



# Исследование приложений мобильного банкинга в России

# Благодарности

Мы благодарим партнеров нашего исследования за помощь, которая позволила подготовить и выпустить этот отчет.



**APPMAGIC**

Сервис для аналитики рынка мобильных приложений

**Romir**

Исследовательский холдинг

 **banki.ru**

 **сравни.ru**

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНКОВСКИЙ ЖУРНАЛ

**NBJ**



# Благодарности

Мы выражаем особую благодарность экспертам, которые приняли участие в интервью и поддержали наше исследование. Они оказали неоценимую помощь при подготовке отчета.



В экспертных интервью приняли участие представители следующих организаций:

Ак Барс  
Банк



  
Банк  
Казани

HOME  
CREDIT  
BANK



 отк<sup>р</sup>ы<sup>т</sup>и<sup>е</sup>  
БАНК

   
НОВИКОМБАНК

 banki.ru

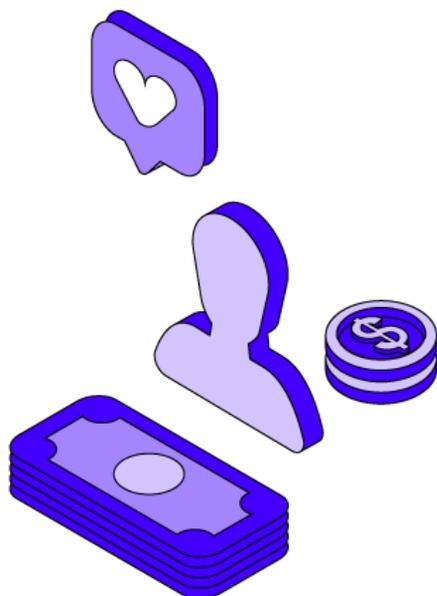
 Райффайзен  
БАНК

 РОСБАНК  
SOCIETE GENERALE GROUP

БАНК  
ЗЕНИТ

 СБЕР

 сравни.ru



Go Mobile проводит исследования рынка мобильного банкинга с 2017 года. Это наш четвертый подобный отчет.

Под мобильным банкингом мы понимаем оказание банковских услуг дистанционно с помощью мобильных приложений.

## В этом году в отчете появились **новые разделы**:

- Обзор мирового и российского рынков мобильного банкинга;
- Портрет пользователя банковского приложения;
- Драйверы рынка и барьеры;
- UX-аудит приложений по чек-листу по двум сценариям;
- Динамика по всем показателям наших рейтингов 2019-2021 годов.

Для расчета рейтинга мобильных приложений мы добавили **новый критерий** — цифровая карта.

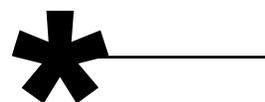
В разделе рейтинга «Продвижение» использовались **новые показатели**: сторис в банковских приложениях, наличие ссылки на приложение на сайте банка и упоминаний приложения в соцсетях.

В «Функционал приложения» добавили оценку по информированию клиентов о предотвращении мошенничества.

## В разделе «Иновации» появились **новые показатели**:

- наличие виртуального ассистента;
- наличие коллабораций с другими сервисами.

Кроме того, мы взяли **интервью** у представителей банков, участвующих в рейтинге, и экспертов рынка мобильного банкинга.



## Чего мы хотим достичь с помощью отчета:

- Выявить лидеров отрасли;
- Проанализировать развитие индустрии приложений;
- Мотивировать банки на инновации;
- Поддерживать конкуренцию между банками;
- Выявить тренды банковской сферы.

Мы собрали большой объем данных. Отчет условно можно поделить на две части: «обзорную» и рейтинговую.

## В «обзорной» части представлены:

- Новости мобильного банкинга за 2021 год;
- Последние мировые и российские тренды;
- Обзор мирового и российского рынков мобильного банкинга с краткой историей развития сферы;
- Портрет пользователя банковского приложения с пересечением аудиторий приложений, участвующих в рейтинге.

В рейтинговой части мы оценили 35 банков по 100+ показателям.

## 01 Функционал приложений:

- Создание шаблонов и автоплатежей
- Открытие инвестиционных счетов
- Возможность стать клиентом банка через приложение
- Открытие вклада
- Поддержка Touch ID и Face ID
- Поддержка способов бесконтактной оплаты
- Суперапп
- Поддержка Apple Watch, iMessage
- Обмен валюты
- Счет в валюте
- Оплата по QR-коду
- Выведение частых операций в «предложения»
- Безопасность
- Привязка карт других банков



## 02 UX:

- Выпуск и заказ карты через приложение
- Переводы другим пользователям
- Оплата связи и коммунальных услуг
- Просмотр истории транзакций
- Блокировка карты
- Чат поддержки
- Поиск банкоматов

## 03 Продвижение:

- Количество используемых каналов продвижения мобильного приложения
- Использование новых методов продвижения
- сторис в приложениях
- Качество креативов

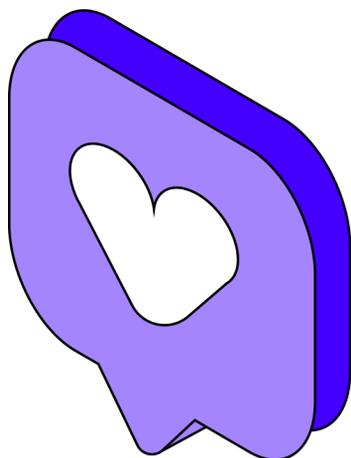
## 04 Оптимизация магазина приложений (ASO):

- Работа с рейтингом
- Текстовая и визуальная оптимизация

## 05 Инновации:

- Использование искусственного интеллекта
- Виртуальный ассистент
- Коллаборации с другими сервисами
- Биометрия
- Оповещения о мошенничестве, страхование от мошенничества

## 06 Цифровая карта



Далее мы перевели полученные значения в баллы и нормализовали их. Суммировали баллы по каждому из разделов для определения лидеров по отдельным критериям, а также по всем разделам — для определения лидеров в целом.

**Отчет подготовила команда консалтинга Go Mobile, а в создании отдельных разделов участвовали наши коллеги:**

- **Раздел «Новые методы продвижения»** подготовлен командой отдела Спецпроектов — Дарьей Казачковой, Полиной Варпулевой, Викторией Сон и Викторией Афоной.
- **Раздел «ASO»** подготовлен командой ASO — Алиной Романовой, Екатериной Орловой, Натальей Измаиловой и Анастасией Пичугиной.
- **Раздел «Анализ креативной коммуникации»** — дизайнером Екатериной Дмитриевой.



# Содержание отчета

<b>Выводы*</b>	10
<b>Новости мобильного банкинга*</b>	30
<b>Тренды</b>	41
Мировые тренды*	42
Российские тренды*	47
<b>Обзор рынка мобильного банкинга</b>	54
Обзор мирового рынка мобильного банкинга*	55
Обзор российского рынка мобильного банкинга*	60
Портрет российского пользователя банковского приложения*	71
<b>Рейтинг</b>	81
Пользователи	82
Функционал	86
UX	93
UX-аудит	123



\*+ справка по результатам интервью



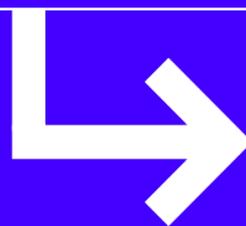
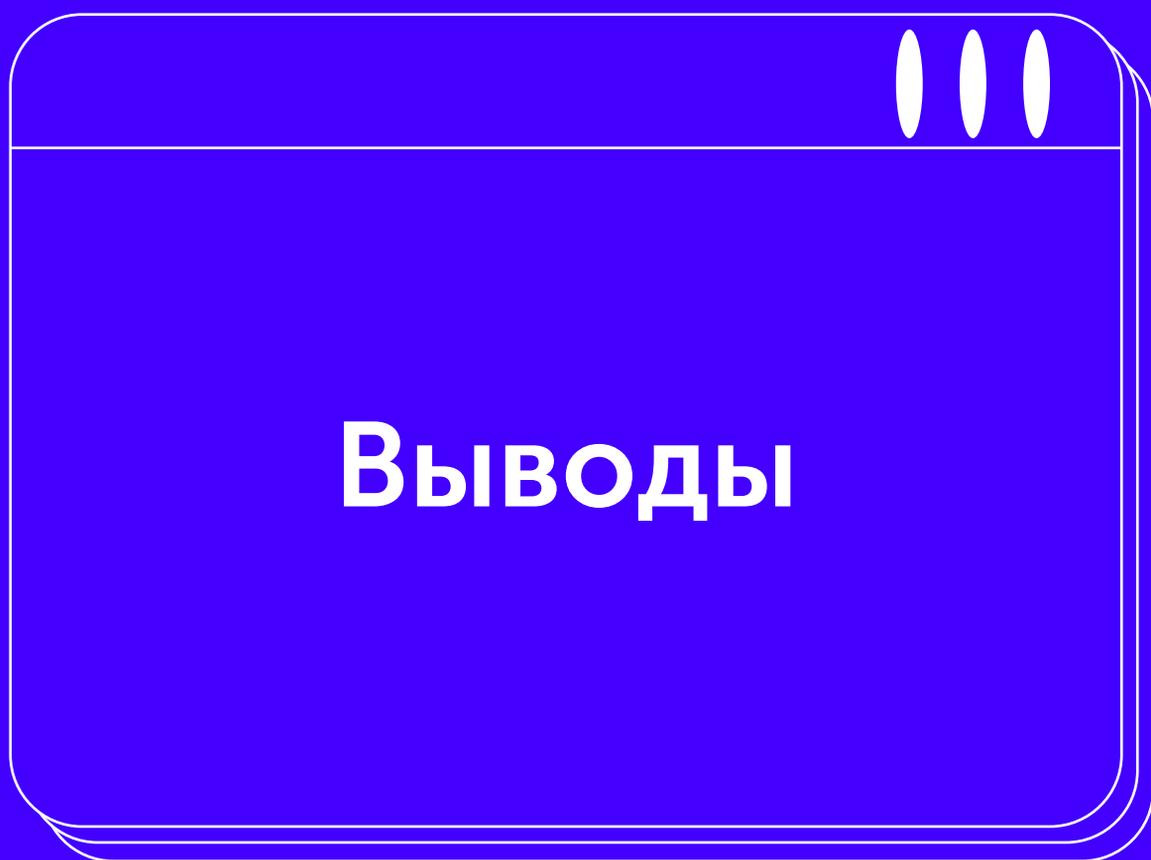
# Содержание отчета

Продвижение*	133
Краткий анализ креативной коммуникации	146
ASO	149
Инновации*	154
Цифровая карта*	159
Итоговый рейтинг	170
<b>Команда проекта</b>	<b>181</b>
<b>Приложение 1. Методология</b>	<b>182</b>
<b>Приложение 2. Методология UX</b>	<b>190</b>



\*+ справка по результатам интервью





# Выводы

## Пользователи

Общее число установок приложений банков, участвующих в рейтинге, за последний год (114,29 млн) увеличилось на 28,6% по сравнению с предыдущим за аналогичный период (88,86 млн).

Если рассмотреть динамику по отдельным банковским приложениям, то **растет аудитория** как крупных банков (Тинькофф +168,8% к прошлому периоду; Альфа-Банк +127,9%), так и не таких крупных по числу пользователей приложений (Новикомбанк +1671,8% к прошлому периоду).

Заметна и **отрицательная** динамика по темпам роста аудитории некоторых приложений. Так, за последние 12 месяцев число скачиваний значительно ниже, чем за предыдущий аналогичный период, у приложений:

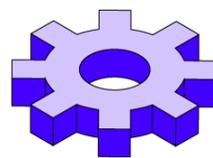
- Хоум Кредит Банка (-78,3% к прошлому периоду),
- Зенит Банка (-38,6%),
- МИнБанка (-34,9%),
- Росбанка (-33,3%),
- Авангарда (-22,5%),
- Ак Барс Банка (-21,6%)

Наиболее высокие показатели **DAU** и **MAU** — у Сбербанка. При этом соотношение **DAU/MAU** находится на конкурентно высоком уровне по сравнению со Сбербанком (71,0%) у Росбанка (63,1%), Банка «Открытие» (50,3%), Локо Банка (46,3%).



# Выводы

## Функционал



Во всех или почти во всех исследуемых приложениях (32-35 из 35) есть такие функции, как:

- Открытие вклада
- Создание шаблонов и автоплатежей
- Поддержка Touch ID и Face ID
- Поддержка способов бесконтактной оплаты
- Счет в валюте
- Обмен валюты
- Оплата по QR-коду

Менее распространены в банковских приложениях эти функции (21-22 из 35):

- Выведение частых операций в «предложения»
- Открытие инвестиционных счетов
- Наличие раздела с информацией о предотвращении мошенничества в отношении клиента банка

Менее чем в половине приложений представлены следующие функции (6-13 из 35):

- Приложение как первая точка входа
- Привязка карт других банков
- Поддержка Apple Watch, iMessage

# Выводы

## UX-аудит

Наиболее короткие пути — от главного экрана до раздела просмотра истории транзакций и до поиска банкоматов (от 1 до 3 шагов). А наиболее длинный — оплата жилищно-коммунальных услуг (от 3 до 10 шагов).

В большинстве приложений в главном меню встречаются такие кнопки:

- «Выпуск и заказ карты» (в 28 приложениях из 31)
- «Перевод денег» (в 25 из 34)
- «Чат поддержки» (в 25 из 29)
- «Просмотр истории транзакций» (в 24 из 34)

В меньшем количестве приложений в главном меню есть кнопки:

- «Блокировка карты» (в 3 приложениях из 33)
- «Оплата связи и ЖКУ» (в 10 из 34)
- «Поиск банкоматов» (в 18 из 34)

Скорость ответа оператора в чате поддержки значительно различается и находится в диапазоне:

от 1 секунды (Альфа-Банк, ВТБ, Россельхозбанк, Сбербанк, СКБ-Банк, Тинькофф, ЮниКредит Банк, Citibank)

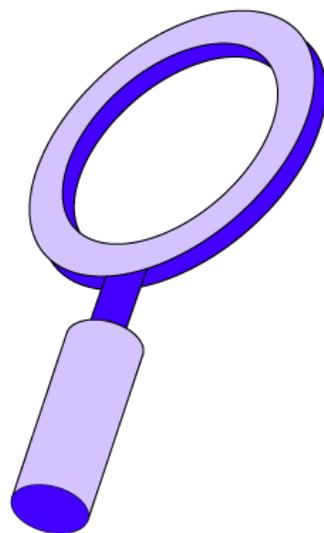
до 8 часов с лишним (МИнБанк)

# Выводы

## UX-аудит

Мы сравнили по чек-листу [разделы переводов банковских приложений](#), участвующих в рейтинге, и отметили, что **во всех приложениях**:

- Номер карты, с которой будут списаны деньги, автоматически заполняется, и пользователю не нужно вводить его вручную
- При оформлении перевода у пользователей есть возможность выбрать, с какой карты будут списаны деньги
- В процессе оформления перевода пользователь видит баланс на карте
- Есть возможность выбрать получателя из списка контактов, а также выполнить поиск по списку контактов
- После ввода номера телефона/выбора контакта появляется имя владельца карты
- Происходит проверка валидности введенных данных до нажатия кнопки перехода к следующему экрану
- Есть подтверждение успешного выполнения перевода



В 15 приложениях навигация сообщает пользователю о текущем местоположении в приложении, а в 19 приложениях — нет. Только в 2 приложениях поля для обязательного заполнения выделены ярким цветом или подсвечены.

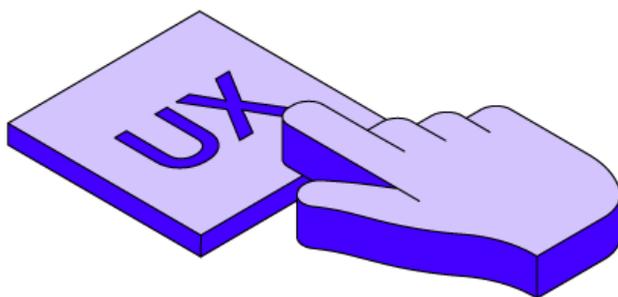
Максимальное количество экранов, использованных для реализации перевода, — 7, а полей для обязательного заполнения — 4.

# Выводы

## UX-аудит

Также мы сравнили по чек-листу [разделы открытия вкладов в банковских приложениях](#) и отметили, что:

- 01** В 24 приложениях есть интерактивный сервис по подбору вкладов, в 10 приложениях — нет.
- 02** Почти во всех приложениях, предлагающих воспользоваться интерактивным сервисом подбора вкладов, есть:
  - Возможность задать желаемую сумму первого пополнения и выбрать срок вклада;
  - Учет пополнения и снятия;
  - Моментальное отображение изменения процентной ставки вклада и суммы дохода в зависимости от меняющихся условий;
  - Переход к подробным условиям вклада прямо из сервиса подбора вкладов.
- 03** Только в одном приложении номер карты или счета, с которого будут списаны деньги, автоматически не заполняется, его нужно вводить вручную.
- 04** Во всех рассмотренных приложениях есть:
  - Возможность выбрать, с какой карты или счета будут списаны деньги;
  - Отображение баланса на карте или счете, с которого будут списаны деньги;
  - Проверка валидности введенных данных до нажатия кнопки перехода к следующему экрану.
- 05** Только в 3 приложениях поля для обязательного заполнения выделены ярким цветом или подсвечены.



# Выводы

## Продвижение

Наиболее распространенными **каналами продвижения** мобильного приложениями являются:

- Ссылки на приложение на сайте банка (35 из 35)
- Упоминание приложения в соцсетях (33 из 35)
- Yandex (28 из 35)
- Facebook (28 из 35)
- Instagram (28 из 35)

Менее распространены:

- Google (25 из 35)
- myTarget (24 из 35)
- CPA-сети (21 из 35)
- Twitter (21 из 35)

Все способы продвижения используют 10 банков из 35, а выбирают 3-4 канала для продвижения — 7 банков из 35.

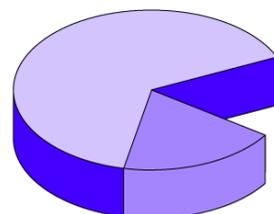
Среди **новых методов продвижения** на первом месте подкасты. Их выбрали 16 банков из 35.

На втором месте — AR-маски (12 из 35).

На третьем — TikTok (8 из 35).

И только 1 банк продвигается через Likee — Сбербанк.

**Сторис** есть в приложениях 19 банков из 34. Почти во всех из них размещается не только рекламный контент (17 из 34).



# Выводы

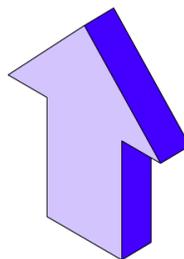
## Продвижение

По оценке **качества креативов**, а именно:

- Разнообразию подходов
- Наличию призыва к действию
- Соответствию брендбуку
- Рискованности, этичности подходов

Наиболее высокие баллы получили:

- Райффайзенбанк
- Сбербанк
- Альфа-Банк
- Банк «Открытие»
- Почта Банк
- РНКБ
- СКБ-Банк

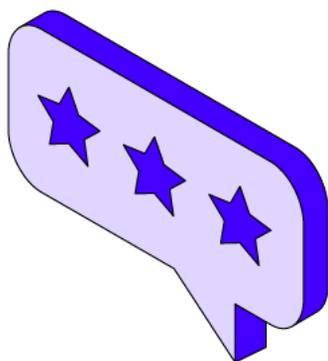


# Выводы

## ASO: Рейтинг

Рейтинговые показатели всех рассматриваемых приложений в Google Play значительно выше и лучше, чем в App Store.

В App Store только одно приложение попадало в [редакторскую подборку](#) (8 раз), в Google Play — 19 приложений (от 1 до 4 раз).



Среднее [количество отзывов за год](#) у банковских приложений, участвующих в рейтинге, в App Store — 3,2 тысячи при среднем [рейтинге отзывов](#) в 2,5 балла из 5, в Google Play — 21,6 тысяча отзывов при среднем рейтинге отзывов в 3,1 балла из 5.

Среднее [количество оценок за все время](#) в App Store — 240,9 тысяч (медиана — 6 тысяч), в Google Play — 322,2 тысячи (медиана — 16,7 тысяч).

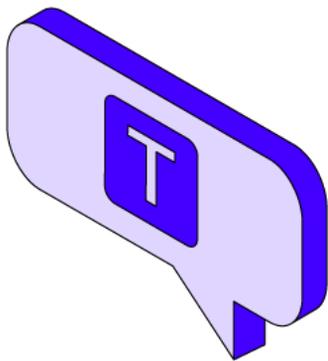
Ведут работу с отзывами в App Store 28 банков из 35, в Google Play — 27 банков из 34.

## ASO: Текстовая оптимизация

Только 4 банка из 35 в App Store и 1 банк в Google Play используют максимальное [количество знаков в поле Title](#).

Максимальное [количество знаков в поле Subtitle/Short description](#) используют 8 банков в App Store и 18 в Google Play.

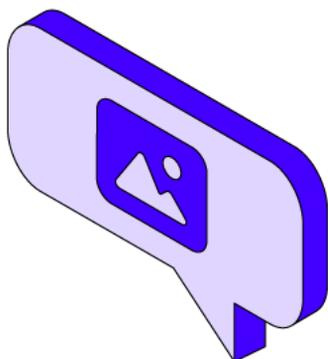
В выдаче по наиболее популярным запросам входят в среднем в топ-5 только 5 банков в App Store и лишь 2 банка в Google Play.



# Выводы

## ASO: Визуальная оптимизация

В App Store [видеоролик](#) есть всего у одного банка, а в Google Play — у четырех.



[Актуальность скриншотов](#) в App Store несколько выше, чем в Google Play (34 банка с актуальными скриншотами против 28).

За [оригинальность композиции](#) в App Store и Google Play мы отдали баллы 24 и 25 банкам из 35 и 34 соответственно.

В App Store у рассматриваемых банков мы не обнаружили [нечитаемых скриншотов](#), в то время как в Google Play нашлось 11 банков с нечитаемыми скриншотами.

Среднее [количество скриншотов](#) в App Store и Google Play примерно равны (6,5 и 6,7 соответственно).



# Выводы

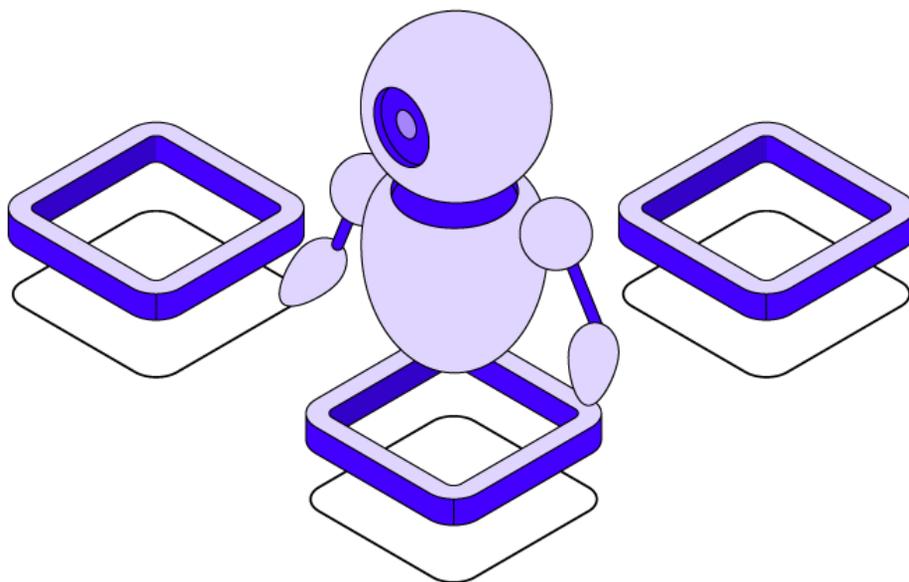
## Инновации

Наиболее распространенными инновациями в приложениях стали [биометрия](#) (34 из 35) и [оповещения о мошенничестве, страхование от мошенничества](#) (34 из 35).

Менее распространены [коллаборации с другими сервисами](#) (22 из 35).

[Искусственный интеллект](#) используется в 21 приложениях и не используется в 14.

[Виртуальный ассистент](#) есть в 20 приложениях, а отсутствует — в 15.



# Выводы

## Цифровая карта

Воспользоваться цифровой картой могут клиенты 19 банков из 35. Почти все эти банки выпускают цифровые карты бесплатно, за исключением [одного](#).

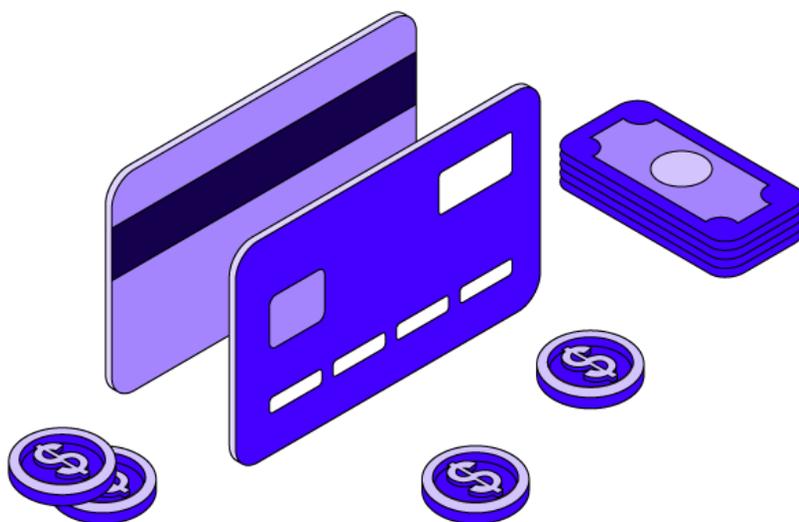
[Обслуживание](#) цифровой карты у большинства банков также бесплатное, однако у четырех банков стоимость обслуживания составляет от 99 до 1188 рублей в год.

