервью включали в себя личный опыт респондентов в выборе банков для получения кредитной карты, выборе и принятии решений о получении кредитной карты, процессе заказа и получения карты, использовании и обслуживании карты и другие вопросы.

3. Аудит и тестирование интерфейсов каналов ДБО

Полевые и кабинетные обследования интерфейсов веб-сайтов, мобильных сайтов, интернет-банков, мобильных банков, банкоматов и терминалов и других каналов ДБО проведены специалистами Marksw Webb Rank & Report в феврале-марте 2016 года. В 20 российских банках были рекрутированы действующие держатели кредитных карт, изучены возможности и качества интерфейсов отдельных каналов дистанционного обслуживания, проведены юзабилити-тесты по отдельным задачам клиентов, проведено анкетирование специалистов банков по вопросам работы каналов ДБО при получении и обслуживании кредитной карты.

Методика расчета оценок рейтинга

Для рейтингования отобраны 20 российских банков с наибольшим количеством российских интернет-пользователей, имеющих кредитные карты в соответствующих банках, или попавшие в топ-5 рейтинга Credit Cards CX Rank 2016.

В ходе полевых и кабинетных обследований и тестирований интерфейсов веб-сайтов, мобильных сайтов, интернет-банков, мобильных банков, банкоматов и терминалов отобранных банков специалисты Marksw Webb Rank & Report заполнили чек-листы из более 400 критериев, отражающих возможности каналов дистанционного обслуживания банков при работе с кредитными картами.

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

- подбор кредитной карты и ознакомление с условиями по карте,
- отправка заявки на кредитную карту и получение решения банка,
- пользование кредитными средствами для оплаты, услуг, переводов и снятие наличных и прозрачность условий по данным операциям
- получение информации задолженности,
- погашение задолженности,
- изменение настроек по карте.

Каждому критерию был назначен вес, отражающий важность канала дистанционного обслуживания в целом для клиентов банка, важность задачи пользователя при работе с кредитными картами, 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 держателями кредитных карт.

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 кредитной картой) до 100 баллов (вся работа с кредитными картами реализована дистанционно наиболее полным и удобным для клиента образом).

Оценки рассчитывались отдельно для процессов получения кредитной карты и обслуживания кредитной карты.

*Таблица: веса отдельных каналов ДБО при расчете итоговой оценки рейтинга пользовательского опыта при **получении кредитной карты**:*

Канал ДБО	Вес в оценке рейтинга
Веб-сайт	50%
Мобильный сайт	23%
Интернет-банк	18%
Мобильный банк	6%
Банкоматы и терминалы	2%
SMS-уведомления	1%

*Таблица: веса отдельных каналов ДБО при расчете итоговой оценки рейтинга пользовательского опыта при **обслуживании кредитной карты**:*

Канал ДБО	Вес в оценке рейтинга
Веб-сайт	15%
Мобильный сайт	6%
Интернет-банк	40%
Мобильный банк	24%
Мобильный кабинет заемщика	3%
Банкоматы и терминалы	5%
SMS-банк	2%
IVR	2%
Чеки из банкомата/терминала	2%
SMS-уведомления	1%

Знак качества

Самая удобная дистанционная выдача кредитной карты

Знак качества Marksw Webb Rank & Report выдается участникам исследования Credit Cards CX Rank 2016, занявшим первые десять мест в рейтинге потребительского опыта держателей кредитных карт в дистанционных каналах обслуживания российских банков (получение карты).

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



Банк Тинькофф



Ситибанк

Банк Москвы



Альфа-Банк

ВТБ24

Райффайзенбанк

Банк Русский Стандарт

Бинбанк

Промсвязьбанк

Сбербанк России

Знак качества

Самое удобное дистанционное обслуживание кредитной карты

Знак качества Markswebb Rank & Report выдается участникам исследования Credit Cards CX Rank 2016, занявшим первые десять мест в рейтинге потребительского опыта держателей кредитных карт в дистанционных каналах обслуживания российских банков (пользование и обслуживание карты).

Банк, получивший знак качества Markswebb Rank & Report, является одним из лучших по уровню дистанционного обслуживания держателей кредитных карт на российском рынке.



Банк Тинькофф



Банк Русский Стандарт
Промсвязьбанк



Альфа-Банк
ВТБ24
Хоум Кредит Банк
МТС Банк
Банк Москвы
ОТП Банк
Банк Уралсиб

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 держателей кредитных карт.

Полный отчет по результатам исследования Credit Cards 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 кредитных и карточных продуктов,
- Руководителям каналов ДБО в банках.

	Стандартный отчет	Расширенный отчет	Полный аудит
Скриншоты интерфейсов по 20 банкам	+	+	+
Чек-листы по 20 банкам	+	+	+
Статистические данные по аудитории держателей кредитных карт в России	+	+	+
Анализ результатов глубинных интервью с держателями кредитных карт	+	+	+
Сравнительный анализ возможностей управления кредитными картами в 20 банках: сравнительные таблицы, рейтинги по задачам и каналам, описание лучших практик и типичных ошибок	+	+	+
Аудит потребительского опыта клиентов Заказчика по 10 каналам дистанционного обслуживания кредитных карт		+	+
Конкурентный анализ: определение конкурентных преимуществ и недостатков Заказчика		+	+
Детализированные рекомендации и бизнес-требования для повышения качества дистанционного сервиса держателей кредитных карт в банке Заказчика		+	+
Обследование банка Заказчика и 5 конкурентов по дополнительному чек-листу задач и критериев, не вошедших в основное исследование			+
6-часовая 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.

Управляющими партнерами агентства являются профессионалы с многолетним опытом работы на рынке интернет-маркетинга и в крупнейших интернет-компаниях России. Одним из базовых принципов работы агентства является 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.

Marksw Webb Rank & Report

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

marksw Webb.ru

+7 (495) 796-0480

hello@marksw Webb.ru

Marksw Webb *Rank & Report*
аналитическое агентство