[Лимит на бесплатное снятие наличных](#) с цифровой карты находится в диапазоне от 100 тысяч рублей до 3 млн рублей. При этом у двух банков невозможно снятие наличных с цифровой карты.

[Кешбэк](#) для цифровой карты на основные категории варьируется от 0,5% до 15%, а наиболее высокий кешбэк — от 5% до 45,5%. У одного банка нет кешбэка для цифровых карт, и у еще одного — нет повышенного.

Не ограничивают кешбэк по цифровой карте 3 банка. У остальных банков есть [лимит на кешбэк](#) от 2 до 12 тысяч рублей, бонусов или баллов.

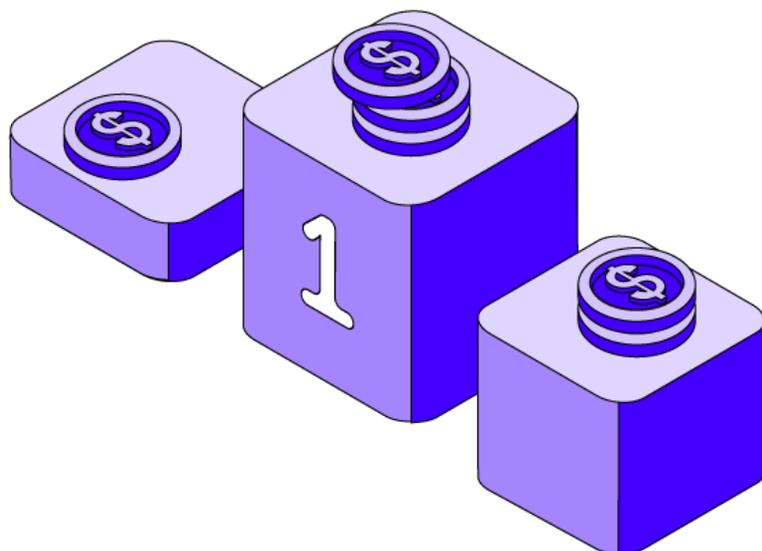
У большинства банков [кешбэк в рублях](#) или конвертируется из бонусов/баллов в рубли по курсу 1 балл = 1 рубль (15 из 18). Только 3 банка предлагают [кешбэк в бонусах или баллах](#).



# Выводы

Разберем [лидеров по каждому из разделов рейтинга](#).

- Постоянно на протяжении последних лет входили в топ по динамике установок и уровню активности пользователей приложений Сбербанк и Тинькофф. В 2021 году к ним присоединились Новикомбанк, Росбанк и Локо Банк.
- Регулярно входит в топ по функционалу приложения только Альфа-Банк. Вместе с ним в этом году — Тинькофф, Сбербанк, СКБ-Банк.
- Оценка UX проводилась в 2020 и 2021. Оба года в топ выходят приложения Альфа-Банка, МКБ, Сбербанка, Райффайзенбанка. В этом году присоединился ОТП.
- По продвижению последние 3 года лидируют Сбербанк и Тинькофф. Вышли в топ в 2021 также Райффайзенбанк, Банк «Открытие» и Росбанк.
- Постоянные лидеры в ASO — Сбербанк, Райффайзенбанк, Тинькофф, ВТБ. В 2021 году это также Альфа-Банк.
- Оценка инноваций проводилась только последние 2 года. Входили в топ оба раза Сбербанк и Тинькофф. Кроме них в этом году получили высокие баллы приложения 12 банков.
- Первые места в итоговом рейтинге 3 года подряд занимают Сбербанк, Тинькофф, Райффайзенбанк и Альфа-Банк. Замыкает топ-5 нынешнего года Банк «Открытие».



# Выводы

Итоговый рейтинг 2021

## Лучший мобильный банк 2021

Сумма баллов по всем критериям рейтинга



## Лучшее мобильное приложение

Функционал + UX



# Выводы

Итоговый рейтинг 2021

## Лучшее мобильное продвижение

Продвижение + Пользователи



1 место

**Сбербанк**



2 место

**Тинькофф  
Райффайзенбанк**



3 место

**Банк «Открытие»  
Росбанк**

## Самый инновационный банк

Инновации + Цифровая карта



1 место

**Тинькофф**



2 место

**Райффайзенбанк  
Альфа-Банк  
Почта Банк  
ВТБ  
Банк Русский  
Стандарт**



3 место

**Хоум Кредит Банк  
Банк «Открытие»  
Ак Барс Банк  
РНКБ  
Промсвязьбанк  
Сбербанк**

# Выводы

Итоговый рейтинг 2021

## Лучшее ASO ASO



1 место

**Сбербанк**



2 место

**Райффайзенбанк  
Тинькофф  
Альфа-Банк  
ВТБ**



3 место

**Хоум Кредит Банк  
Банк «Открытие»  
Банк Русский  
Стандарт  
ОТП**

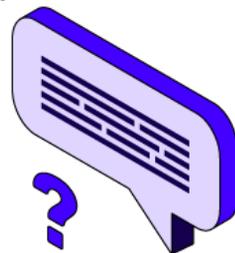
# Выводы

## Какие возможности может предоставить банк

В ходе интервью мы попросили экспертов рассказать о грядущих улучшениях мобильного банкинга в будущем, а также их желаниях относительно расширения функционала или целей приложений.

Относительно обновлений представители банков поделились своими планами:

- 01** Лейтмотивом дальнейшего развития банковских приложений является улучшение пользовательского опыта. Причем оно будет происходить не только за счёт интерфейсов, но и за счет интеграции продуктов и технологических решений. Так, банки очень ждут роста популярности единой биометрической системой (ЕБС), которая позволит экстремально сократить долю офлайн-взаимодействия в процессе получения услуг или открытия продуктов. Также ведется широкая дискуссия о бесшовных путях предоставления услуг: банки сейчас находятся в поисках путей предоставления услуг с наименьшим количеством шагов.
- 02** Эксперты не раз отмечали, что банковские организации имеют большое количество данных о клиенте, и это служит обширным плацдармом для дальнейших разработок. Сегодня разрабатываются сервисы, которые умеют управлять сторонними подписками прямо в банковском приложении, и алгоритмы, которые подсказывают клиентам о предстоящих счетах, основываясь на их предыдущих транзакциях. Благодаря этому банки имеют много возможностей — остался вопрос их реализаций.
- 03** Относительно желаемых функций в мобильных приложениях была отмечена следующая тенденция: самые необходимые функции в мобильном банкинге уже реализованы. Дальше — либо «приятные дополнения» в виде персонализации или виджетов, либо продвинутые системы lifelong-финансового ассистирования. Причем некоторые заделы на реализацию фантастических функций уже существуют (голосовые ассистенты умеют заказывать продукты, а через приложения можно бронировать столик), но осведомленность пользователя о них по-прежнему мала.

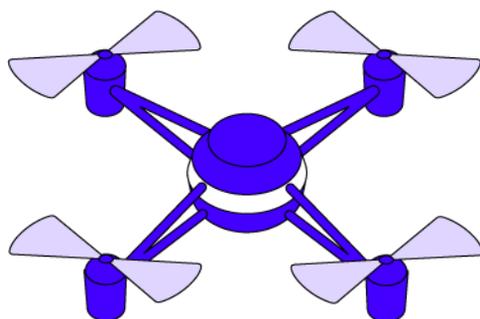


# Выводы

## Что ждет мобильный банкинг

Мы поинтересовались у экспертов банковской отрасли, куда и за счет чего движется рынок мобильного банкинга, будет ли он расти в ближайшем будущем.

- 01** Большинство экспертов уверены в том, что рынок будет продолжать расти. Этому будет способствовать снижение доли офлайна, расширение небанковского функционала и ставка на персонализацию услуг.
- 02** Банки будут развиваться по клиентоориентированному подходу: через интеграцию цифровых каналов и CRM, переход от классических продуктов и услуг к созданию готовых клиентских решений. Благодаря этому основной метрикой успеха банка будет **LTV**.
- 03** Также росту рынка способствует дистанционная идентификация — это полностью перенесет банкинг в онлайн и в частности сильно поможет региональным банкам.
- 04** Основной ветвью развития эксперты выделяли выход банкинга за рамки мобильного приложения, поскольку необходимо упрощение интерфейсов: это виджеты, голосовые помощники, умная техника и т.п. Банкинг будет везде по умолчанию и проникнет в рутинные бытовые дела клиентов.
- 05** Часть экспертов подняли вопрос об эволюции мобильного банкинга. Вполне возможно, что на замену приложениям придет другой основной канал. Возможно, рынок ждет не развития мобильного приложения определенного банка, а единого приложения, в котором будут все банковские продукты и любые услуги.



# Выводы

## Будущее мобильного банкинга



**Александр Пятигорский,**  
директор департамента Digital Банка «Открытие»

Мобильный банк — это день вчерашний и сегодняшний, но не завтрашний. Потребности клиентов растут с огромной скоростью за пределы мобильного банкинга, и если вчера для совершения перевода им было удобно открыть приложение, разблокировать его, выбрать раздел, ввести все данные и так далее, то сейчас это выглядит как абсолютно устаревший и неэффективный клиентский путь, который нужно менять.

Мобильный банкинг перестал быть трендом. Это не конец эволюции, а лишь ее этап после отделений, банкоматов, call-центров, интернет- и sms-банкинга. Банкинг выходит в цифровом пространстве за пределы мобильного банка и переходит в другие интерфейсы. Это и виджеты, и различные виртуальные банковские клавиатуры, и клиенты с удовольствием пользуются этими путями.





## Какие возможности может предоставить банк



**Павел Михалев**

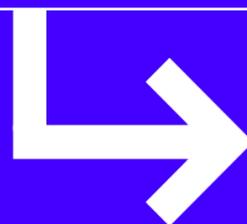
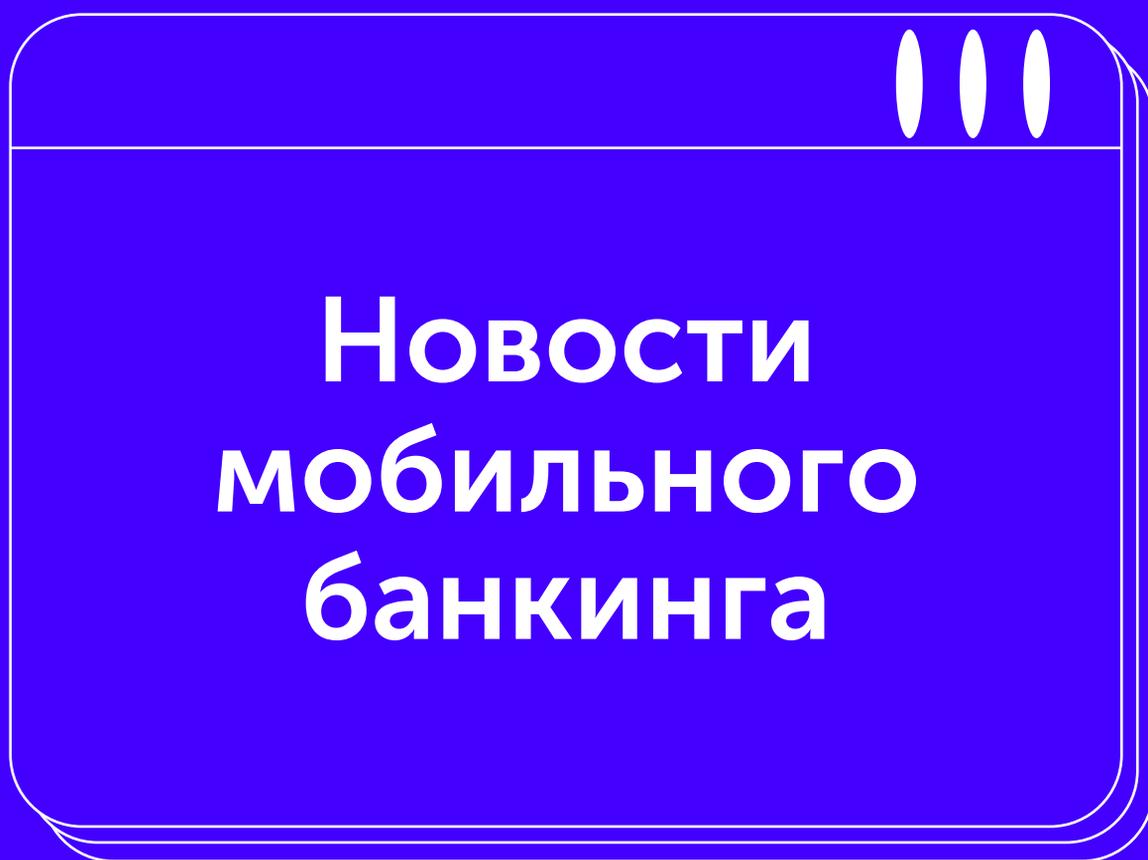
Директор по развитию онлайн-сервисов Хоум Кредит Банк

«С точки зрения среднестатистического пользователя банковское приложение покрывает все его потребности. Остальное, в том числе нововведения, на мой взгляд, являются довольно специфичными и далеко не must-have.

За последний год развиваются переводы на номер телефона: СБП, прямые интеграции с другими банками. Это полезно и хорошо. Ими пользуются люди каждый день — одна из самых популярных операций в банке. Чего стоит ждать — облегчения клиентского пути.

Если сложные кредиты открываются дистанционно без какого-либо офлайн-взаимодействия — это то, что нужно клиенту. Чтобы это было просто, понятно, быстро. И чтобы от клиента не требовалось никаких лишних действий. А далее — бесшовность: получение денег быстро на счет, на цифровую карту, которая не имеет пластикового носителя, а за нее он получит еще и кешбэк!».





# Новостной таймлайн

Январь

- К Системе быстрых платежей должны были подключиться все банки с универсальной лицензией

По состоянию на конец декабря это сделали 190 из 195 таких банков

- Рокетбанк объявил об окончательном закрытии

В марте 2020 года группа QIWI сообщила о намерении свернуть финтех-проект из-за его убыточности

Февраль

- «Сбер» стал самым сильным банковским брендом в 2021 году в рейтинге Brand Finance Banking 500

Банк получил 92 балла из 100

- Тинькофф анонсировал собственный платежный сервис Tinkoff Pay и систему онлайн-платежей «Тинькофф касса»

- Суд раскрыл детали крупной утечки данных клиентов Сбербанка, которая произошла в 2019 году

- Участники рынка представили ЦБ отзывы на проект изменений в «Положение о платежной системе»

Они попросили сократить дневной лимит переводов в Системе быстрых платежей

Март

- Сбербанк в 2020 году сократил число банкоматов и платежных терминалов на 10% — до 70,4 тыс. устройств

- Оптимизация произошла на фоне роста пользователей мобильного банка. Она затронула в большей степени города, чем села

## Март

- **Совкомбанк подтвердил, что покупает пакеты акций банка «Восточный» у фондов Baring Vostok, компании «Финвижн» и Шерзода Юсупова**

- **«Коммерсант» выяснил, что карантинные ограничения дали толчок развитию цифровых банковских карт**

За 2020 год (по сравнению с 2019 годом) их доля в общей эмиссии, по оценкам банкиров, выросла до 15-40% в зависимости от банка

- **Альфа-Банк сообщил, что начнет платить вознаграждения в размере 1 млн рублей за информацию о телефонных мошенниках, в случае если она поможет выйти на нелегальные колл-центры**

- **Почта Банк стал лидером по убытку на рынке по итогам февраля**

Проблемы возникли из-за заемщиков, которые воспользовались кредитными каникулами во время пандемии

## Апрель

- **Тинькофф потребовал от МТС 1,1 млрд рублей в качестве компенсации за повышение цен на корпоративные СМС-рассылки**

По мнению банка, оператор не исполнил предписание ФАС о выравнивании тарифов на такие рассылки

- **В банке ДОМ.РФ произошла утечка данных граждан, которые обращались за потребительским кредитом в течение прошедшего года**

- **Генеральный директор Ozon сообщил, что компания подаст заявку на получение банковской лицензии для развития услуг в финансовом секторе и кредитования сотрудничающих с маркетплейсом продавцов**

- **Президент Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) Александр Шохин оценил затраты бизнеса из-за перехода на российский софт в 1 трлн рублей**

## Апрель

- **Citibank объявил о прекращении розничного бизнеса в России**

Это связано с намерением банка сосредоточиться на более маргинальном корпоративном сегменте

- **27 российских банков имеют опасную уязвимость на сайте, которая позволяет мошенникам перенаправить пользователей на фишинговый ресурс, выяснили в StopPhish**

Уязвимость касается сайтов, работающих на системе управления «1С-Битрикс»

- **Яндекс официально подтвердил покупку банка «Акрополь»**

Впервые об этой сделке сообщалось еще в середине марта и, скорее всего, покупка была заложена рынком в котировки IT-холдинга

- **Группа «Тинькофф» совершила первую сделку M&A с 2017 года**

Она купила контрольную долю в компании, разработавшей приложение «Кошелек»

- **Власти рассматривают сценарий отключения России от SWIFT как гипотетический, заявила представитель МИДа Мария Захарова**

- **Сбербанк к 2030 году хочет достичь углеродной нейтральности своих отделений, то есть полностью компенсировать углеродный след, который оставляет их деятельность**

- **В апреле 2021 года общий объем выданных российскими банками кредитов достиг 1,3 трлн рублей, что стало историческим максимумом**

## Май

- **В Государственной думе обсудили право на добровольный отказ от ссуд**

Предполагается, что заемщик сможет заранее установить запрет на выдачу ему кредитов

- **Альфа-Банк расширит предложение своих кредитных карт в супермаркетах сети X5**

Банк ищет сотрудников, которые будут работать агентами и продавать карточные продукты

- **Финансовый сектор пострадал от пандемии меньше, чем бизнес в других отраслях, заявили в Сбербанке**

Чистая прибыль банков в 2020 году составила 1,6 трлн рублей, что всего на 6% меньше, чем рекордная прибыль 2019 года

- **Денежные переводы из России за рубеж остаются самыми выгодными в мире, подсчитал Всемирный банк**

В 2020 году стоимость перевода денег из России упала с 2,1% до 1%. Уменьшение произошло не только для Европы и Центральной Азии (6,4% в среднем), но и для мира в целом

- **Сбербанк обсудил с ЦБ смягчение регулирования по кредитам, которые предоставляются с учетом ESG-принципов**

Принципы ESG подразумевают улучшение устойчивости компании через нефинансовые инструменты, например, соблюдение прав человека, сокращение углеродного следа, борьбу с коррупцией

- **Заявки на розничные кредиты стали одобрять на 37,1% чаще, показывает статистика Национального бюро кредитных историй. Это стало максимумом с докризисного июня 2019 года**

- **Альфа-Банк представил идею первого в мире «пробника» банка**

Пробник — это флаер с QR-кодом, по которому можно заказать бесплатную «Альфа-Карту» с кешбэком и получить на неё 500 рублей

- **В ЦБ предупредили, что использование видеосвязи для удаленного открытия счетов влечет определенные риски**

Среди них подделка паспортов и использование deepfake-технологий для подмены изображения

## Май

- **Банки пока не знают о важности ESG-принципов для инвесторов, показало [исследование Deloitte](#)**
- **Этой весной мошенники стали чаще атаковать клиентов банков, рассказали в ВТБ, Почта Банке, «Открытии» и Райффайзенбанке**

Популярным методом остается социальная инженерия, в том числе звонки от псевдосиловиков
- **ЦБ запретил банкам устанавливать для клиентов минимальный лимит на переводы ниже 150 тыс. рублей в сутки через Систему быстрых платежей**

## Июнь

- **Власти намерены обязать банки передавать в ЦБ и Росфинмониторинг сведения о полученных ими запросах госорганов «из недружественных стран»**
- **Глав российских банков заинтересовал Citibank, объявивший о сворачивании розничного бизнеса в России**

О своем интересе в портфеле Citibank заявили глава Альфа-Банка Владимир Верхошинский и глава Тинькофф Станислав Близнюк
- **Банки раскритиковали одобренные Госдумой поправки о контроле за денежными переводами нежелательным НКО, а также за всеми переводами из утвержденного властями списка стран**

Такой контроль дорог и труднореализуем, считают они
- **Платежная система «ВКонтакте» VK Pay привлекла в качестве партнера ВТБ, который запустит в ней новый для себя продукт — рассрочку**

Сейчас такой сервис доступен через Банк Хоум Кредит
- **К началу осени Тинькофф приступит к выдаче ипотеки**
- **Правительство внесло в Госдуму законопроект «О мерах воздействия (противодействия) на недружественные действия США и иных иностранных государств»**

В случае его принятия банкам будет запрещено предоставлять данные о клиентах и их операциях органам власти иностранных государств

## Июнь

- Госдума приняла закон о праве Минюста получать у банков сведения об операциях и счетах НКО, за исключением религиозных организаций

- Жертвами мошенников мужчины становятся несколько чаще, чем женщины (55% против 45%), показало [исследование ВТБ](#)

Чаще всего страдают мужчины в возрасте от 35 до 39 лет (более 33%)

- Центробанк предложил усилить регулирование банков, которые развивают непрофильные активы, ограничить для банков строительство экосистем

Так как считает вложения банков в нефинансовые сервисы «непродуктивными» и «замораживающими» капитал

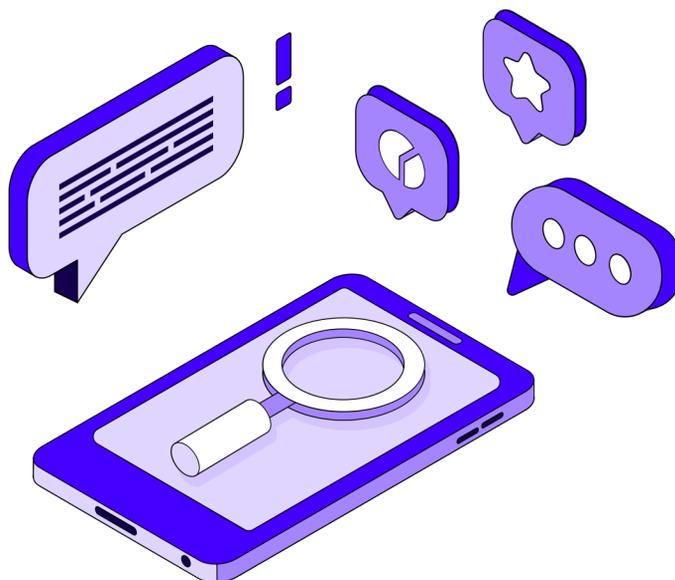
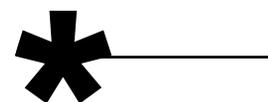
- Валютные сбережения россиян на депозитах по итогам мая упали до минимального уровня с конца 2010 и составили \$58,9 млрд
- Количество российских кредитных организаций за год сократилось на две единицы в списке 1000 крупнейших банков мира
- 12 российских банков объявили, что в январе 2022 года начнут тестировать цифровой рубль

## Июль

- Сбербанк присоединился к сервису QR-платежей Системы быстрых платежей

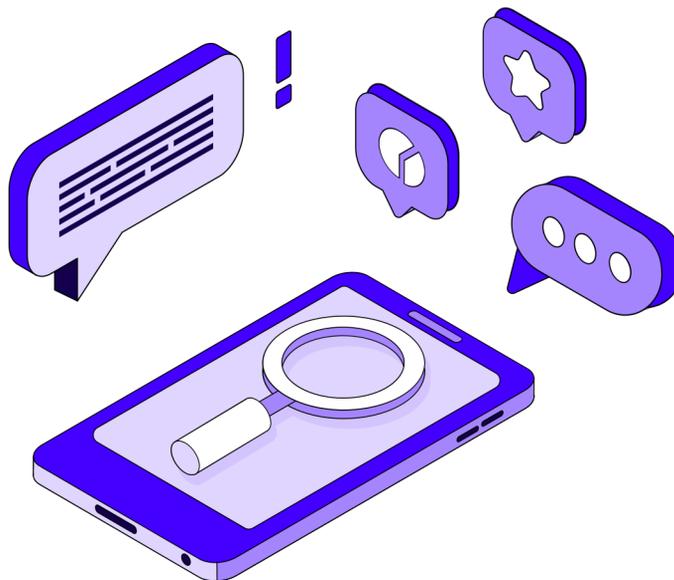
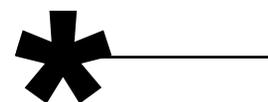
# Новости мобильного банкинга

Аналитическая справка



Мы попросили экспертов рассказать о наиболее важных **событиях банковской сферы** последнего года.

- Чаще всего эксперты называли развитие **Системы быстрых платежей (СБП)** и **влияние пандемии** на банковскую отрасль.
- Следующие в топе упоминаний тренды — **прогресс систем удаленной идентификации и биометрии**, а также **общее движение банков в сторону цифровизации**.
- Некоторые эксперты сошлись в вопросе важности развития цифрового рубля, улучшении качества Цифрового профиля граждан РФ и ряда регуляторных решений Центрального Банка России.
- Реже упоминались такие события, как выпуск ЦБ РФ стандартов открытых API, изменения Apple в правилах согласия на IDFA, отзыв лицензии у банка Платина и закон «О финансовых платформах».
- Эксперты отметили движение банковской отрасли в сторону **экосистем**, а также обратный процесс — включение в рынок **небанковских игроков** (например, Яндекс или OZON).
- Мы отметили **отличия** в ответах на вопросы экспертов из разных сфер деятельности. Так, журналисты и представители небанковских платформ чаще отмечали глобальные факторы и инфраструктурные изменения, а представители банков были сосредоточены на конкретных новых финтех-решениях.



### Центральный Банк и ограничения банков в строительстве экосистем

Банк России впервые озаботился регулированием экосистем в 2020 году, в апреле 2021 раскрыл основные подходы к нему, а в июне выдвинул предложения, которые затронут почти все вложения банков в небанковские активы.

Опрошенные эксперты разошлись во мнениях о правильности мер ЦБ. В поддержку высказывался аргумент о необходимости сдерживания крупных игроков для исключения риска появления монополий и поддержки здоровой конкуренции.

Ни один эксперт не высказался резко против позиции ЦБ по строительству экосистем, однако часто подчеркивались недостатки или неопределенность будущих решений по этому направлению.

Эксперты опасаются, что ограничения будут иметь последствия не только на целевом рынке, но и связанных с ним. Некоторые говорили о сценарии «серого кошелькового рынка» и создании государственных регуляторных операторов (как для букмекеров, например). Вместе с этим была упомянута возможность диалога между банками и ЦБ, поиска компромиссов и договоренностей, что уже [произошло](#) летом.



### Сокращение Сбером парка банкоматов

Эксперты отметили, что значительное сокращение количества банкоматов может быть закономерным следствием тренда снижения оборота наличных в России. К тому же, они выделили несколько **дополнительных стимулов**:

- По данным, имеющимся у одного из экспертов, у Сбербанка несколько устаревший парк банкоматов: вероятно, как раз сокращали старую часть.
- Обслуживание банкоматов — это чрезвычайно дорого. Возможно, у Сбербанка возник запрос на оптимизацию расходов.

### Утечки данных

Относительно утечек данных эксперты отмечали следующее:

- Панических настроений по поводу утечки данных среди клиентов банков нет: доверие к бренду и банку играет здесь решающую роль.
- Несмотря на то, что пользователи относятся терпимо к такой проблеме, в публичном дискурсе и освещении этой проблемы все же преобладают именно эмоции.
- Утверждение «чем больше цифровых сервисов и выше темпы их развития — тем больше утечек данных» тяготеет к истине, однако нуждается в дополнении. Дополнительные риски появляются при росте числа посредников и «швов» в предоставлении услуги. К тому же, существуют не только технические факторы, но и человеческий тоже: многие из утечек происходят по вине сотрудников банков.





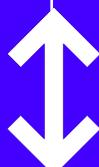
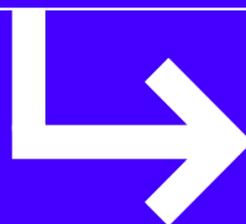
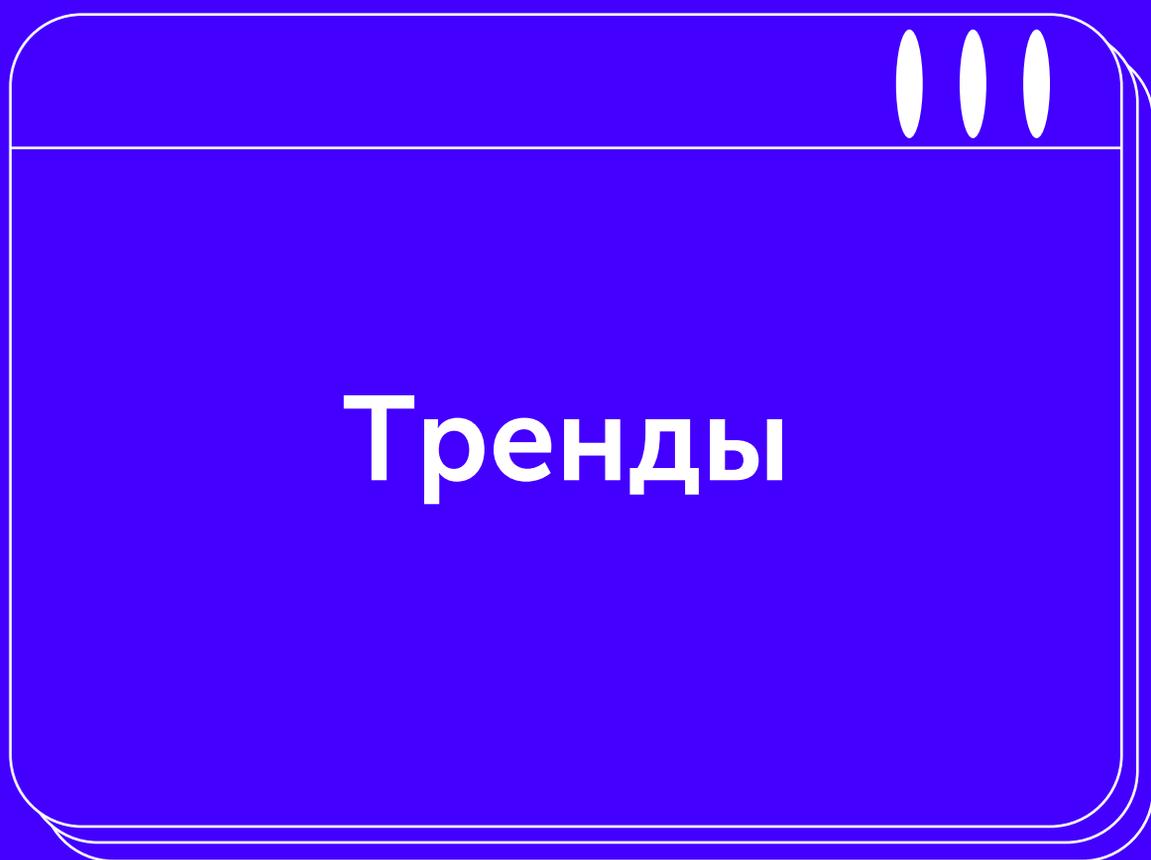
**Павел Меньшиков**

Директор департамента  
цифрового развития розничного  
бизнеса Росбанка

«Активно развиваются, набирают обороты ранее предложенные инициативы. Например, развитие СБП идет семимильными шагами. За прошедший год мы видим  $x$ -кратный рост оборотов по С2С и С2В.

Также клиенты стали более информированными об этой системе, а малый бизнес просто пачками жаждет переходить на QR-код эквайринг».





# Мировые тренды



## Цифровизация

- Расширение спектра банковских услуг
- Простота и доступность услуг
- Доступ к любой банковской услуге дистанционно
- Отход от фрагментации банковских услуг
- Модернизация искусственного интеллекта
- Расширение возможностей и создание суперприложения (SuperApp)

## Дизайн

- Индивидуализация дизайна
- Оптимизация пользовательского потока (упрощение навигации по приложению)
- Акцент на визуализацию
- Прогрессивный дизайн (VR/AR)
- Идеологизация / внедрение философии банка

## Доступность

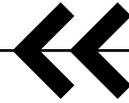
- Гиперперсонализация

# Мировые тренды



Определяющие показатели для наиболее технологичного и конкурентоспособного банковского приложения — **усиление искусственного интеллекта** для повышения качества обслуживания и **внедрение внешнего спектра услуг** через суперприложения

[Digital Banking UX Trends, The Financial Brand](#)



На фоне пандемии категорически важно **обеспечить пользователей всеми видами банковских услуг дистанционно**, поддерживать их доступность и простоту использования

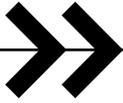
[Banking Customer Experience Trends 2021, Hitachi Solutions](#)



Современный дизайн, сочетающий в себе **индивидуальную визуализацию** мобильного приложения для пользователя, является краеугольным камнем будущего мобильного банкинга

[Digital Banking Design Trends, UXDA](#)

# Мировые тренды



Попытки вывести дизайн на новый уровень через **технологии VR/AR**

[Digital Banking Design Trends, UXDA](#)



Мобильное приложение должно сочетаться с идеологией банка. Это приблизит пользователя к философии банка и его атмосфере

[Digital Banking Design Trends, UXDA](#)

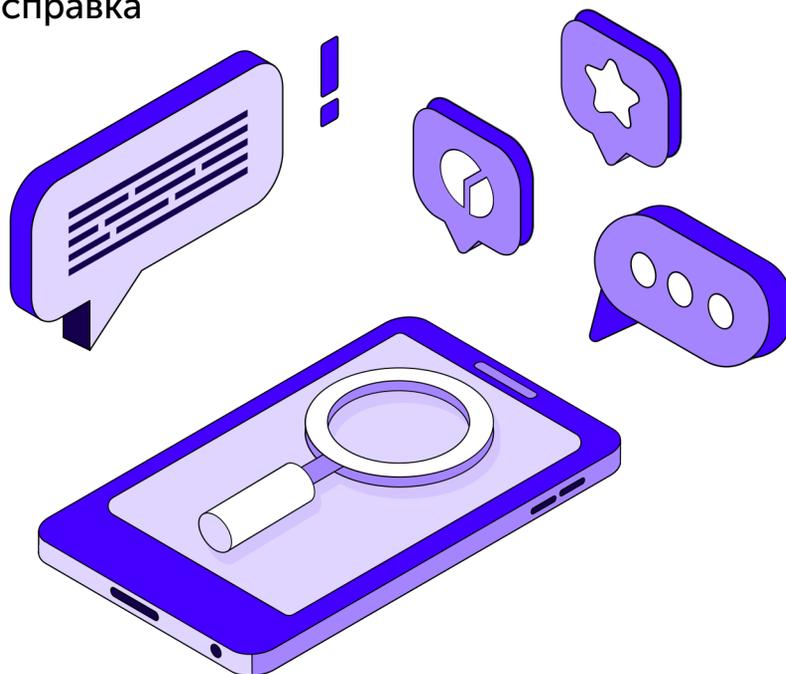
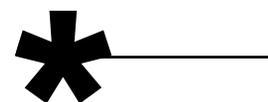


Комбинация **прогнозной аналитики, искусственного интеллекта и машинного обучения** позволит отслеживать данные об использовании приложения отдельными клиентами в режиме реального времени

[Digital Banking Design Trends, UXDA](#)

# Мировые тренды

Аналитическая справка



- Во всем мире мобильный банкинг проходит через этапы модернизации в погоне за потребностями пользователей.
- Часть экспертов выделяли функцию персонального **финансового менеджера** как один из наиболее главных трендов.
- Большинство экспертов отметили в качестве тренда **построение необанкинга**. В качестве примера были приведены [TurboTax](#), финансовый помощник для работы с налогами, и [Credit Karma](#) с подбором кредитов и контролем кредитного рейтинга.
- Эксперты также упоминали вторую директиву о платежных услугах **PSD2**, которая позволяет любому приложению и банку получить доступ к банковским данным о клиенте с его согласия, распространяя так концепцию **открытого банкинга**.
- **AR/VR и голосовое управление** — тренды одновременно долгосрочные и не до конца оформившиеся в однозначно востребованный функционал.
- В ходе интервью большая часть экспертов отметила, что мобильные приложения российских банков более технологичные и современные, по сравнению с мировыми аналогами.



**Андрей Давыдов**

Head of Mobile Corporate & Investments Rosbank

В моем видении, мобильный банкинг как сущность это уже не только про классический банк и взаимодействие с ним, а финансовые сервисы в целом. Сейчас наблюдается интересный этап развития приложений с подсматриванием и обменом практиками друг у друга среди финтеха, ритейла, чисто цифровых компаний и больших банков. Борьба идет за качественный пользовательский опыт — интерфейс, коммуникации и простоту использования для клиента.

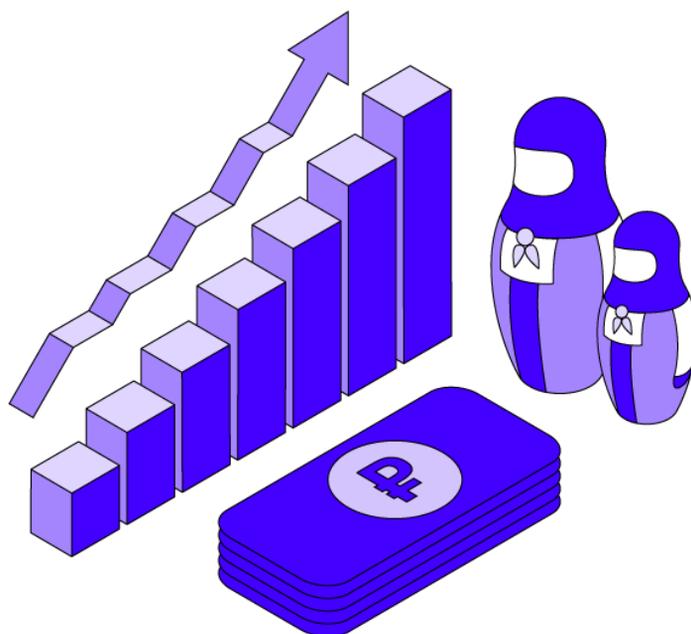
Первый явный тренд и который уже много лет длится, это финтехи и openAPI (это необанкинги, инвестиции в классические инструменты и крипто, pfm и тд). Хороший пример — Cash Up, по которому с первого взгляда, пока не прочитаешь подпись мелким шрифтом, невозможно понять, что это не банк, а финсервис с множеством интеграций для разных услуг.

Второй — активно развиваются сервисы и услуги для инвестирования на фоне кризисов и всей этой истории с 2020 года.

Третий — про качество пользовательского опыта (от интерфейса до сопровождения командами выросшими из саппорта в customer care) при помощи различных инструментов — от голосовых помощников и смартботов в чатах до персонализаций предложений по услугам при помощи ML. Особенно учитывая, что технологически все более-менее выравниваются, а в гонку банкинга в России вступают ИТ-компании типа Яндекса или ритейла вроде X5 Group, которые отлично умеют продавать, круто умеют работать с массовым пользователем и его потребностями.



# Российские тренды



Использование технологий **искусственного интеллекта** для ускорения и оптимизации процессов



Внедрение **облачных вычислений**



**Упрощение клиентского опыта.** Улучшение UX на сайтах и в приложениях, добавление функции доставки карты на дом при ее заказе, разработка и внедрение голосового или виртуального помощника



**Развитие Системы быстрых платежей (СБП).** С 1 октября 2021 года все системно значимые банки будут обязаны обеспечить своим клиентам возможность оплаты товаров и услуг по QR-коду через СБП

# Российские тренды



**Биометрия.** Банки активно наращивают базы клиентов, передавших биометрические данные, и предоставляют им особые условия обслуживания. С помощью биометрии пользователи смогут получать банковские услуги онлайн и оплачивать покупки не только онлайн, но и офлайн (в метро, в продуктовых магазинах и т.д.)



**Рост числа супераппов.** Клиентские потребности растут и теперь касаются не только финансовых услуг, поэтому банки создают супераппы. На данный момент только Сбербанк и Тинькофф запустили свой суперапп, но другие банки также развиваются в этой сфере. Например, ВТБ совместно с «Магнит» запустили Magnit Pay



**Кибербезопасность.** Банковская сфера развивается, как следствие — появляются новые риски. Банки вводят биометрию, улучшают антифрод-системы и рассказывают клиентам, как обезопасить счета.



**Увеличение функционала приложения.** Банки расширяют функционал приложений и добавляют новые функции: визуализацию трат по категориям, прогнозирование трат на следующий месяц, предоставление выписок в формате Excel и др.



# Российские тренды

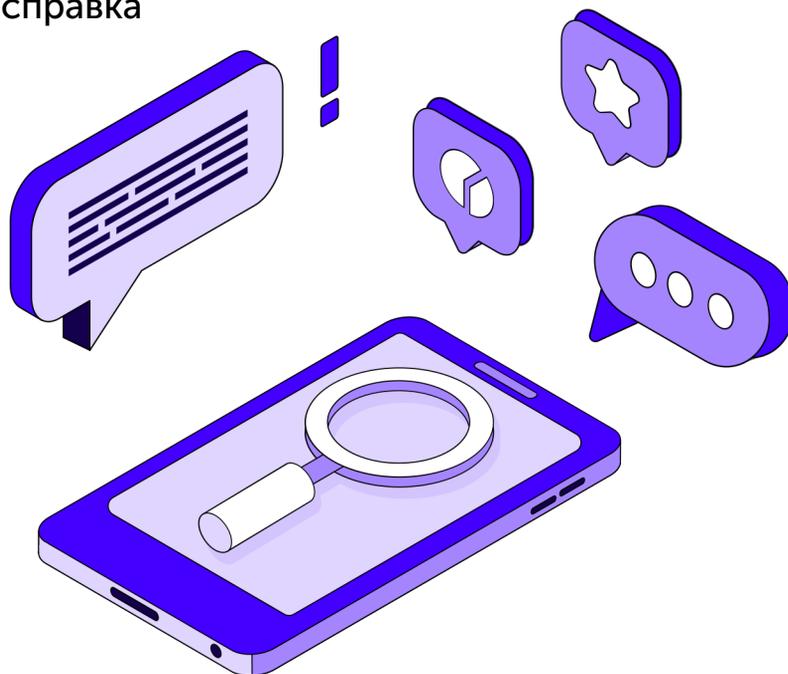
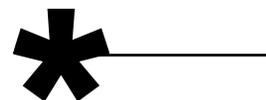


**Семейный банк.** В России развивать семейный банкинг стало возможно лишь в 2018 году — после поправки в законе, которая разрешила открывать общий счёт для нескольких человек. Пока ни один банк не позиционируется как семейный. Единственная доступная услуга для детей — выпуск отдельных карт с ярким дизайном. Такое предложение есть у Альфа-банка, Райффайзенбанка, Тинькофф и SBI.

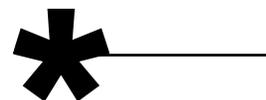


# Российские тренды

## Аналитическая справка



- Большинство экспертов уверены, что **тренд на супераппы** будет продолжаться, но не массово. Для их создания и поддержки необходимы большие ресурсы, и в России не так много банков, которые могут себе это позволить. Насыщение и обогащение рынка супераппов будет осуществляться в первую очередь не из-за прихода новых игроков, а за счет того, что лидеры будут привлекать больше клиентов.
- Развивая тренд на небанковскую деятельность, банки начнут чаще коллаборировать с **маркетплейсами и другими сервисами**. Благодаря таким интеграциям, банки существенно улучшат пользовательский опыт в различных направлениях. Чем эффективнее банки будут взаимодействовать с новыми платформами, тем больше их шансы привести себе трафик и построить свою экосистему.
- Часть экспертов отнеслась к небанковской деятельности более нейтрально, в своих ответах они призвали банки развивать **инвестпродукты**, называя их наиболее актуальными для клиентов и выгодными для банков.
- Многие эксперты выделили **тренд на медиа-контент**. Приложение — основной канал взаимодействия с клиентами, поэтому именно там банки стараются разместить больше месседжей. В мобильном банкинге будет еще больше сторис, статей, а сам формат взаимодействия с клиентом пойдет дальше по пути геймификации.



- Банки будут развивать **персональный финансовый менеджмент**: анализ расходов, повышение финансовой грамотности, помощь в бюджетировании, выстраивании финансовых целей и т.п.
- Эксперты верят, что в ближайшем будущем возможно **появление глобальной авторизации и введение единых баз данных** как продуктов интеграции с государственными сервисами. Госсервисы быстро цифровизируются, поэтому в скором времени возможны их интеграции в мобильный банкинг. Это упростит идентификацию клиентов и перенесет еще больше банковских услуг в онлайн.
- По словам экспертов, в развитии приложений банки будут ставить большой акцент на **доступности и инклюзивности**, адаптируя мобильный банкинг для слабовидящих, незрячих и людей с особенностями ментального развития.
- Также мы поинтересовались у экспертов, есть ли такие банковские приложения, за которыми они следят и вдохновляются для улучшения своего приложения. Чаще всего называли приложения Сбербанка и Тинькофф, аргументируя свой выбор тем, что это лидеры рынка, которые создают пользовательские привычки.





## Виталий Лавринец

управляющий директор,  
руководитель управления  
клиентского счастья и  
монетизации Райффайзенбанка

«В ближайшее время можно ожидать следующих трендов:

**1. Работа с данными:** пользователи всё больше стремятся к сохранению приватности своих данных, поэтому компаниям, в том числе банкам, предстоит научиться грамотнее управлять сбором данных и добиваться лучших результатов аналитики, работая с меньшим объемом данных.

**2. Интеграции с государственными сервисами:** государственные сервисы быстро цифровизируются, поэтому в ближайшее время можно ожидать их интеграции в мобильный банкинг: оспорить штраф ГИБДД, получить материнский капитал или соцвыплаты станет возможным в приложении банка. Уже сейчас наши клиенты могут быстрее и проще подавать заявку на кредит за счет интеграции информационных систем Райффайзенбанка с сайтом Госуслуги.ру.

**3. Новые финтех-игроки:** появление новых финансовых компаний из не-банковского мира положительно скажется на отрасли и конечном уровне клиентского сервиса.

**4. Цифровые партнерства между банками и маркетплейсами:** интегрируя свои услуги в торговые площадки, банки становятся незаметным сервисом, который существенно повышает уровень пользовательского опыта в различных направлениях. Например, Райффайзенбанк и Циан запустили технологичный сервис подбора жилья «Витрина недвижимости», который позволяет найти подходящую квартиру и оставить заявку на ипотеку сразу на сайте».





**Алексей Грибков**

Заместитель генерального  
директора АО «Финансовый  
маркетплейс Сравни.ру»

«Все приложения становятся очень похожими — человек привык к одним и тем же сценариям использования, поэтому выход за эти рамки становится преградой для клиентского пути. Из-за этого в приложениях часто теряется индивидуальность, так как любые изменения могут стать стоп-фактором для клиента.

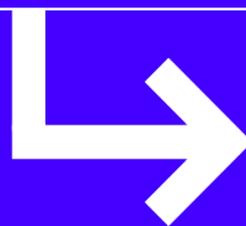
Приложения, на которые все смотрят и раньше ориентировались, это Сбербанк, Альфа-Банк и Тинькофф. Это объясняется тем, что у них больше всего клиентов и именно они создают пользовательские привычки. Например, если пользователь привык пользоваться Сбербанком, где меню расположено внизу, он и в других приложениях будет его искать в нижней части экрана, поэтому меню внизу у всех.

Да, эти три банка — это три кита, но это не значит, что их приложения самые лучшие, это означает, что они создают определенные паттерны клиентов из-за их массовости».





# Обзор рынка мобильного банкинга



# Обзор мирового рынка мобильного банкинга

**История мобильного банкинга** началась с появления SMS-банкинга. В 1999 году были внедрены мобильные веб-сервисы. SMS-банкинг и мобильный интернет были самыми популярными продуктами мобильного банкинга до 2010 года\*.

С развитием смартфонов развивались и приложения мобильного банкинга. В 2007 году была запущена услуга мобильного банкинга Королевским банком Шотландии\*\*. В мае 2011 года этот же банк запустил первое в мире полнофункциональное банковское приложение\*\*\*.

В 2019 году доля мобильных приложений категории «Финансы» составила 2,42% от числа всех приложений в App Store. В 2021 году доля финансовых приложений, согласно последним данным, осталась практически на том же уровне (2,48%).

Несмотря на стабильность доли финансовых приложений, можно отметить двукратный рост **числа мобильных банковских приложений** за последние 6 лет.



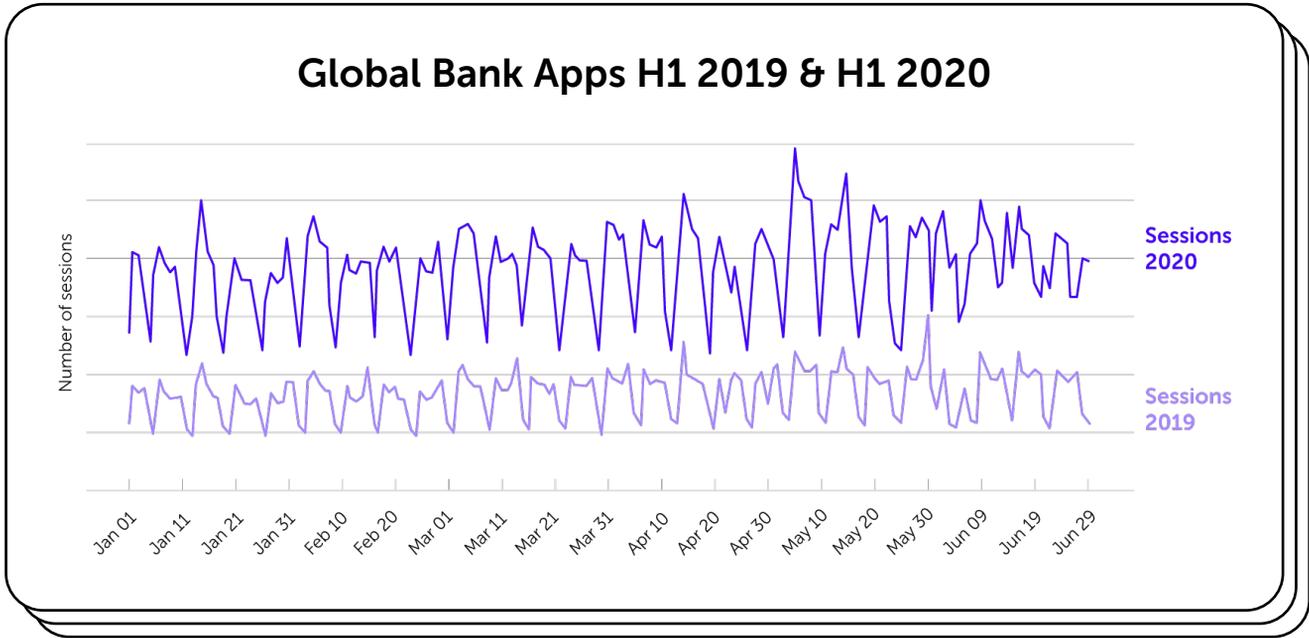
\* - [What is Mobile Banking?; Corporate Finance Institute](#)

\*\* - один из крупнейших коммерческих банков в Шотландии

\*\*\* - [Banking app, 2011; NatWest Group](#)

# Обзор мирового рынка мобильного банкинга

Увеличивается не только количество банковских приложений, но и их посещаемость. По данным [The Mobile Finance Report 2020](#), количество **сеансов в банковских приложениях** в первом полугодии 2020 года по сравнению с аналогичным периодом 2019 года **увеличилось на 26%**.

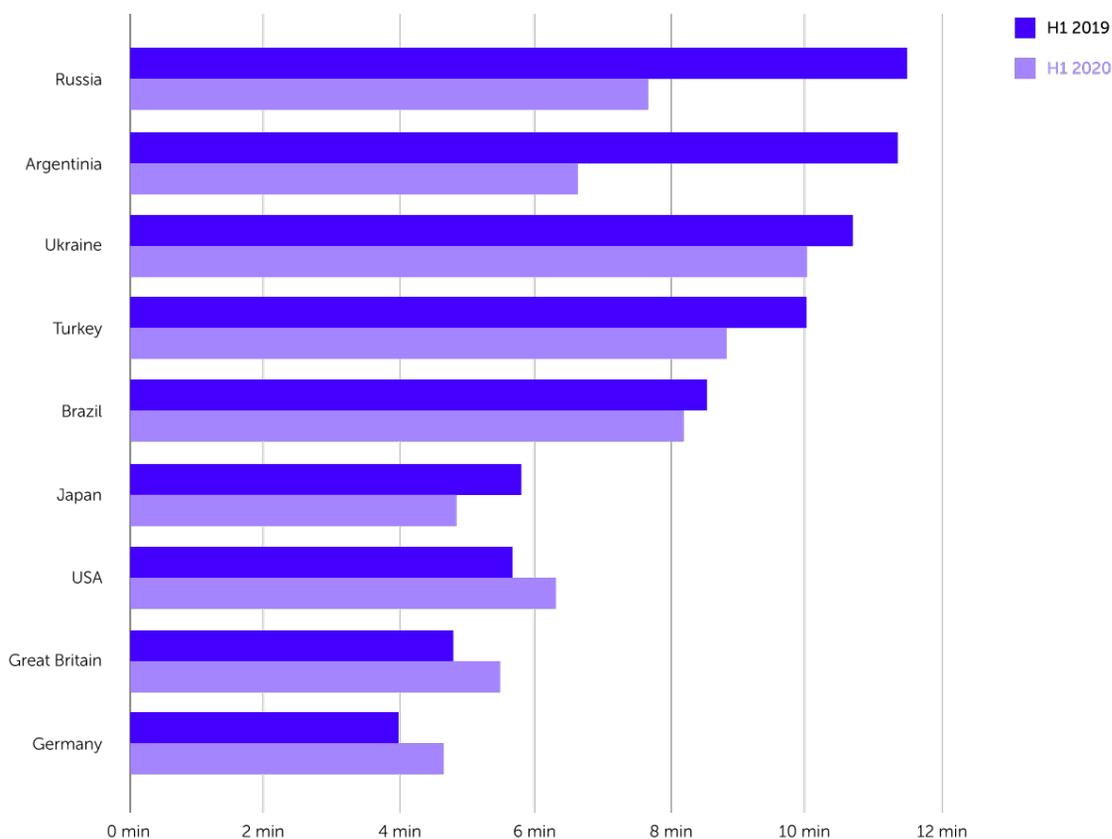


# Обзор мирового рынка мобильного банкинга

Кроме этого, **длительность сеансов в приложениях банков тоже увеличилась**. В первой половине 2019 года пользователи тратили в среднем 7,7 минут на сеанс в приложении, но к 2020 году этот показатель вырос до **8,35 минут** — рост на 8,9%.

В 2020 году Россия стала лидером по продолжительности сеансов (11,5 минут за сеанс), а также показала значительную положительную динамику (почти +3,5 минуты за год).

### Minutes in-app per session H1 2019 vs H1 2020



# Обзор мирового рынка мобильного банкинга

Мы уже отметили рост числа банковских приложений, их посещаемости и времени, которое пользователи проводят в приложениях. Рассмотрим скачивания.

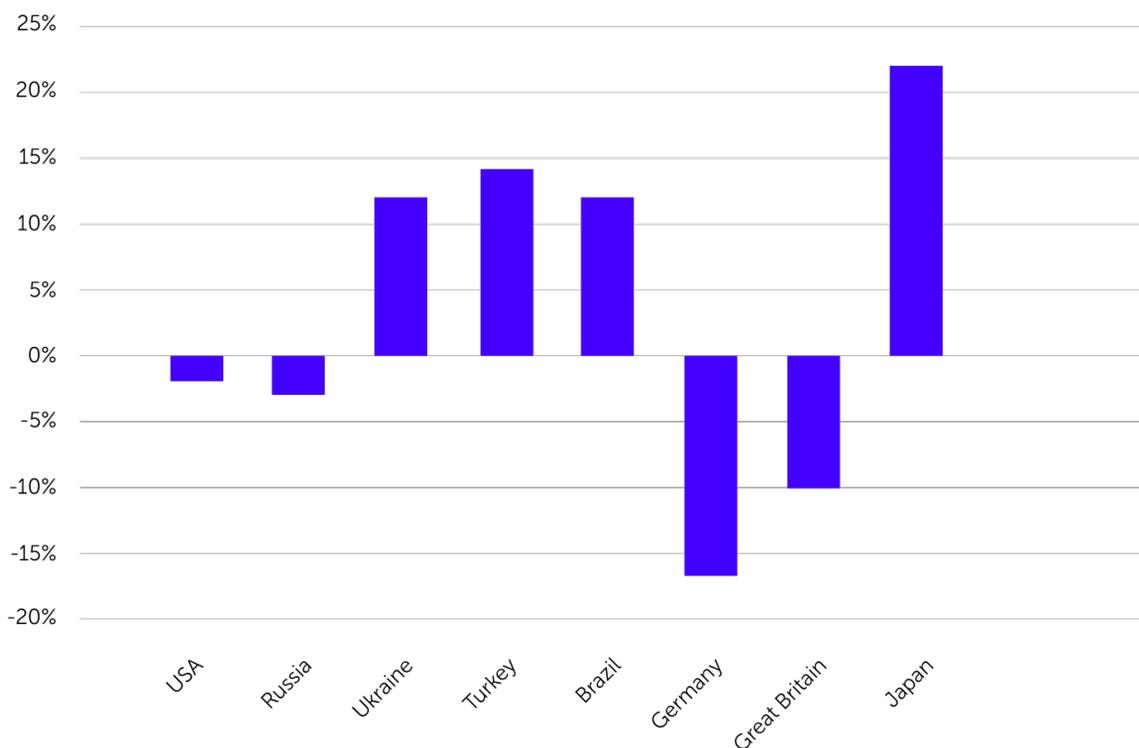
**Динамика скачиваний и установки банковских приложений** в первом полугодии 2020 года по отношению к такому же периоду 2019 года значительно различается по странам.

Наибольший **рост числа установок** в 2020 году по отношению к 2019 отмечается в Японии. Несколько меньший рост — в Турции, Украине и Бразилии.

В США, России, Великобритании и особенно в Германии **количество установок** в 2020 году по сравнению с 2019 наоборот **снизилось**.

В качестве возможной причины снижения количества установок в некоторых странах авторы исследования называют **насыщение рынка**.

**Banking app install growth 2019 to H1 2020**



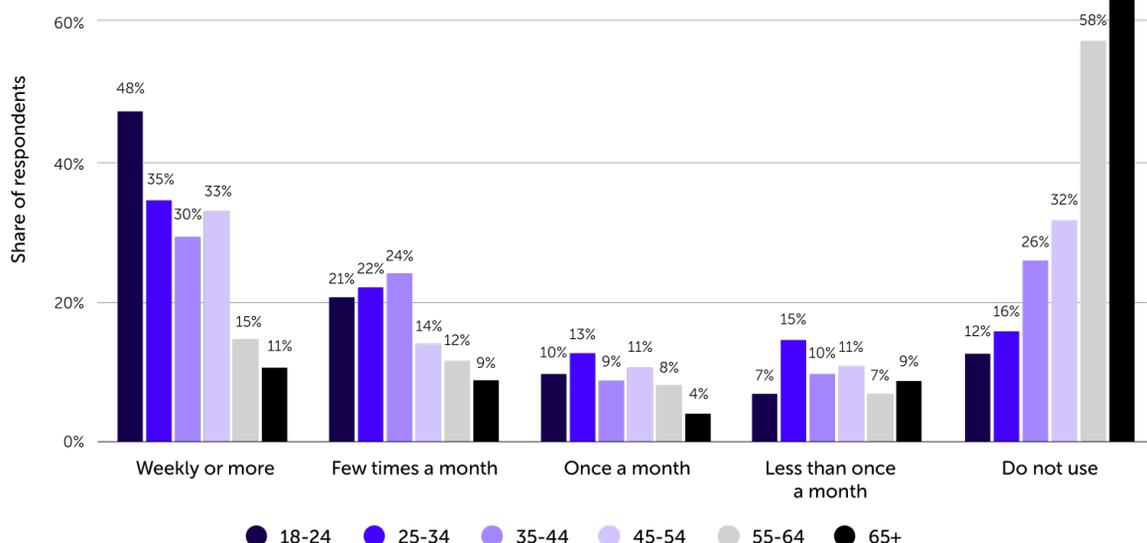
# Обзор мирового рынка мобильного банкинга

Отмечается **зависимость частоты использования приложения от возраста**. Чем моложе респонденты, тем чаще они регулярно пользуются приложениями. Чем старше респонденты, тем чаще они не пользуются приложениями.

Пользуются банковскими приложениями еженедельно и чаще около половины респондентов 18-24 лет (48%), около трети опрошенных 25-54 лет (30-35%), и, грубо говоря, каждый 10-й участник опроса в возрасте 55 лет и старше (11-15%).

## Частота использования приложения мобильного банкинга по возрасту

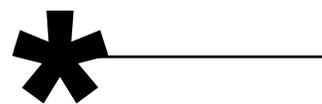
в США в 2017г; [по данным Statista](#)



Такая же зависимость от возраста отмечается в [исследовании Jumio](#). При этом среди разных каналов взаимодействия клиентов с банками **эта зависимость характерна именно для банковских приложений**. Если онлайн-банкинг предпочитают пользоваться в равной степени разные возрастные группы, то мобильным банкинг — в большей мере молодежь.

Однако по [последним опросам](#) доля представителей старшего поколения, пользующихся мобильным или онлайн-банкинг, растет.

# Обзор российского рынка мобильного банкинга



История мобильного банкинга в России началась в 2010 году. Мы попросили экспертов банковской отрасли вспомнить их первое впечатление о мобильном банкинге.

Первые впечатления оказались довольно разными. Кто-то смотрел на это с **сомнением**, и причиной этого были уже существующие интернет- и sms-банкинг, которые хорошо выполняли роль цифровых каналов.

Другие эксперты встретили первые приложения с **большой радостью**, так как мобильный банк значительно сэкономил время. Проверить баланс или осуществить платеж можно было в любом месте и в любое время. Мобильный банкинг оказался проще и удобнее, потому что смартфон можно носить с собой.

Также многим экспертам вспомнились сквоморфичный дизайн элементов приложения и начальный функционал, которые тогда были большим прорывом. Оглядываясь на 10 лет назад, эксперты отметили большой пройденный путь во всей индустрии мобильного банкинга.

# Обзор российского рынка мобильного банкинга

## Развитие мобильного банкинга в России

На основе истории развития российских банковских приложений и при помощи представителей банков и экспертов банковской отрасли мы выделили 5 этапов развития мобильного банкинга.

**2009-2010**

Появление первых приложений

- **Переход** от SMS-банкинга к простым (относительно 2021 года :) ) приложениям с дизайном элементов в виде реалистичных объектов.
- Приложения наполнены **минимальным функционалом**, в основе которого контроль поступления денежных средств.

**2010-2012**

Получение информации, базовые платежи и переводы

- Приложения не отличаются разнообразием и предлагают в основном **информационные функции**: ознакомление с балансом своих счетов и историей операций, поиск банкоматов и отделений.
- Часть банков создают такие функции: **переводы** между своими счетами, **конвертация валюты** и осуществление **платежей в адрес контрагентов**.
- В некоторых приложениях для совершения любого платежа сперва необходимо настроить шаблон в интернет-банке.

**2012-2014**

Digital banking, кредиты и открытие новых продуктов

- В приложениях больше возможностей по управлению банковскими продуктами — фокус на том, чтобы ежедневные процедуры перетекали **из физических каналов в цифровые сервисы**.
- Через мобильные приложения можно открывать вклады, блокировать карту, просматривать реквизиты, формировать выписки и делать внешние переводы по реквизитам счета.
- В 2013 году в приложениях появляются уведомления и анализ расходов, переводы по QR-коду и номеру мобильного телефона, а также функционал оформления кредитных продуктов.

Источники: интервью с представителями банков, участвующих в рейтинге, и экспертами рынка мобильного банкинга, [Future Banking](#)

# Обзор российского рынка мобильного банкинга

## Развитие мобильного банкинга в России

На основе истории развития российских банковских приложений и при помощи представителей банков и экспертов банковской отрасли мы выделили 5 этапов развития мобильного банкинга.

### 2014-2018

Обновление дизайна, Apple Pay, Samsung Pay и инклюзивность

- Банки добавляют **новые технологии авторизации**: TouchID на входе в приложение, а также вход в него через PIN-код.
- Увеличивается **функционал переводов**.
- Улучшается сегмент **UX/UI**, приложения становятся удобнее. Банки массово обновляют дизайн, начинается «борьба дизайнеров».
- С помощью мобильных банков клиенты начинают управлять своими картами — улучшаются **функции блокировки/разблокировки и заказа/перевыпуска карт**.
- Банки начинают использовать **адресную книгу телефона для переводов**.
- В 2016 году в России заработали платежные системы **Apple Pay** и **Samsung Pay**, банки начинают поддерживать **Apple Watch**.
- В приложениях появляются **чаты с банком и голосовые помощники**.

### 2018-2021

Небанковские услуги, создание экосистем и безопасность

- Банки вводят возможность **стать их клиентом через приложение**.
- Ставится акцент на **безопасности**: вводятся антифрод-системы и собираются биометрические данные.
- Происходит выход за банковский сегмент: **коллаборации**, создание **экосистем** и **супераппов**. Банки запускают интеграции с lifestyle-партнерами и сервисами покупки билетов, создают чаты между клиентами и т.п., чтобы увеличить частоту взаимодействия клиентов с мобильным интерфейсом.
- Мобильный банк становится **основным медиаканалом взаимодействия с клиентами**.

Источники: интервью с представителями банков, участвующих в рейтинге, и экспертами рынка мобильного банкинга, [Future Banking](#)

# Обзор российского рынка мобильного банкинга



## Развитие мобильного банкинга в России



**Юрий Уралец**

Руководитель направления  
по развитию цифровых каналов  
Ак Барс Банка

«Мобильные приложения с каждым годом становятся все более значимым инструментом в цепочке взаимодействия Банк – Клиент. Их вектор развития можно условно разделить на две составляющие.

Первая — повседневное потребление. Доступность, скорость и простота получения базовых транзакционных услуг, потребляемых клиентом ежедневно через банковские приложения, ставят их в один ряд с наиболее востребованными lifestyle apps.

Вторая — развитие мобильного банкинга как офиса. Банки переносят все больше продуктов в онлайн, дистанционно проводят процедуру идентификации, дают доступ «уличным» клиентам в приложение, задействуют курьерскую службу для выдачи пластика и переводят кредиты на цифровые карты. Это снимает нагрузку на сеть, повышает конкуренцию в онлайн и вынуждает банки активнее интегрировать приложения в клиентские пути при продажах кредитных продуктов как на свою клиентскую базу, так и на новых клиентов и их онбординг.

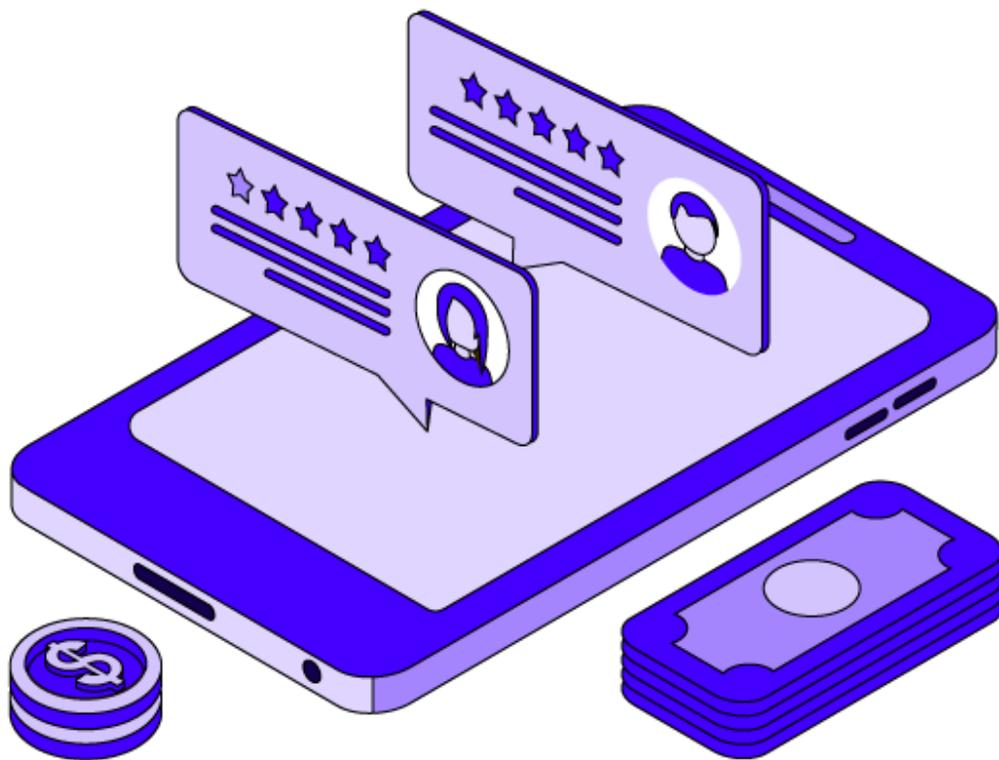
Ценность качественного мобильного приложения растет и будет продолжать расти в ближайшие годы. Недостаток внимания банка данному направлению сейчас может значительно подкосить его конкурентоспособность в перспективе».

# Обзор российского рынка мобильного банкинга

[По данным НАФИ](#), 51% россиян пользуются мобильными приложениями банков.

Если мы рассмотрим пользователей банковских услуг в городах с населением более 100 тысяч человек, то банковскими приложениями пользуются 90% респондентов, по данным Romir\*.

[По данным Deloitte](#), самым популярным банком является Сбербанк. Это же подтверждает Install Penetration в SimilarWeb за последние 12 месяцев (см. диаграмму ниже).



# Обзор российского рынка мобильного банкинга

## Доли пользователей Google Play по банковским приложениям

в % от общего числа пользователей Google Play



\* — опрос на базе Romir Scan Panel; география: города с населением от 100 тысяч человек; выборка: 1200; целевая аудитория: пользователи банковских услуг.

# Обзор российского рынка мобильного банкинга

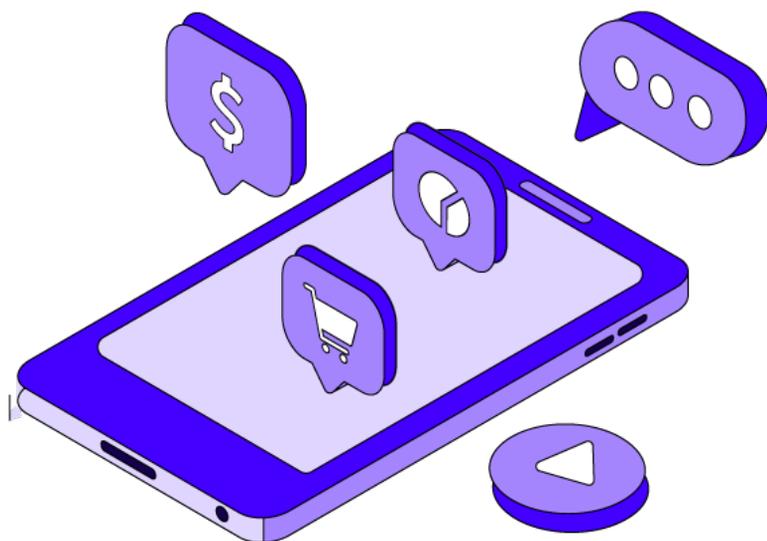
Пандемия ускорила переход пользователей на цифровые каналы. За прошедший год использование онлайн-банкинга [выросло на 23%](#), а мобильного банкинга — на 30%.

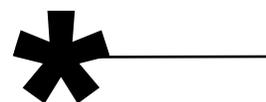
Положительная динамика наблюдается у всех финансовых приложений. За последние пару лет на них увеличился спрос:

- Количество установок [выросло на 132%](#) в период с 1 квартала 2019 года по 1 квартал 2021 года.
- Доля банковских приложений, приложений для инвестиций и других финансовых приложений [составила 2,48%](#) от всех приложений в App Store.

Россия вошла в пятерку стран с наибольшим количеством установок финансовых приложений в 2020 году. Темп роста установок в России был аналогичен темпам в Индии, Бразилии и Индонезии.

Банки в свою очередь [увеличивают расходы](#) на информационные технологии и рекламу. В 2021 году темпы роста ускорились: расходы на рекламу выросли почти на 50% по сравнению с прошлым годом и составили [31,6 млрд рублей](#).





## Источники распространения информации о банковских продуктах



Пользователи до 25 лет чаще узнают о банковских новинках из [digital-ресурсов](#): рекламы в интернете (32%), соцсетей и каналов банка (26%), соцсетей и каналов о финансах (18%), а также из публикаций блогеров и известных людей (11%).



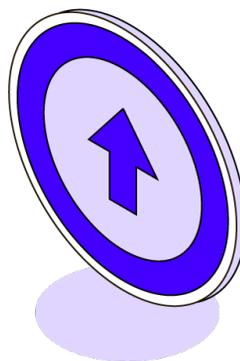
# Обзор российского рынка мобильного банкинга

## Драйверы рынка:

**Развитие СБП.** Подключение всех банков к системе СБП устранило проблему комиссий за переводы для клиентов

**Увеличение функционала приложений.** Расширение возможностей приложения побуждает пользователей проводить в нем больше времени

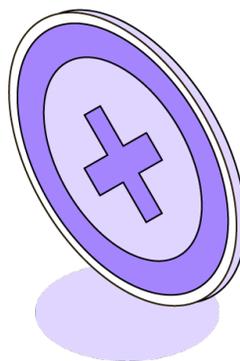
Активное внедрение **NFC-платежей, биометрии,** интеграций с внешними B2B сервисами



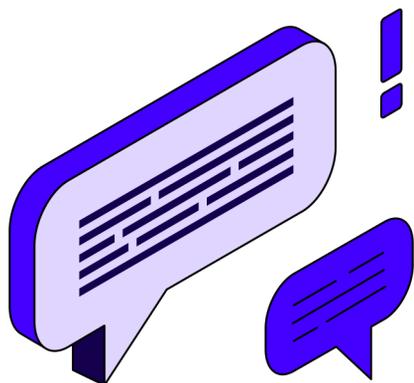
## Барьеры:

**Пользователь не всегда может оставить заявку на регистрацию через приложение.** Только у 13 банков из 34 есть такая возможность

Жесткое регулирование банков в области **информационной безопасности**



# Обзор российского рынка мобильного банкинга



По мнению экспертов, главными **драйверами развития** мобильного банкинга были и будут сами клиенты и их запросы. Население все больше цифровизируется, мобильный банкинг расширяет функционал и приходит в самые удаленные уголки страны.

Также большим драйвером для роста стала закрепившаяся привычка дистанционного обслуживания во время пандемии.

Из **барьеров** для развития мобильного банкинга эксперты называли:

- **Отсутствие единой системы идентификации.** Единый сервис ускорил бы полный переход банкинга в онлайн. Это барьер как со стороны государства, так и со стороны самих клиентов. Государство не создает мотивацию для граждан сдавать биометрию, хотя это повысило бы эффективность ЕБС.
- **Кадровый голод.** Пополнять команду новыми кадрами и при этом сохранять нынешние является проблемой для небольших банков.
- **Мошеннические атаки.** Эксперты смотрят на такую активность как на вызов и драйвер развития антифрода.

# Обзор российского рынка мобильного банкинга



## Драйверы рынка и барьеры



**Мария Шамба**

Руководитель направления мобильных продуктов Banki.ru

«В банковских приложениях есть множество функций для digital-банкинга, но значительное число клиентов не так часто их используют. Например, просмотр баланса и выполнение перевода — это самые популярные функции.

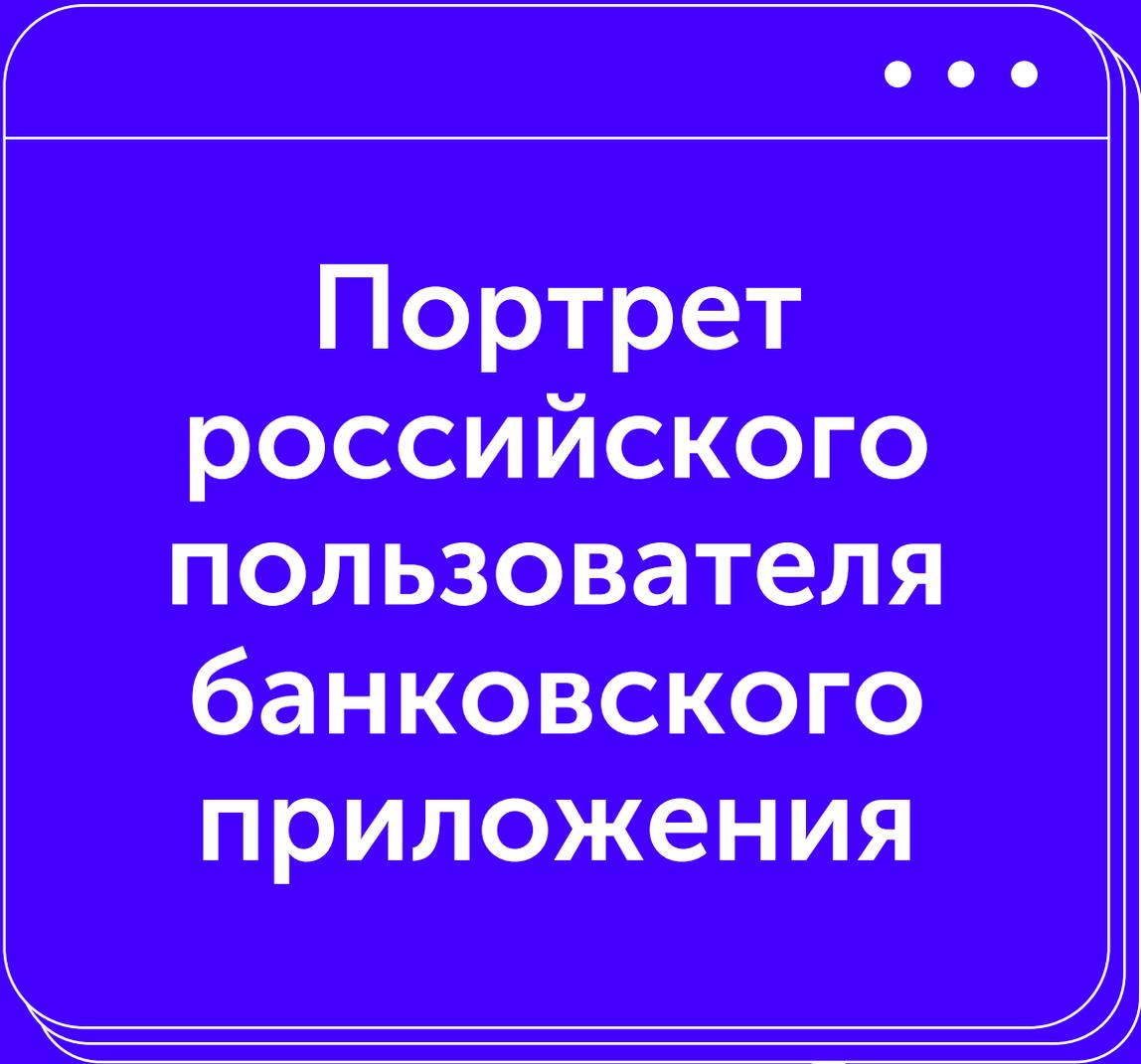
UI/UX и вовлечение клиентов во все возможности приложения, именно на этапе онбординга клиентов, — один из барьеров и в то же время возможная точка роста.

Если упростить онбординг клиентов, обучить клиентов вне зависимости от их возрастной категории пользоваться приложением, показать имеющиеся функции, то в будущем это может повлиять на рост рынка мобильного банкинга и увеличение выручки через дистанционные каналы обслуживания, а также сокращение издержек».

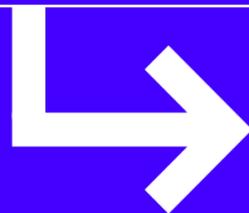




ING GO BANKING GO BAN



**Портрет  
российского  
пользователя  
банковского  
приложения**



# Портрет российского пользователя банковского приложения

По данным Similarweb, у банковских приложений, участвующих в рейтинге, наиболее крупной группой пользователей по возрасту являются молодые люди в возрасте от 25 до 34 лет.

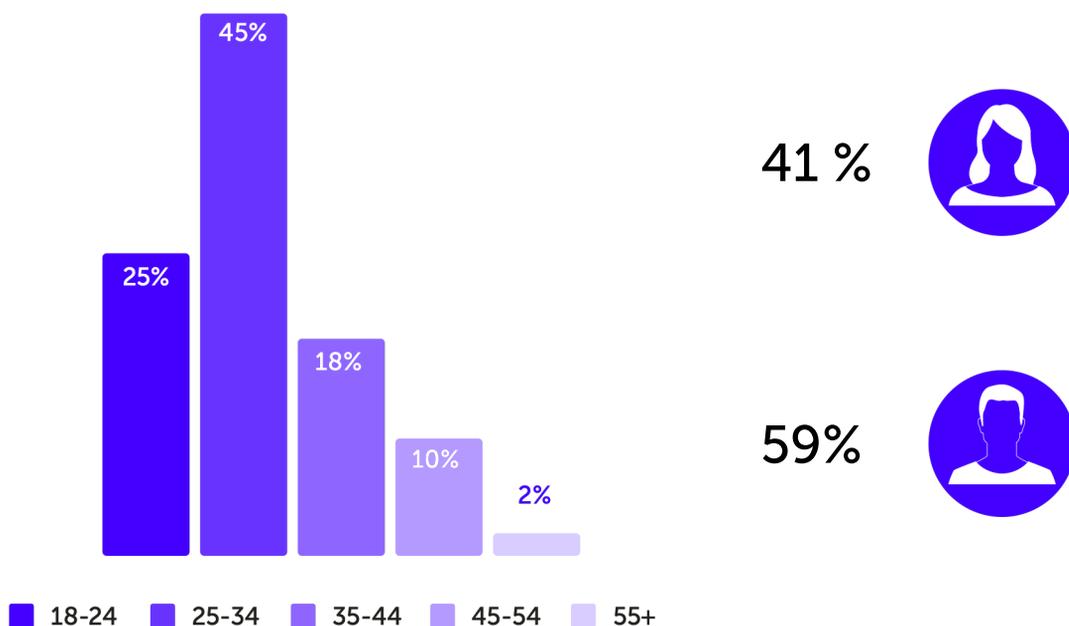
Однако в приложениях Ак Барс Банка и Банка «Левобережный», доли пользователей в возрасте 18-24 лет несколько выше: 39,3% против 31,8% в первом банке, и 43,9% против 31,8% — во втором.

В 18 из 31 банков доля пользователей 18-24 лет превышает 25% от числа всех пользователей, соответственно продвижение приложений должно в т.ч. отвечать запросам этой возрастной группы.

Среди всех пользователей банковских услуг **98% клиентов в возрасте 18-24 лет и 97% в возрасте 25-34 лет** пользуются приложениями\*.

## Распределение пользователей банковских приложений по возрасту

в среднем по приложениям, участвующим в рейтинге



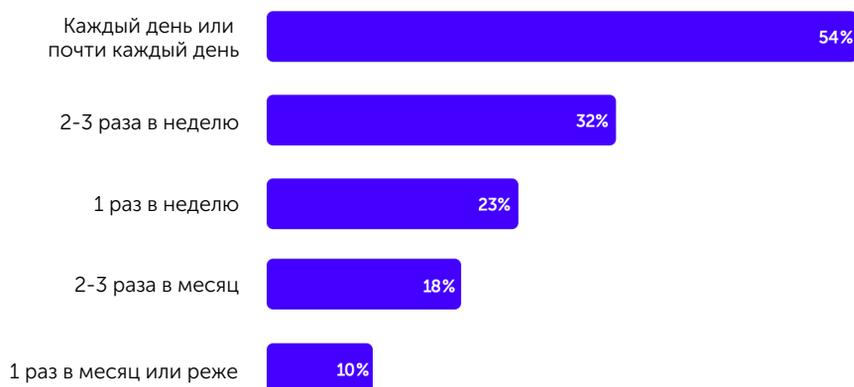
\* — опрос на базе Romir Scan Panel; география: города с населением от 100 тысяч человек; выборка: 1200; целевая аудитория: пользователи банковских услуг.

# Портрет российского пользователя банковского приложения

Большинство клиентов **используют** банковские приложения **достаточно часто и регулярно**.

Около половины пользователей банковских услуг заходят в приложение ежедневно или почти каждый день (54%). Треть — 2-3 раза в неделю (32%), согласно исследованию Romir\*.

## Как часто Вы пользуетесь услугами мобильного приложения /мобильного банка в следующих банках?



# Портрет российского пользователя банковского приложения

При этом **самыми популярными услугами, которые выполняются через приложения\***, являются перевод денег (91%) и оплата различных услуг (87%).

## Какими услугами в мобильном приложении/мобильном банке Вы чаще всего пользуетесь?



# Портрет российского пользователя банковского приложения

С помощью SimilarWeb мы собрали пересечения аудиторий пользователей банковских приложений-участников рейтинга за последние 12 месяцев. Топ-5 наиболее популярных приложений и топ-5 приложений, которые чаще других становятся дополнительными, полностью совпадают.

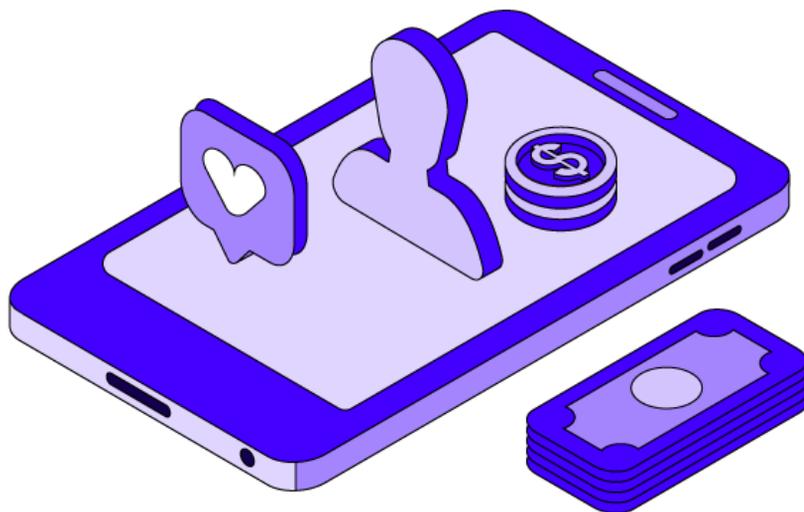
При этом Росбанк, Уралсиб, СКБ-Банк, Install Penetration которых ниже 0,5%, являются одними из лидеров среди «дополнительных» приложений. Это указывает на их определенную востребованность в качестве «второго» приложения.

Банками, клиенты которых чаще всего пользуются дополнительными банковскими приложениями, являются Citibank и СКБ-Банк. В большей степени клиенты именно этих банков открыты к предложениям других банков.

Так, например, среди пользователей приложения Citibank от 13,6% до 10,7% обращаются к приложениям СКБ-Банка, Росбанка, Уралсиба, Промсвязьбанка, Альфа-Банка.

Приложение Тинькофф установлено у 19,0% пользователей приложения БКС и у 12,0% пользователей приложения СКБ-Банка.

Приложением ВТБ пользуются 12,7% скачавших приложение Локо Банка.



# Портрет российского пользователя банковского приложения

В строках — все исследуемые 35 приложений. В столбцах слева направо расположены по убыванию приложения, которые чаще становятся дополнительными.

## Пересечение аудиторий пользователей банковских приложений-участников рейтинга, в %

	Сбербанк	Тинькофф	ВТБ	Альфа-Банк	Почта Банк	Росбанк	Уралсиб	ОТП	Банк «Открытие»	Промсвязьбанк	Ак Барс Банк	СКБ-Банк
Сбербанк		1,9	0,9	1,4	0,7	0,1		0,5	0,3	0,2	0,1	
Тинькофф	5,5		0,7	1,8	0,6	0,1	0,1	0,5	0,2	0,1	0,2	0,2
ВТБ	3,0	0,8		0,9	0,2	0,3	0,0	0,2	0,1			0,1
Альфа-Банк	5,9	2,5	1,1		0,7		0,2	0,5	1,3		0,1	0,1
Почта Банк	5,2	1,6	0,4	1,3		0,1	0,1	0,8	0,1		0,9	0,1
Росбанк	7,2	2,3	3,6	0,0	1,2		1,3	0,0	1,6	3,4		0,0
Уралсиб	2,7	1,9	0,6	2,9	0,9	0,8		0,1	1,4	0,6	0,4	0,7
ОТП	6,5	2,0	0,6	1,5	1,3	0,1			0,1		0,1	0,6
Банк «Открытие»	3,2	0,5	0,2	3,4	0,2	0,2	0,2	0,4			0,0	
Промсвязьбанк	3,2	0,9	0,4	1,1	1,8	0,6	0,2	0,3	0,3			0,6
Ак Барс Банк	3,0	2,1	0,2	1,2	4,5		0,3	0,2	0,1			0,4
СКБ-Банк	6,9	12,0	7,3	6,7	3,2	5,7	2,4	10,8	2,5	6,8	2,2	
Citibank	4,4	8,4	9,4	10,7	7,5	13,0	11,4	0,0	4,8	11,0	4,6	13,6
БКС	6,8	19,0	5,0	0,5					0,7		0,1	0,1
Банк «Восточный»	6,7	4,6	0,9	2,7	6,5	0,1	0,8	2,2	0,6		0,7	1,0
Кредит Европа Банк	6,9	5,7	1,0	2,9	0,7	0,2		3,8	3,7			0,1
Локо Банк	5,5	4,5	12,7	0,6	0,4	0,8	0,2	0,6	0,5		0,0	
Авангард	1,0	1,6	2,8	3,6	0,1	3,8		0,2	5,2		0,0	4,5
Газпромбанк	7,4	5,2	5,2					1,8	0,4			

# Портрет российского пользователя банковского приложения

	Сбербанк	Тинькофф	ВТБ	Альфа-Банк	Почта Банк	Росбанк	Уралсиб	ОТП	Банк «Открытие»	Промсвязьбанк	Ак Барс Банк	СКБ-Банк
МКБ	3,9	8,1	0,3	3,1	1,6	0,7	0,4		1,1			0,5
Банк Русский Стандарт	4,5	2,9	1,6	3,4	2,2	1,7	0,1	2,1	0,6	0,2		0,0
Банк Казани		1,9				1,6					11,6	
«Ренессанс Кредит»	4,6	4,6	0,6	2,2		0,5	0,1	1,7		0,2	0,0	0,0
Хоум Кредит Банк	4,7	2,6	0,7	1,5	1,3	0,6	0,0	1,9	0,5	0,1	0,1	0,1
Россельхозбанк	2,3	0,1		0,2	0,2	0,2	7,8	0,2	0,1			
Райффайзенбанк	1,2	4,3	0,8	2,0	0,5	0,3	0,4	0,2	0,5	0,3		
РНКБ	3,1	0,5			0,1	0,7	4,1	0,8	0,1	0,7	0,0	
Юникредит Банк	2,5	2,9	3,3	1,0		0,0	0,0	0,1		0,1		0,0
МИНБанк	4,5	0,1			0,7	0,1	2,1					
Зенит Банк	2,3	0,1			0,4	0,1		0,1	0,1		1,6	
СМП Банк	3,3	0,4	0,1	0,2	0,2	0,0	0,1	0,2	0,1		0,0	
Металлинвестбанк	2,1	0,9	0,1	0,4	0,3			0,7	0,1			
Банк «Левобережный»	0,7	0,3			0,8	0,0	0,0	1,2	0,2			
Новикомбанк	2,0			0,8	0,1	0,1	0,1	0,2				
Банк «Санкт-Петербург»		0,3	0,1	0,4	0,2	0,0		0,0	0,5			



# Портрет российского пользователя банковского приложения



Лидеры рынка



**Ксения Баринава**

лидер кластера «Глобальная навигация СберБанк Онлайн»

«Мы давно видим в других банках коллег по цеху, а не конкурентов. Для развития финансового рынка важно, чтобы на рынке было много игроков и чтобы у клиентов всегда был выбор. Приятно видеть, как растет качество мобильных приложений и какими темпами идет цифровизация финансовой отрасли.

Банки уже перестали быть просто банками, они стали частично или даже в большей степени IT-компаниями, и цифровые поверхности будут развиваться и дальше. Интересно будет посмотреть, как будет выглядеть финансовая индустрия и банковские приложения в будущем».



# Портрет российского пользователя банковского приложения

Мы задали экспертам вопрос **о роли мобильного приложения** в клиентском сервисе банков.

Наиболее частый ответ: **приложение является «лицом» банка**. А опыт взаимодействия с ним формирует мнение пользователя о всей компании, что в дальнейшем влияет на спрос на услуги банка и доверие к нему.

Представители банков подтвердили, что **приложение является основным каналом взаимодействия с клиентами**: вплоть до 90% обращений клиентов подаются через мобильное приложение.

В дальнейшем роль онлайн-сервисов будет **только расти** в силу развития пользовательских интерфейсов и общей цифровизации индустрии.

**Исключением** является **обслуживание корпоративных клиентов**: пока полностью перейти на онлайн-обслуживание для них невозможно, так как нет возможности работы с внутренними системами учета.

**Последний офлайн-барьер** для физических лиц — **идентификация клиента**. Пока ее нельзя проводить удаленно, клиенту придется физически контактировать с представителями банков.

Вопрос о значении приложения в качестве определяющего фактора при выборе банка оказался дискуссионным.

Некоторые эксперты утверждают, что клиент ищет банк согласно принципу «выгодно/невыгодно» и смотрит на банковские условия по продуктам. Другие же связывают решение пользователя о выборе банка с положительным опытом взаимодействия, высокой безопасностью и нужным функционалом (или сведениями о таковом).



# Портрет российского пользователя банковского приложения

Мобильное приложение как фактор при выборе банка

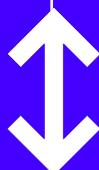
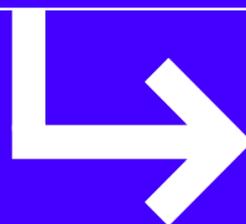
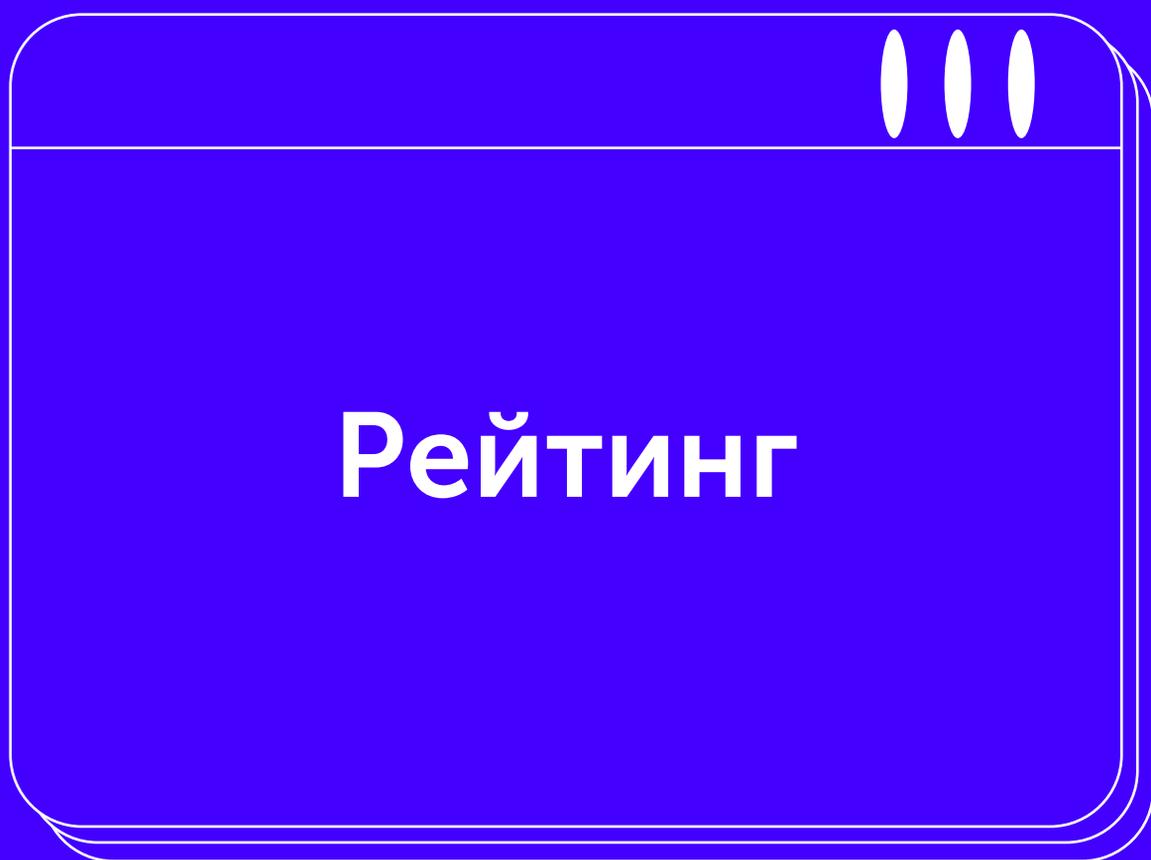


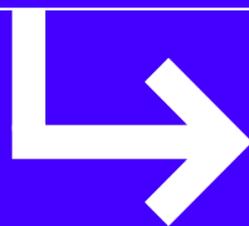
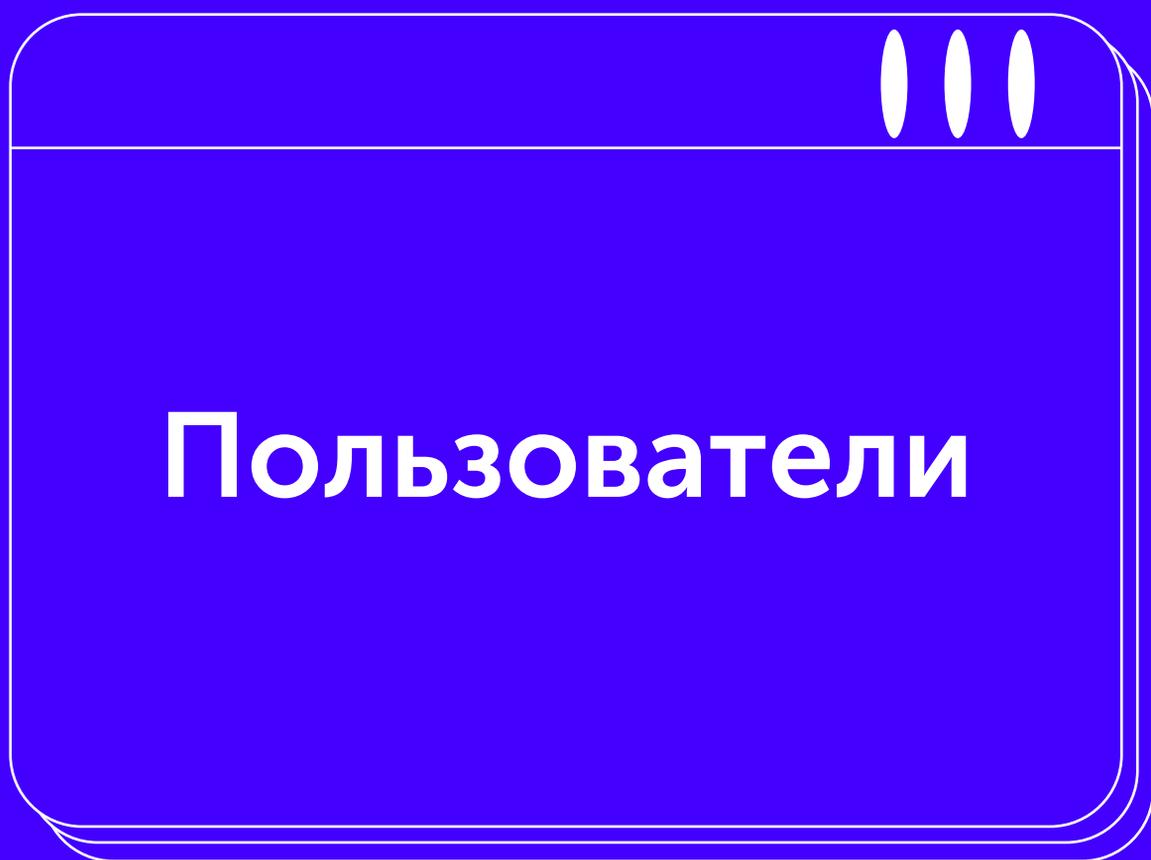
**Альфат Замалиев**

Вице-президент Банка Казани

«Мобильное приложение – один из основных факторов выбора продуктов банка. Удобство интерфейса и функциональность приложения порой являются решающим, даже несмотря на то, что какие-то банковские услуги могут быть дороже. Клиенты выбирают комфорт и удобство.

На банковском рынке в лидерах будут лишь банки, предложившие не только интересные и выгодные продукты и услуги, но и качественный цифровой сервис. Мы это понимаем, поэтому Банк Казани уделяет особое внимание развитию мобильного приложения и других цифровых решений.»





# Пользователи

В период с 2020 по 2021 количество скачиваний банковских приложений составило 114 млн, что на 25 млн больше, чем за предыдущий аналогичный период (+28,61%). В среднем рассмотренные приложения были установлены 3,36 млн раз.

Среди лидеров роста — Тинькофф (+168,8%), Альфа-Банк (+127,9%), ОТП (+105,4%), а также молодое приложение Новикомбанка (+1674,8%).

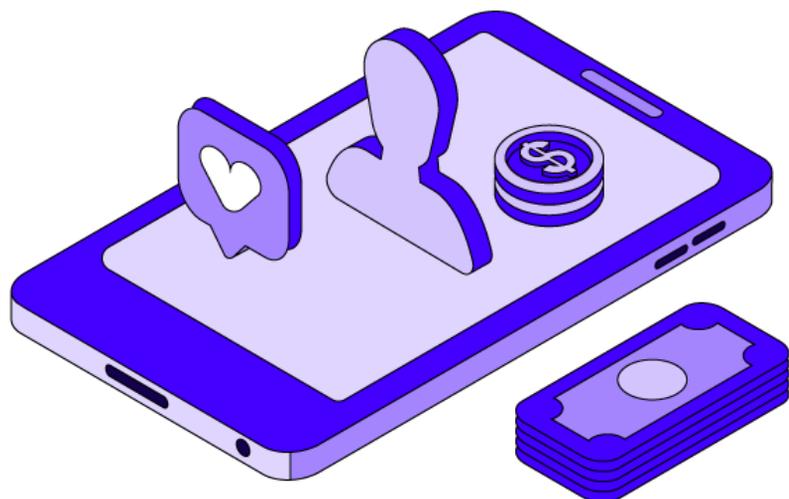
Снизилось число установок по сравнению с предыдущим периодом в большей мере у Хоум Кредит Банка (-78,3%). В отношении Металлинвестбанка и МКБ сложно оценить динамику, т.к. по их приложениям нет данных.

Примечательно, что большинство установок (82,75%) пришлось на Android-платформы, а доля установок на iOS по имеющимся данным составляет менее четверти (17,85%).

Однозначным лидером по DAU и MAU является Сбербанк. Далее следуют Тинькофф, ВТБ и Альфа-Банк.

Высокий показатель DAU/MAU, как в случае со Сбербанком (71,0%) и Росбанком (63,1%), говорит о ежедневной активности значительной части пользователей приложения.

Средний DAU/MAU по рассматриваемым банкам — 28,9%.



# Пользователи

## Итоги раздела

	Общее число установок за 2020-2021 год, в баллах	Изменение числа новых установок (iOS & Android), в баллах	DAU Android (среднее за год), в баллах	MAU Android (среднее за год), в баллах	DAU/MAU Android (среднее за год), в баллах	Сумма баллов
Сбербанк*	2,00	0,3	0,50	0,50	3,00	6,3
Новикомбанк*	0,01	4,0	0,00	0,00	0,11	4,1
Росбанк*	0,04	0,1	0,00	0,00	2,61	2,8
Тинькофф*	0,91	0,6	0,03	0,07	0,94	2,5
Банк Открытие*	0,12	0,2	0,01	0,01	1,98	2,4
Локо Банк	0,00	0,4	0,00	0,00	1,78	2,2
Альфа-Банк*	0,46	0,5	0,02	0,05	0,95	2,0
ВТБ	0,52	0,4	0,03	0,06	0,94	1,9
ОТП	0,18	0,4	0,01	0,02	1,22	1,9
Промсвязьбанк*	0,08	0,3	0,00	0,01	1,27	1,6
Газпромбанк*	0,12	0,3	0,01	0,01	0,92	1,3
СМП Банк	0,00	0,2	0,00	0,00	1,06	1,3
Ак Барс Банк*	0,02	0,2	0,00	0,00	1,06	1,2
Райффайзенбанк*	0,10	0,3	0,00	0,01	0,80	1,2
Банк «Левобережный»	0,01	0,2	0,00	0,00	1,02	1,2
БКС	0,01	0,2	0,00	0,00	0,97	1,2
Банк «Санкт-Петербург»*	0,02	0,2	0,00	0,00	0,94	1,1
Россельхозбанк	0,09	0,2	0,00	0,01	0,79	1,1
Почта Банк	0,32	0,3	0,01	0,03	0,40	1,1
СКБ-Банк	0,01	0,2	0,00	0,00	0,83	1,1

\*Данные верифицированы банком

Приложение РНКБ не оценивалось по причине его отсутствия в магазине приложений

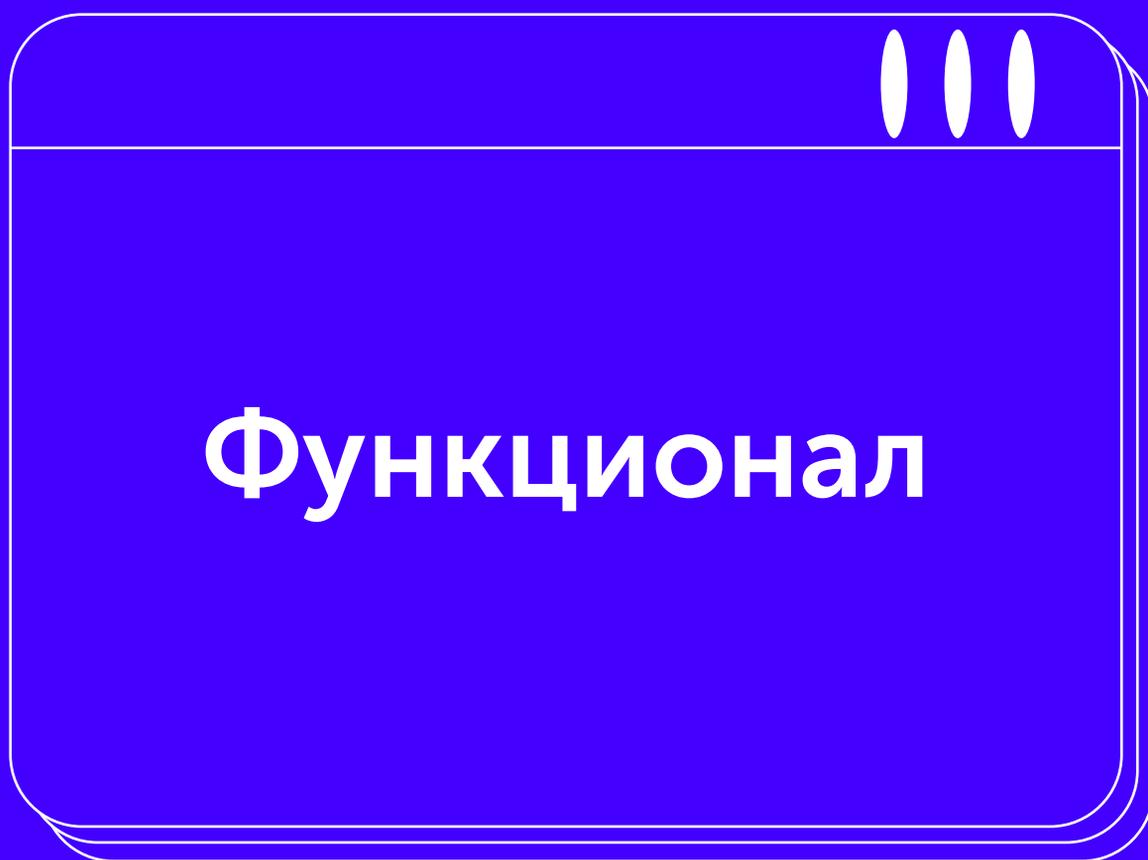
# Пользователи

## Итоги раздела

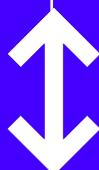
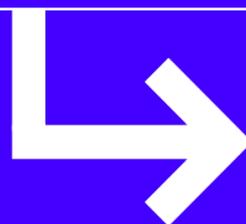
	Общее число установок за 2020-2021 год, в баллах	Изменение числа новых установок (iOS & Android), в баллах	DAU Android (среднее за год), в баллах	MAU Android (среднее за год), в баллах	DAU/MAU Android (среднее за год), в баллах	Сумма баллов
Зенит Банк*	0,01	0,1	0,00	0,00	0,89	1,0
Уралсиб*	0,03	0,2	0,00	0,00	0,76	1,0
Банк Русский Стандарт*	0,03	0,2	0,00	0,00	0,64	0,9
Авангард*	0,01	0,2	0,00	0,00	0,65	0,8
Металлинвестбанк	0,00	0,0	0,00	0,00	0,80	0,8
ЮниКредит Банк*	0,02	0,2	0,00	0,00	0,53	0,7
МИНБанк	0,01	0,1	0,00	0,00	0,50	0,6
Банк «Восточный»	0,05	0,2	0,00	0,00	0,36	0,6
Citibank*	0,01	0,2	0,00	0,00	0,38	0,6
«Ренессанс Кредит»	0,10	0,3	0,00	0,01	0,05	0,4
Хоум Кредит Банк*	0,17	0,0	0,00	0,02	0,21	0,4
Кредит Европа Банк	0,02	0,2	0,00	0,00	0,00	0,2
Банк Казани*	0,00	0,2	Недостаточно данных			0,2
МКБ*	0,00	0,0	Недостаточно данных			0,0



\*Данные верифицированы банком  
Приложение РНКБ не оценивалось по причине его отсутствия в магазине приложений



Функционал



# Функционал

## Итоги раздела

Максимальный балл по оценке функционала — **21**. Позиции приложений в рейтинге рассчитывались исходя из суммы баллов за наличие тех или иных функций.

Средняя сумма баллов по функционалу приложений — 14,2 балла из 21. Среднее количество имеющихся функций в рассмотренных приложениях — 9,3 из 14.

**Лучшими** с точки зрения функционала стали следующие приложения:

**Тинькофф**  
(21 из 21 балла = 14 функций из 14)

**Сбербанк** (20 из 21 балла = 13 функций из 14)

**Альфа-Банк и СКБ Банк** (18 баллов у каждого = 12 функций из 14)

**Низкие** баллы оказались у приложений:

**Банка «Левобережный»**  
(7 баллов = 5 функций\*)

**МИНБанка** (9 баллов = 5 функций)

**Уралсиба** (9 баллов = 6 функций)

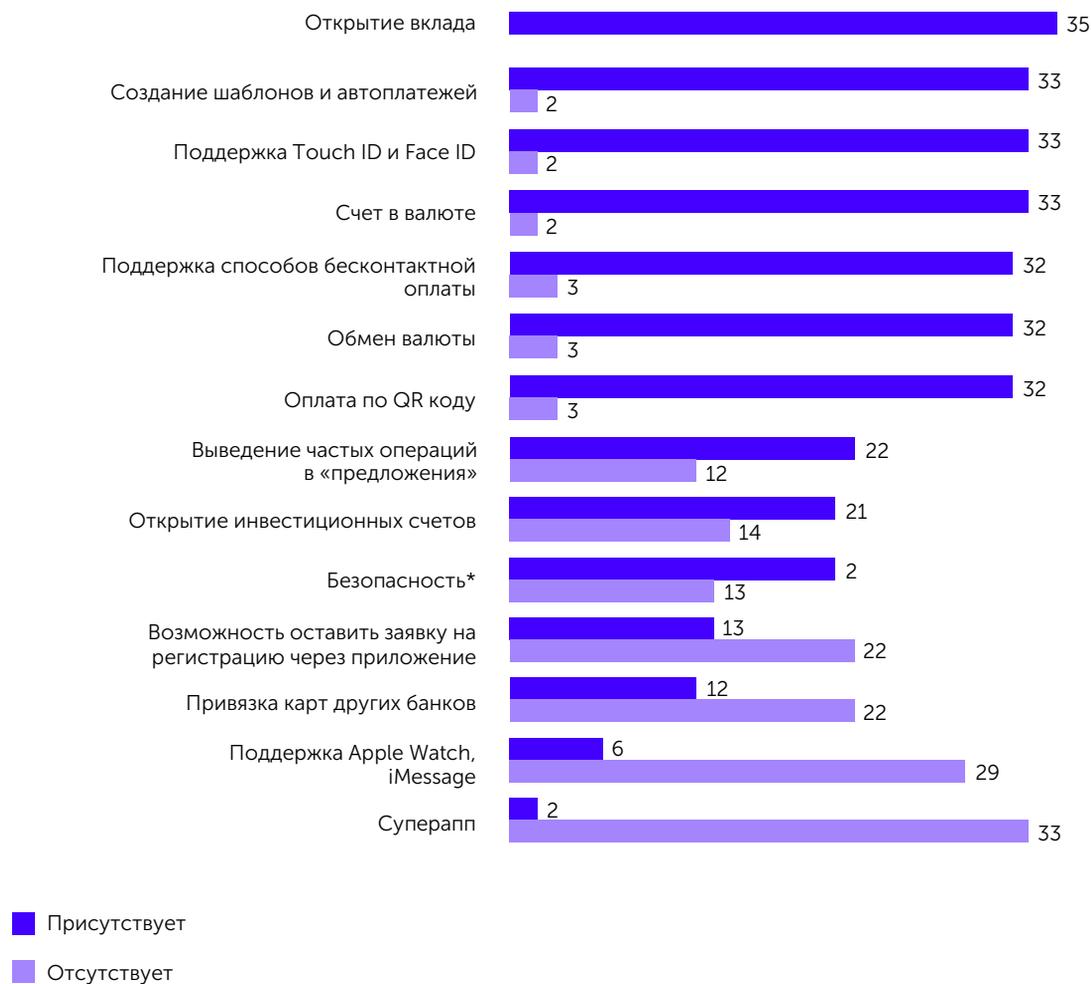
**СМП Банка** (10 баллов = 7 функций)

\*Наличие или отсутствие 3 функций из 14 оценить не удалось из-за отсутствия доступа к приложению.

# Функционал

## Итоги раздела

### Наличие функций в банковских приложениях



\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. По показателям «Выведение частых операций в «предложения»», «Безопасность» и «Привязка карт других банков» не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# Функционал

## Итоги раздела

	Создание шаблонов и автоплатежей, в баллах	Открытие инвестиционных счетов, в баллах	Возможность оставить заявку на регистрацию через приложение, в баллах	Открытие вклада, в баллах	Поддержка Touch ID и Face ID, в баллах	Поддержка способов бесконтактной оплаты, в баллах	Суперапп, в баллах
Тинькофф	2	2	2	2	2	2	2
Сбербанк	2	2	2	2	2	2	2
Альфа-Банк	2	2	2	2	2	2	0
СКБ Банк	2	2	2	2	2	2	0
Ак Барс Банк	2	2	2	2	2	2	0
БКС	2	2	2	2	2	2	0
Банк «Открытие»	2	0	2	2	2	2	0
Газпромбанк	2	2	2	2	2	2	0
МКБ	2	2	0	2	2	2	0
Почта Банк	2	2	2	2	2	2	0
Райффайзенбанк	2	2	0	2	2	2	0
Росбанк	2	2	0	2	2	2	0
Россельхозбанк	2	0	2	2	2	2	0
ВТБ	2	2	0	2	2	2	0
Кредит Европа Банк	2	2	0	2	2	2	0
Металлинвестбанк	2	2	0	2	2	2	0
Новикомбанк	2	2	2	2	2	2	0
Банк «Санкт-Петербург»	2	2	0	2	2	2	0
Зенит Банк	2	0	2	2	2	2	0
Хоум Кредит Банк	2	2	0	2	2	2	0
Юникредит Банк	2	2	0	2	2	2	0

# Функционал

## Итоги раздела

	Создание шаблонов и автоплатежей, в баллах	Открытие инвестиционных счетов, в баллах	Возможность оставить заявку на регистрацию через приложение, в баллах	Открытие вклада, в баллах	Поддержка Touch ID и Face ID, в баллах	Поддержка способов бесконтактной оплаты, в баллах	Суперапп
Банк «Русский Стандарт»	2	0	2	2	2	2	0
Банк «Восточный»	2	2	0	2	2	2	0
ОТП	2	0	0	2	2	2	0
Промсвязьбанк	2	2	0	2	2	2	0
Citibank	2	0	0	2	2	2	0
«Ренессанс Кредит»	2	0	0	2	2	2	0
РНКБ	2	0	0	2	0	2	0
Авангард	2	0	0	2	2	2	0
Банк Казани	2	0	0	2	2	2	0
Локо Банк	2	0	0	2	2	2	0
СМП Банк	2	2	0	2	0	0	0
МИНБанк	2	0	0	2	2	2	0
Уралсиб	2	0	0	2	2	0	0
Банк «Левобережный»	0	0	0	2	2	0	0

# Функционал

## Итоги раздела

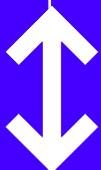
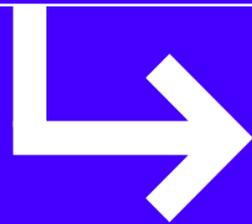
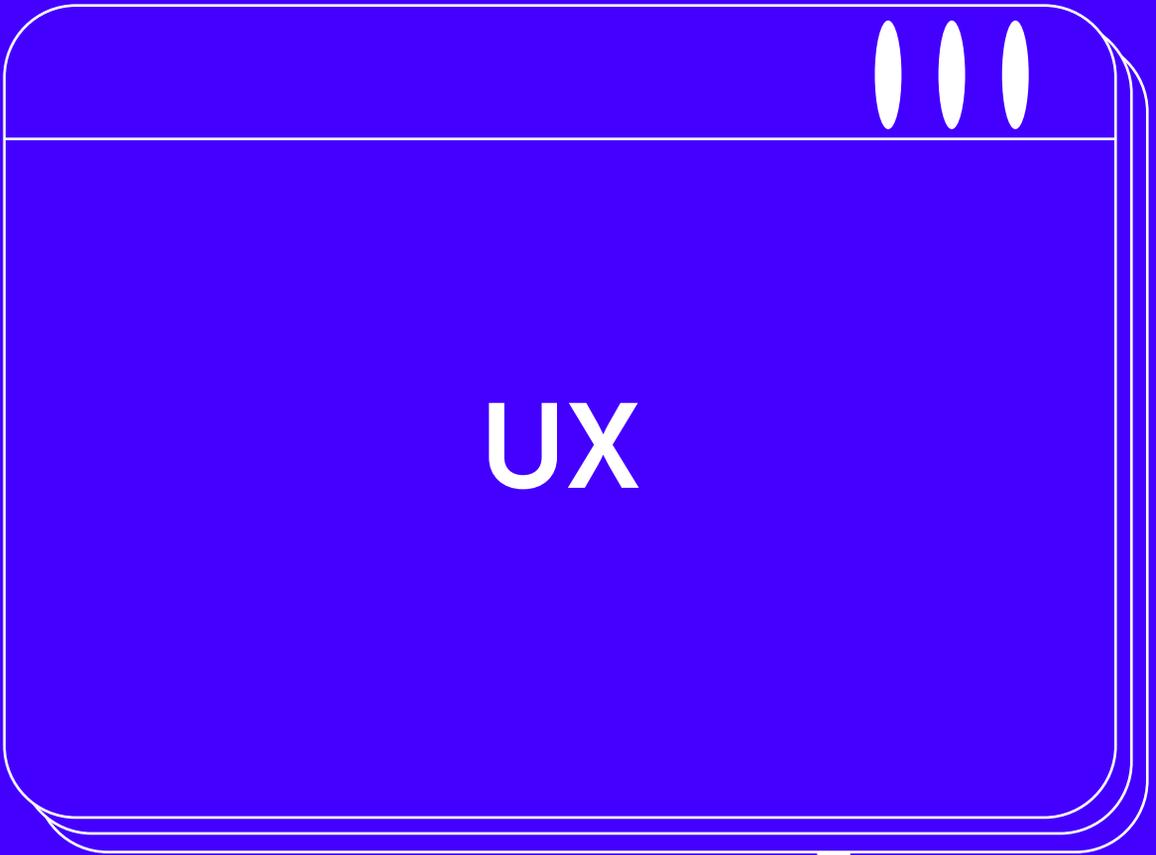
	Поддержка Apple Watch, iMessage, в баллах	Обмен валюты, в баллах	Счет в валюте, в баллах	Оплата по QR-коду, в баллах	Выведение частых операций в «предложения», в баллах	Безопасность, в баллах	Привязка карт других банков, в баллах	Сумма баллов	Кол-во имеющихся функций; max - 14
Тинькофф	1	1	1	1	1	1	1	21,0	14
Сбербанк	1	1	1	1	1	1	0	20,0	13
Альфа-Банк	1	1	1	1	1	1	0	18,0	12
СКБ Банк	0	1	1	1	1	1	1	18,0	12
Ак Барс Банк	0	1	1	1	1	0	1	17,0	11
БКС	0	1	1	1	1	0	1	17,0	11
Банк «Открытие»	0	1	1	1	1	1	1	16,0	11
Газпромбанк	0	1	1	1	0	1	0	16,0	10
МКБ	1	1	1	1	1	0	1	16,0	10
Почта Банк	0	0	0	1	1	1	1	16,0	10
Райффайзенбанк	1	1	1	1	1	1	0	16,0	11
Росбанк	0	1	1	1	1	1	1	16,0	11
Россельхоз банк	1	1	1	1	1	1	0	16,0	11
ВТБ	0	1	1	1	1	1	0	15,0	10
Кредит Европа Банк	0	1	1	1	1	1	0	15,0	10
Металлинвестбанк	0	1	1	1	1	1	0	15,0	10
Новикомбанк	0	1	1	1	1	1	0	15,0	10
Банк «Санкт-Петербург»	0	1	1	1	1	0	0	14,0	9
Зенит Банк	0	1	1	1	0	0	1	14,0	9
Хоум Кредит Банк	0	1	1	1	0	1	0	14,0	9
Юникредит Банк	0	1	1	1	0	1	0	13,0	9

# Функционал

## Итоги раздела

	Поддержка Apple Watch, iMessage, в баллах	Обмен валюты, в баллах	Счет в валюте, в баллах	Оплата по QR-коду, в баллах	Выведение частых операций в «предложения», в баллах	Безопасность, в баллах	Привязка карт других банков, в баллах	Сумма баллов	Кол-во имеющихся функций ; max - 14
Банк «Русский Стандарт»	0	0	1	1	0	0	1	13,0	8
Банк «Восточный»	0	1	1	1	0	0	0	13,0	8
ОТП	0	1		1	1	0	1	13,0	9
Промсвязь банк	0	1	1	1	0	0	0	13,0	8
Citibank	0	1	1	1	1	1	0	13,0	9
«Ренессанс Кредит»	0	1	1	1	0	1	0	12,0	8
РНКБ	0	1	1	1	1	1	0	12,0	9
Авангард	0	1	1	1	0	0	1	11,0	7
Банк Казани	0	1	1	1	0	0	0	11,0	7
Локо Банк	0	1	1	0	1	0	0	11,0	7
СМП Банк	0	1	1	0	1	1	0	10,0	7
Московский Индустриальный Банк	0	0	0	1	0	0	0	9,0	5
Уралсиб	0	1	1	0	0	1	0	9,0	6
Банк «Левобережный»	0	1	1	1	n/a	n/a	n/a	7,0	5

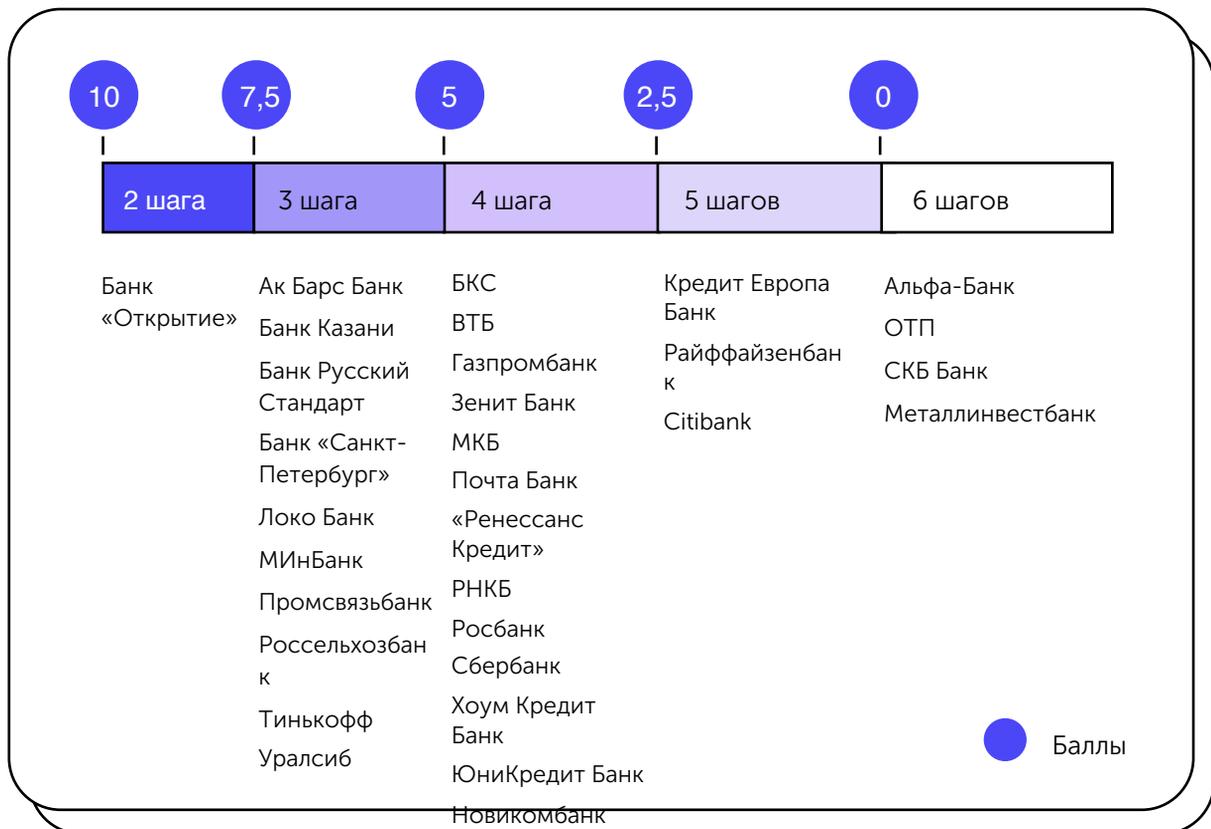




# UX Выпуск и заказ карты через приложение



Количество шагов от главного экрана



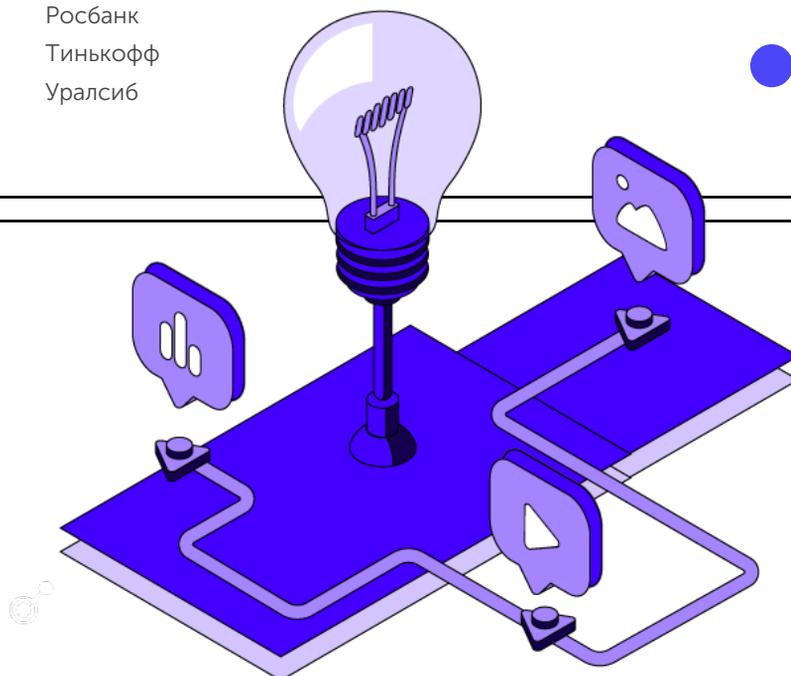
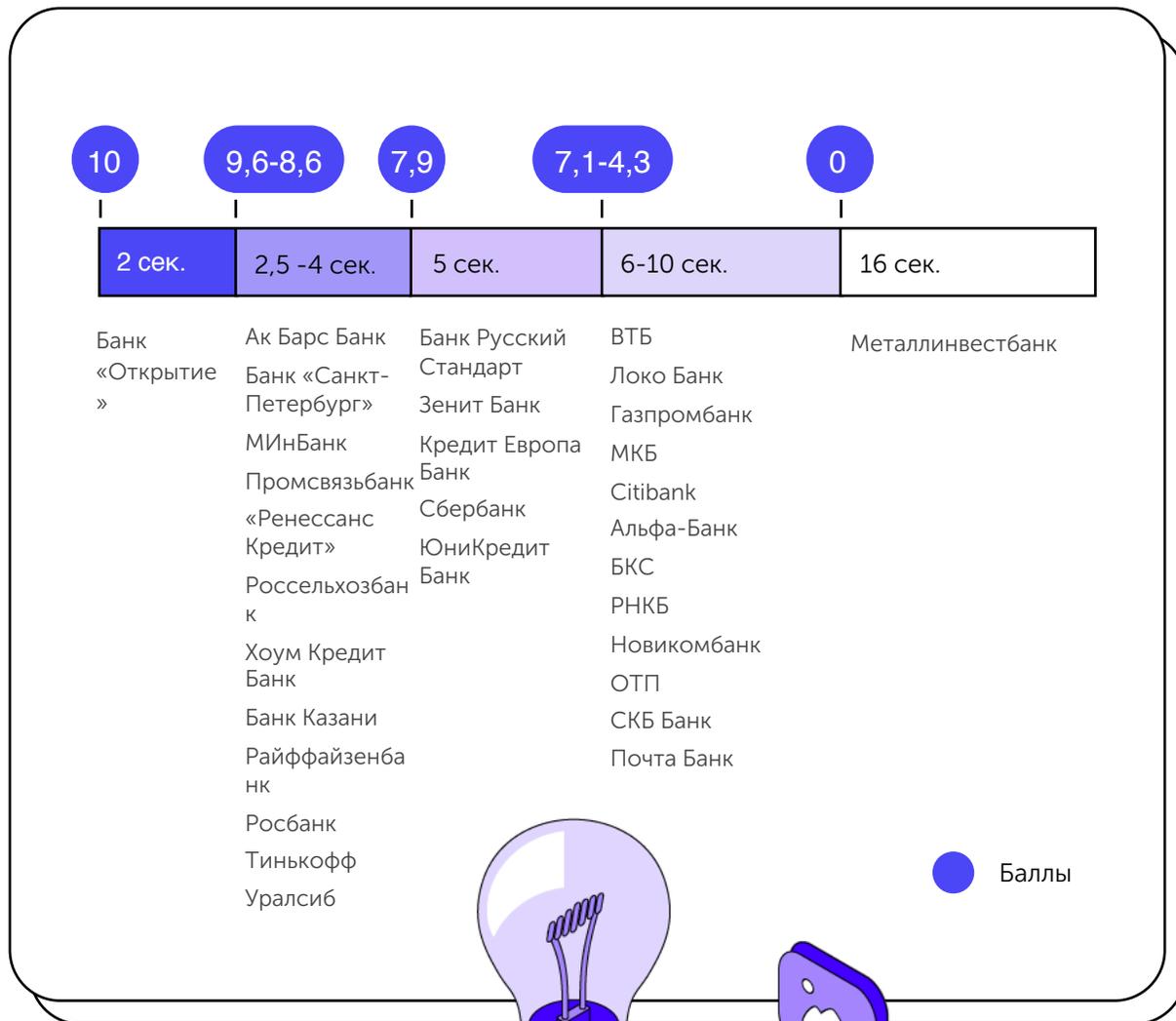
\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

Кроме этого, в разделе «Выпуск и заказ карты через приложение» не оцениваются приложения банков Авангард, «Восточный» и СМП Банк, т.к. в их приложениях выпуск и заказ карт не доступны.

# UX Выпуск и заказ карты через приложение



Время «пути» от главного экрана

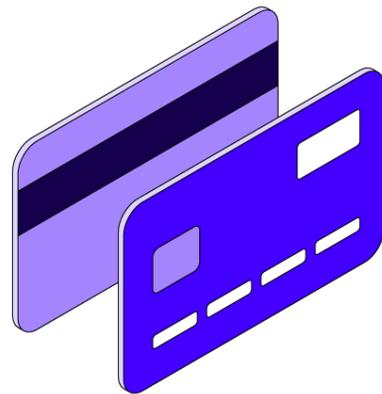


\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

Кроме этого, в разделе «Выпуск и заказ карты через приложение» не оцениваются приложения банков Авангард, «Восточный» и СМП Банк, т.к. в их приложениях выпуск и заказ карт не доступны.

# UX

## Выпуск и заказ карты через приложение



### Итоги раздела

Лидером этого раздела стало приложение банка «Открытие», набрав 40 из 40 возможных баллов.

Также высокие баллы получили приложения Ак Барс Банка (37,1 баллов), Промсвязьбанка (36,8 баллов) и Тинькофф (36,1 баллов).



Средняя сумма баллов по выпуску и заказу карты через приложение — 28,6 баллов.

Наиболее низкие баллы получили Уралсиб (16,1 баллов), Металлинвестбанк (10 баллов) и СКБ Банк (5 баллов).



\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

Кроме этого, в разделе «Выпуск и заказ карты через приложение» не оцениваются приложения банков Авангард, «Восточный» и СМП Банк, т.к. в их приложениях выпуск и заказ карт недоступны.

# UX

## Выпуск и заказ карты через приложение

### Итоги раздела

	Количество шагов, в баллах	Время "пути", в баллах	Возможность выпуска карты для нового клиента банка, в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Сумма баллов
Банк «Открытие»	10,0	10,0	10	10	40,0
Ак Барс Банк	7,5	9,6	10	10	37,1
Промсвязьбанк	7,5	9,3	10	10	36,8
Тинькофф	7,5	8,6	10	10	36,1
Банк Русский Стандарт	7,5	7,9	10	10	35,4
Локо Банк	7,5	7,1	10	10	34,6
«Ренессанс Кредит»	5,0	9,3	10	10	34,3
Хоум Кредит Банк	5,0	9,3	10	10	34,3
Зенит Банк	5,0	7,9	10	10	32,9
Сбербанк	5,0	7,9	10	10	32,9
ЮниКредит Банк	5,0	7,9	10	10	32,9
ВТБ	5,0	7,1	10	10	32,1
Газпромбанк	5,0	6,4	10	10	31,4
МКБ	5,0	6,4	10	10	31,4
Райффайзенбанк	2,5	8,6	10	10	31,1
БКС	5,0	5,7	10	10	30,7
Новикомбанк	5,0	5,7	10	10	30,7
Кредит Европа Банк	2,5	7,9	10	10	30,4
Почта Банк	5,0	4,3	10	10	29,3
Банк «Санкт-Петербург»	7,5	9,3	0	10	26,8
МИНБанк	7,5	9,3	10	0	26,8
Россельхозбанк	7,5	9,3	0	10	26,8
Банк Казани	7,5	8,6	0	10	26,1
Альфа-Банк	0,0	5,7	10	10	25,7
ОТП	0,0	5,0	10	10	25,0
Росбанк	5,0	8,6	0	10	23,6
РНКБ	5,0	5,7	0	10	20,7
Citibank	2,5	6,4	0	10	18,9
Уралсиб	7,5	8,6	0	0	16,1
Металлинвестбанк	0,0	0,0	0	10	10,0
СКБ Банк	0,0	5,0	0	0	5,0

\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

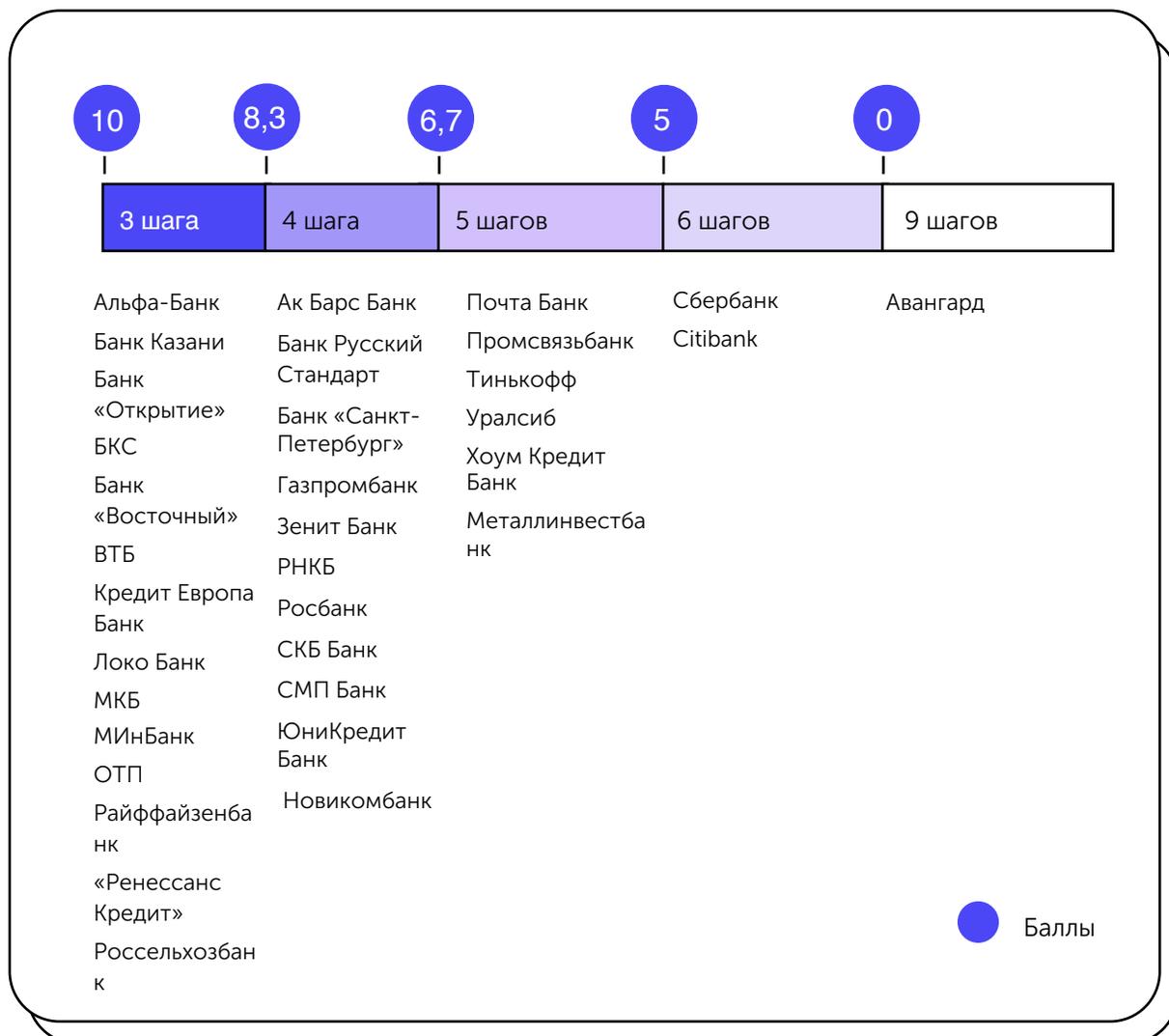
Кроме этого, в разделе «Выпуск и заказ карты через приложение» не оцениваются приложения банков Авангард, «Восточный» и СМП Банк, т.к. в их приложениях выпуск и заказ карт не доступны.

# UX

## Переводы другим пользователям



Количество шагов от главного экрана

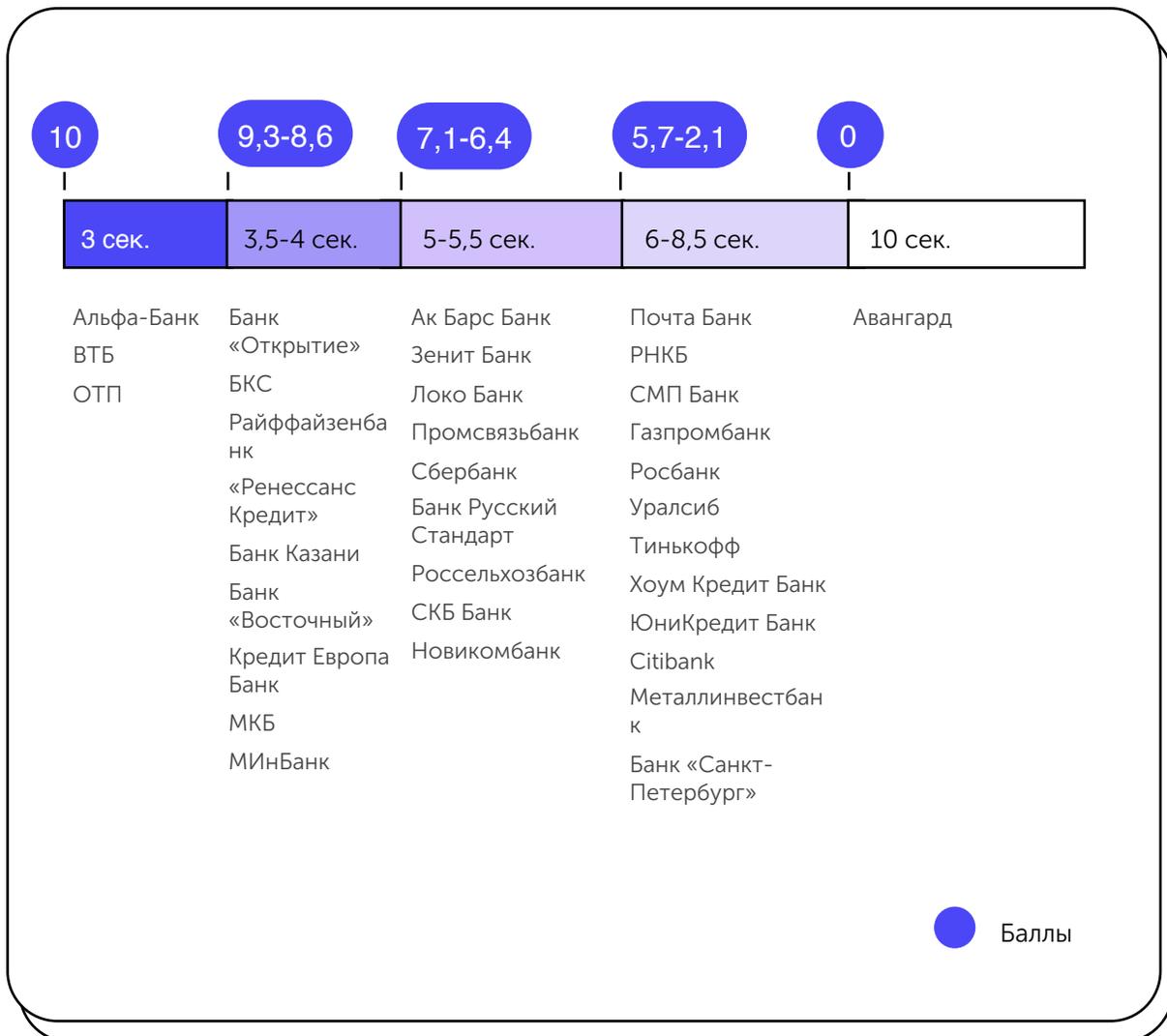


\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX Переводы другим пользователям



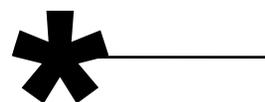
Время «пути» от главного экрана



\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Переводы другим пользователям



### Итоги раздела

Наиболее высокие баллы по переводам набрали Альфа-Банк, ВТБ и ОТП (60 из максимально возможных 60 баллов).

Средняя сумма баллов среди всех банков — 48,8.



Наиболее низкие баллы получили приложения ЮниКредит Банка (32,6 балла), Citibank (39,3 балла) и Банка Авангард (40 баллов).



20 из 34\* приложений не смогли набрать большее количество баллов, так как в них нет возможности прикрепить сообщение или/и в главном меню нет кнопки, которая позволяет перейти в раздел переводов.

А Банк Авангард получил небольшое количество баллов из-за длительного пути оформления перевода.

\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Переводы другим пользователям

### Итоги раздела

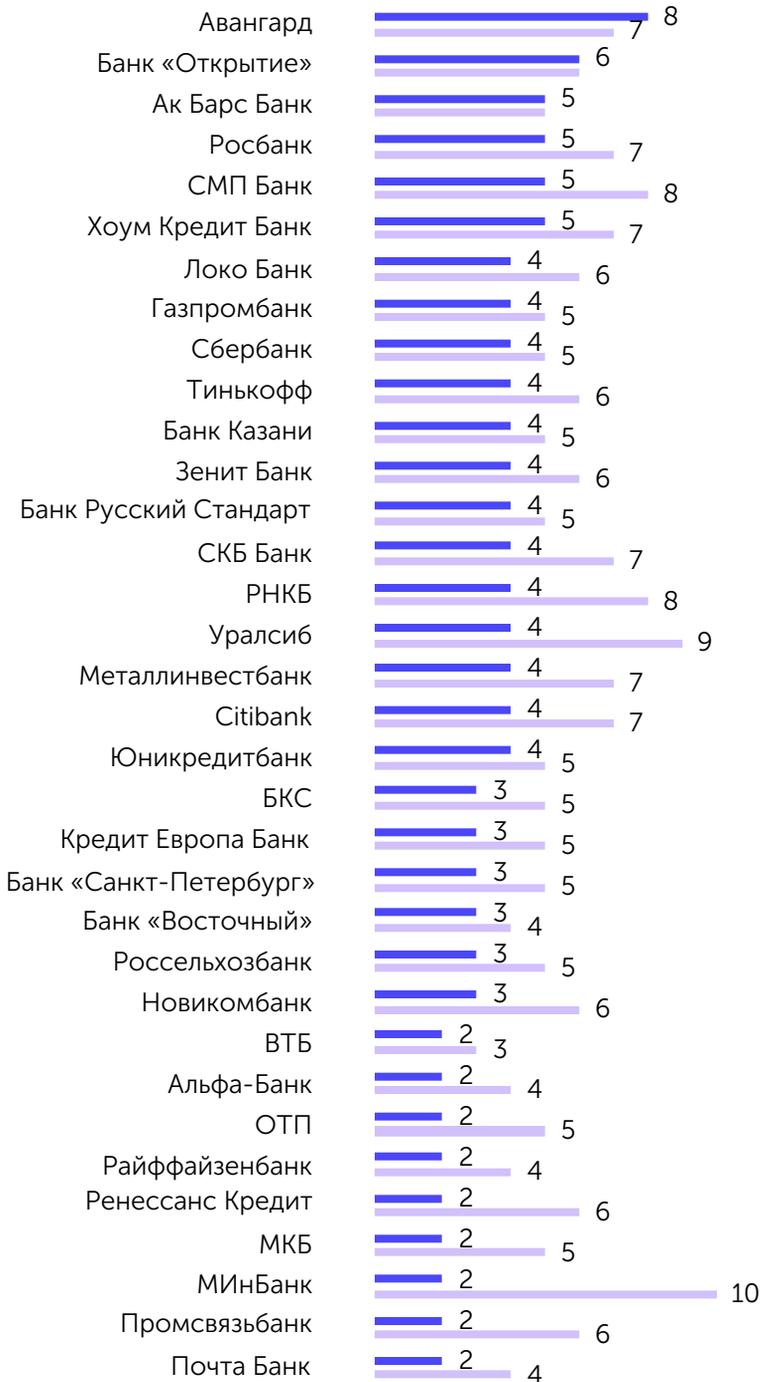
	Количество шагов, в баллах	Время "пути", в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Перевод по номеру телефона, в баллах	Перевод по номеру карты, в баллах	Прикрепить сообщение к переводу, в баллах	Сумма баллов
ВТБ	10,0	10,0	10	10	10	10	60,0
Альфа-Банк	10,0	10,0	10	10	10	10	60,0
ОТП	10,0	10,0	10	10	10	10	60,0
Райффайзенбанк	10,0	9,3	10	10	10	10	59,3
БКС	10,0	9,3	10	10	10	10	59,3
Кредит Европа Банк	10,0	8,6	10	10	10	10	58,6
Локо Банк	10,0	7,1	10	10	10	10	57,1
Ак Барс Банк	8,3	7,1	10	10	10	10	55,5
Газпромбанк	8,3	5,0	10	10	10	10	53,3
Росбанк	8,3	5,0	10	10	10	10	53,3
Сбербанк	5,0	7,1	10	10	10	10	52,1
Тинькофф	6,7	4,3	10	10	10	10	51,0
Банк «Санкт-Петербург»	8,3	2,1	10	10	10	10	50,5
Банк «Открытие»	10,0	9,3	0	10	10	10	49,3
«Ренессанс Кредит»	10,0	9,3	0	10	10	10	49,3
МКБ	10,0	8,6	10	10	10	0	48,6
МИНБанк	10,0	8,6	10	10	10	0	48,6
Банк Казани	10,0	8,6	0	10	10	10	48,6
Банк «Восточный»	10,0	8,6	10	10	10	0	48,6
Россельхозбанк	10,0	6,4	0	10	10	10	46,4
Зенит Банк	8,3	7,1	0	10	10	10	45,5
Банк Русский Стандарт	8,3	6,4	0	10	10	10	44,8
Новикомбанк	8,3	6,4	10	10	10	0	44,8
СКБ Банк	8,3	6,4	10	10	10	0	44,8
РНКБ	8,3	5,7	10	10	10	0	44,0
СМП Банк	8,3	5,7	10	10	10	0	44,0
Промсвязьбанк	6,7	7,1	10	10	10	0	43,8
Почта Банк	6,7	5,7	0	10	10	10	42,4
Уралсиб	6,7	5,0	0	10	10	10	41,7
Хоум Кредит Банк	6,7	4,3	10	10	10	0	41,0
Металлинвестбанк	6,7	4,3	10	10	10	0	41,0
Авангард	0	0,0	10	10	10	10	40,0
Citibank	5,0	4,3	10	10	10	0	39,3
ЮниКредит Банк	8,3	4,3	0	10	10	0	32,6

\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX Оплата связи и коммунальных услуг

- Оплата мобильной связи
- Оплата коммунальных услуг

**Количество шагов**  
без учета заполнения полей

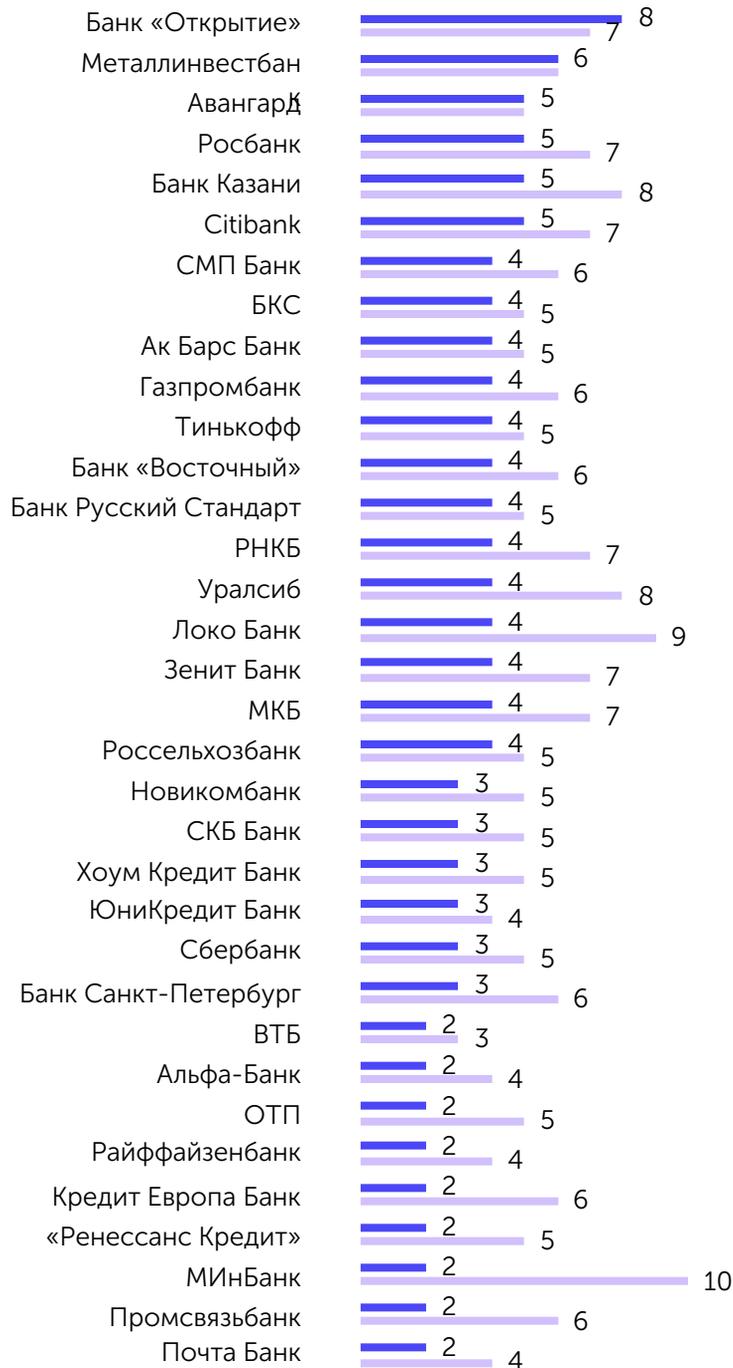


\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX Оплата связи и коммунальных услуг

- Оплата мобильной связи
- Оплата коммунальных услуг

Время пути  
в секундах, без учета заполнения  
полей



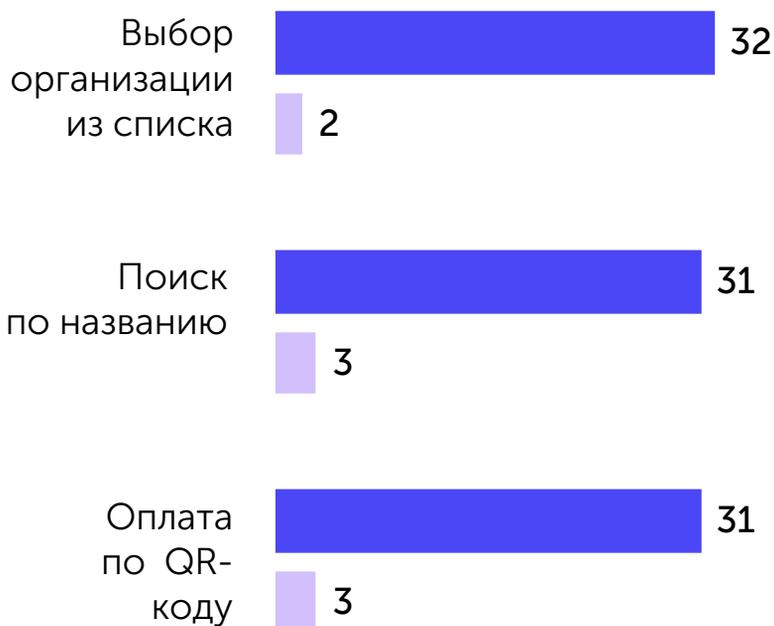
\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Оплата связи и коммунальных услуг



Количество приложений, у которых присутствуют  
или отсутствуют функции

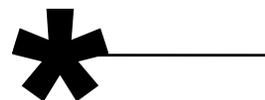


● Присутствует ● Отсутствует

\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Оплата связи и коммунальных услуг



### Итоги раздела

Более высокие баллы по удобству оплаты связи и ЖКУ набрали приложения Альфа-Банка (76,3 балла из 80 максимально возможных), МКБ (70,7) и Кредит Европа Банка (70,3).



Альфа-Банк



МКБ

Кредит  
ЕвропаБанк

Наиболее низкие баллы набрали приложения банков Авангард (29,8) и Уралсиб (21,4). У Авангарда длительный путь оплаты связи, и нет 2 из 4 оцениваемых функций, которые облегчают процесс оплаты мобильной связи и жилищно-коммунальных услуг. У банка Уралсиб длительный путь оплаты ЖКУ, и нет 3 из 4 функций.

**БАНК АВАНГАРД**



**УРАЛСИБ**

# UX

## Оплата связи и коммунальных услуг

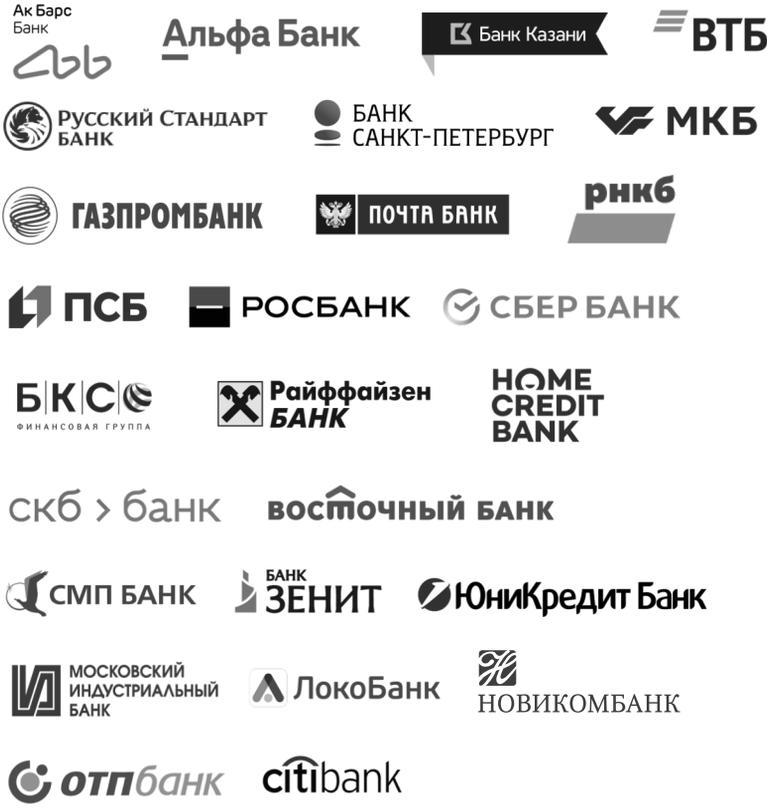
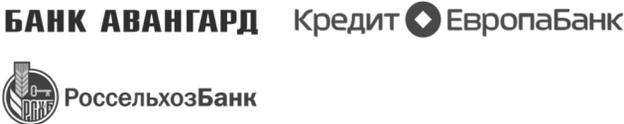
### Итоги раздела

	Кол-во шагов для оплаты связи, в баллах	Кол-во шагов для оплаты ЖКУ, в баллах	Время пути для оплаты связи, в баллах	Время пути для оплаты ЖКУ, в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Выбор организации из списка, в баллах	Поиск по названию, в баллах	Оплата по QR-коду, в баллах	Сумма баллов
Альфа-Банк	10,0	8,6	7,8	10,0	10	10	10	10	76,3
МКБ	10,0	7,1	5,6	8,0	10	10	10	10	70,7
Кредит Европа Банк	8,3	7,1	7,8	7,0	10	10	10	10	70,3
Почта Банк	10,0	8,6	10,0	9,0	0	10	10	10	67,6
ВТБ	10,0	10,0	7,8	9,5	0	10	10	10	67,3
Новикомбанк	8,3	5,7	5,6	7,0	10	10	10	10	66,6
Газпромбанк	6,7	7,1	3,3	7,0	10	10	10	10	64,1
СКБ Банк	6,7	4,3	5,6	7,0	10	10	10	10	63,5
Райффайзенбанк	10,0	8,6	7,8	7,0	0	10	10	10	63,3
Промсвязьбанк	10,0	5,7	10,0	7,0	0	10	10	10	62,7
ОТП	10,0	7,1	7,8	7,0	0	10	10	10	61,9
Хоум Кредит Банк	5,0	4,3	5,6	5,5	10	10	10	10	60,3
РНКБ	6,7	2,9	3,3	6,0	10	10	10	10	58,9
Сбербанк	6,7	7,1	6,7	7,5	0	10	10	10	58,0
Россельхозбанк	8,3	7,1	5,6	6,0	0	10	10	10	57,0
ЮниКредит Банк	6,7	7,1	5,6	7,0	0	10	10	10	56,4
Банк «Санкт-Петербург»	8,3	7,1	6,7	3,0	0	10	10	10	55,1
БКС	8,3	7,1	3,3	5,5	0	10	10	10	54,3
Банк Русский Стандарт	6,7	7,1	3,3	6,0	0	10	10	10	53,1
Металлинвестбанк	6,7	4,3	0,0	2,0	10	10	10	10	53,0
Локо Банк	6,7	5,7	4,4	6,0	0	10	10	10	52,8
Зенит Банк	6,7	5,7	4,4	6,0	0	10	10	10	52,8
Ак Барс Банк	5,0	7,1	3,3	7,0	0	10	10	10	52,5
Тинькофф	6,7	5,7	3,3	6,0	0	10	10	10	51,7
Банк Казани	6,7	7,1	1,1	6,5	0	10	10	10	51,4
«Ренессанс Кредит»	10,0	5,7	7,8	7,0	0	10	10	0	50,5
Банк «Восточный»	8,3	8,6	3,3	7,0	0	10	10	0	47,2
Банк «Открытие»	3,3	5,7	0,0	6,5	0	10	10	10	45,5
Росбанк	5,0	4,3	1,1	3,0	0	10	10	10	43,4
СМП Банк	5,0	2,9	2,2	0,0	10	10	10	0	40,1
МИНБанк	10,0	0,0	10,0	0,0	0	10	0	10	40,0
Citibank	6,7	4,3	1,1	4,5	0	0	10	10	36,6
Авангард	0,0	4,3	0,0	5,5	0	10	0	10	29,8
Уралсиб	6,7	1,4	3,3	0,0	0	0	0	10	21,4

\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

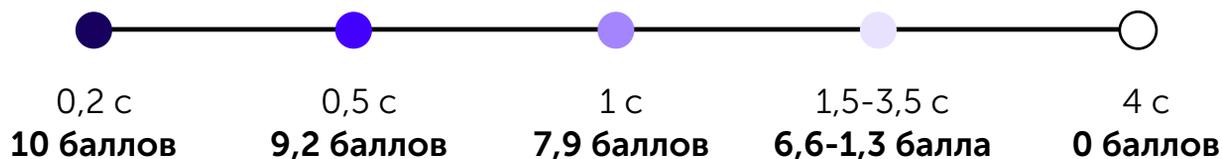
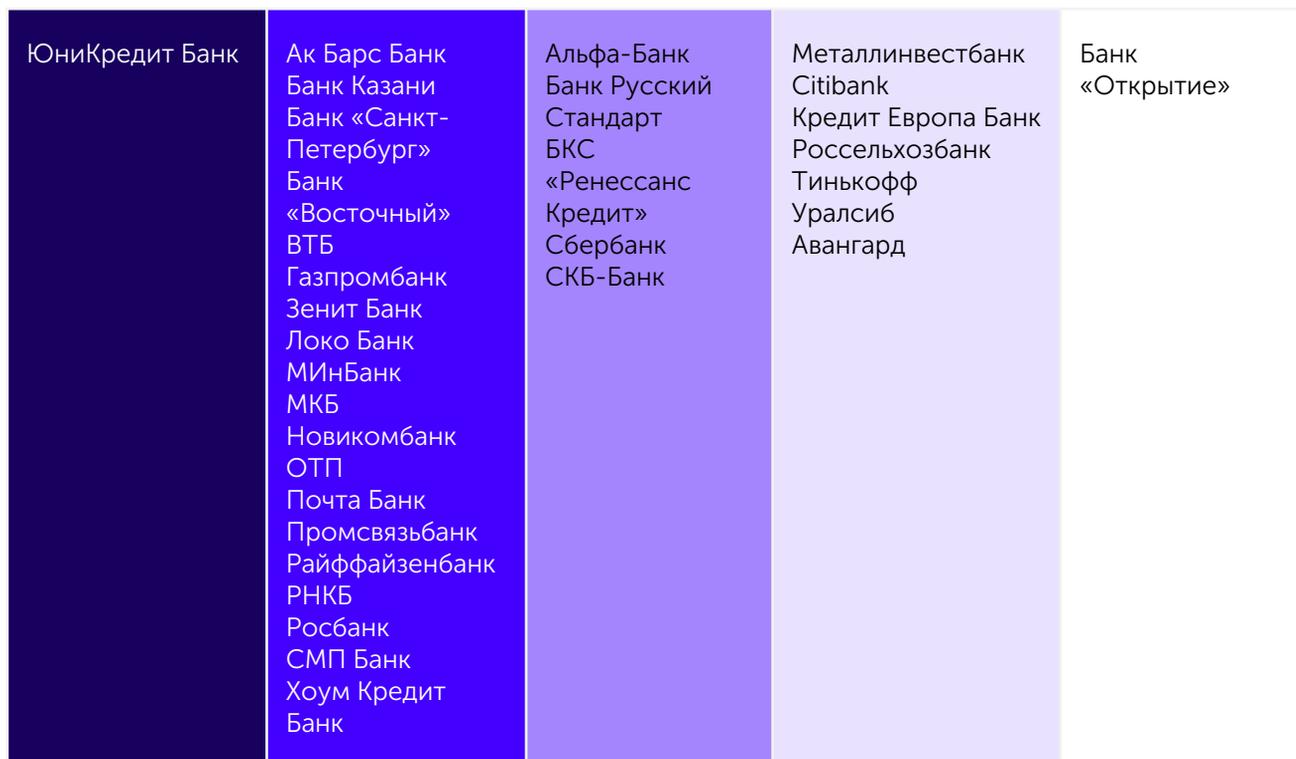
# UX

## Просмотр истории транзакций

Количество шагов	Приложения банков	Баллы
1 шаг		10 баллов
2 шага		5 баллов
3 шага		0 баллов

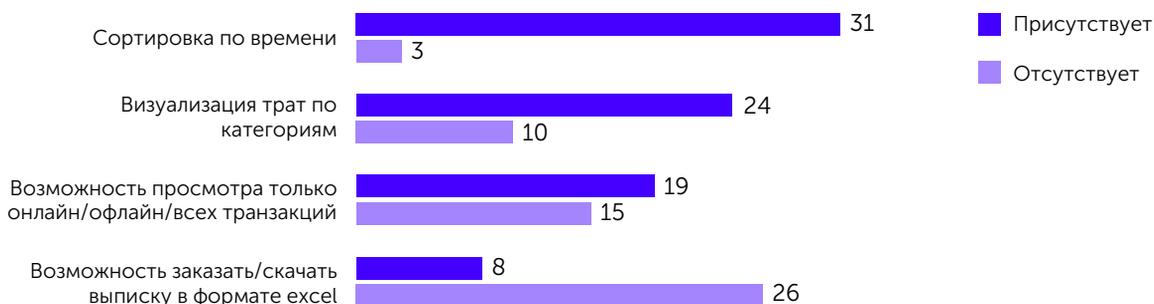
# UX Просмотр истории транзакций

Время «пути» от главного экрана



## Количество приложений

в которых присутствуют или отсутствуют функции



\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Просмотр истории транзакций

### Итоги раздела

Приложения 3 банков набрали 69 баллов из 70 максимально возможных: Локо Банк, МКБ и МИНБанк. Средний балл по разделу — 47.

Низкие баллы набрали приложения Россельхозбанка, банка «Открытие» (по 25 баллов), ЮниКредит Банка (20 баллов) и банка Авангард (11 баллов).

У приложения ЮниКредит Банка, несмотря на лидерство по количеству шагов и времени пути, нет ни одной из пяти функций, повышающих удобство просмотра историй транзакций.

Приложения Россельхозбанка, банка «Открытие» и Авангарда получили средние и низкие баллы по количеству шагов, времени пути и 0 баллов из-за отсутствия 3-4 замеряемых функций из 5.

	Количество шагов, в баллах	Время пути	Наличие кнопки в главном меню	Получение выписки в формате excel	Визуализация трат по категориям	Просмотр онлайн / офлайн / всех транзакций	Сортировка по времени	Сумма баллов
Локо Банк	10,0	9,2	10	10	10	10	10	69,2
МИНБанк	10,0	9,2	10	10	10	10	10	69,2
МКБ	10,0	9,2	10	10	10	10	10	69,2
Банк Казани	10,0	9,2	10	10	10	0	10	59,2
Новикомбанк	10,0	9,2	10	0	10	10	10	59,2
ОТП	10,0	9,2	10	0	10	10	10	59,2
Почта Банк	10,0	9,2	10	0	10	10	10	59,2
Райффайзенбанк	10,0	9,2	10	0	10	10	10	59,2
Росбанк	10,0	9,2	10	10	0	10	10	59,2
СМП Банк	10,0	9,2	10	0	10	10	10	59,2
Альфа-Банк	10,0	7,9	10	0	10	10	10	57,9
БКС	10,0	7,9	10	0	10	10	10	57,9

\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Просмотр истории транзакций

	Количество шагов, в баллах	Время пути, в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Получение выписки в формате excel, в баллах	Визуализация трат по категориям, в баллах	Просмотр онлайн / офлайн / всех транзакций, в баллах	Сортировка по времени, в баллах	Сумма баллов
Сбербанк	10,0	7,9	10	0	10	10	10	<b>57,9</b>
Ак Барс Банк	10,0	9,2	10	0	10	0	10	<b>49,2</b>
Банк «Восточный»	10,0	9,2	10	0	10	0	10	<b>49,2</b>
ВТБ	10,0	9,2	10	0	10	0	10	<b>49,2</b>
Промсвязьбанк	10,0	9,2	10	0	0	10	10	<b>49,2</b>
РНКБ	10,0	9,2	10	0	0	10	10	<b>49,2</b>
Хоум Кредит Банк	10,0	9,2	10	0	10	0	10	<b>49,2</b>
Банк Русский Стандарт	10,0	7,9	0	0	10	10	10	<b>47,9</b>
СКБ Банк	10,0	7,9	10	0	10	0	10	<b>47,9</b>
Кредит Европа Банк	0,0	5,3	0	10	10	10	10	<b>45,3</b>
«Ренессанс Кредит»	5,0	7,9	0	0	10	10	10	<b>42,9</b>
Металлинвестбанк	5,0	6,6	0	10	0	10	10	<b>41,6</b>
Тинькофф	5,0	5,3	10	0	10	0	10	<b>40,3</b>
Банк «Санкт-Петербург»	10,0	9,2	10	0	0	0	10	<b>39,2</b>
Газпромбанк	10,0	9,2	0	10	0	0	10	<b>39,2</b>
Зенит Банк	10,0	9,2	10	0	0	0	10	<b>39,2</b>
Уралсиб	5,0	2,6	10	0	10	0	0	<b>27,6</b>
Citibank	10,0	6,6	0	0	0	10	0	<b>26,6</b>
Россельхозбанк	0,0	5,3	0	0	10	0	10	<b>25,3</b>
Банк «Открытие»	5,0	0,0	0	0	10	0	10	<b>25,0</b>
ЮниКредит Банк	10,0	10,0	0	0	0	0	0	<b>20,0</b>
Авангард	0,0	1,3	0	0	0	0	10	<b>11,3</b>

\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Блокировка карты

Количество шагов	Приложения банков	Баллы
2	Хоум Кредит Банк	10
3	Альфа-Банк, Банк Казани, ВТБ, Локо Банк, Металлинвестбанк, МКБ, Промсвязьбанк, «Ренессанс Кредит»	8
4	Ак Барс Банк, Банк «Открытие», Банк Русский Стандарт, Банк «Санкт-Петербург», БКС, Банк «Восточный», Газпромбанк, Кредит Европа Банк, МИНБанк, Новикомбанк, ОТП, Почта Банк, Росбанк, Россельхозбанк, Тинькофф, Уралсиб, Citibank	6
5	Зенит Банк, Райффайзенбанк, РНКБ, СКБ Банк, ЮниКредит Банк	4
6	Сбербанк	2
7	Банк Авангард	0

Банк	Время (с)	Баллы
Промсвязьбанк, Альфа-Банк, Локо Банк, Металлинвестбанк, МКБ, Росбанк	2-3	10-8,6
ВТБ, МИНБанк, ОТП, Почта Банк, «Ренессанс Кредит», Тинькофф, Хоум Кредит Банк, Банк Казани	4-4,5	7,1-6,4
Банк «Санкт-Петербург», Банк «Восточный», Кредит Европа Банк, Россельхозбанк, Банк «Открытие», Ак Барс Банк, БКС, Газпромбанк, Новикомбанк, СКБ Банк, Зенит Банк	5-6,5	5,7-3,6
Банк Русский Стандарт, Райффайзенбанк, РНКБ, Авангард, Сбербанк, Уралсиб, Citibank	7-8	2,9-1,4
ЮниКредит Банк	9	0

\* — Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

В разделе «Блокировка карты» не оценивается СМП Банк по причине отсутствия функции блокировки карты в приложении.

# UX

## Блокировка карты

### Кнопка в главном меню и выбор причины из списка

Количество приложений, в которых есть функция или нет

Наличие кнопки в главном меню



3

30

Выбор причины из списка



18

15

● Присутствует

● Отсутствует

### Итоги раздела

Лучше всего функцию блокировки карты реализовали банки Новикомбанк (30,3 балла), Металлинвестбанк (26,6 баллов) и ВТБ (25,1 балл).

В среднем приложения банков получили 17,7 баллов из 40 возможных.

Низкие баллы получили Ак Барс Банк (10,3 балла), Газпромбанк (10,3 балла) и Банк Русский Стандарт (8,9 баллов).

\* – Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

В разделе «Блокировка карты» не оценивается СМП Банк по причине отсутствия функции блокировки карты в приложении.

# UX

## Блокировка карты

	Кол-во шагов от главного экрана, в баллах	Время «пути» до этапа от главного экрана, в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Выбор причины из списка, в баллах	Сумма баллов
Новикомбанк	6	4,3	10	10	30,3
Металлинвестбанк	8	8,6	10	0	26,6
ВТБ	8	7,1	0	10	25,1
Росбанк	6	8,6	10	0	24,6
Банк Казани	8	6,4	0	10	24,4
МИНБанк	6	7,1	0	10	23,1
ОТП	6	7,1	0	10	23,1
Тинькофф	6	7,1	0	10	23,1
Банк «Санкт-Петербург»	6	5,7	0	10	21,7
Банк «Восточный»	6	5,7	0	10	21,7
БКС	6	4,3	0	10	20,3
СКБ Банк	4	4,3	0	10	18,3
Промсвязьбанк	8	10,0	0	0	18,0
Зенит Банк	4	3,6	0	10	17,6
Уралсиб	6	1,4	0	10	17,4
Citibank	6	1,4	0	10	17,4
Хоум Кредит Банк	10	7,1	0	0	17,1
Райффайзенбанк	4	2,9	0	10	16,9
РНКБ	4	2,9	0	10	16,9
Альфа-Банк	8	8,6	0	0	16,6
Локо Банк	8	8,6	0	0	16,6
МКБ	8	8,6	0	0	16,6
«Ренессанс Кредит»	8	7,1	0	0	15,1
ЮниКредит Банк	4	0,0	0	10	14,0
Сбербанк	2	1,4	0	10	13,4
Почта Банк	6	7,1	0	0	13,1
Авангард	0	2,1	0	10	12,1
Кредит Европа Банк	6	5,7	0	0	11,7
Россельхозбанк	6	5,7	0	0	11,7
Банк «Открытие»	6	5,0	0	0	11,0
Ак Барс Банк	6	4,3	0	0	10,3
Газпромбанк	6	4,3	0	0	10,3
Банк Русский Стандарт	6	2,9	0	0	8,9

\* — Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

В разделе «Блокировка карты» не оценивается СМП Банк по причине отсутствия функции блокировки карты в приложении.

# UX

## Чат поддержки



Количество шагов	Приложения банков	Баллы
1	Металлинвестбанк, ВТБ, Банк Казани, ОТП, Тинькофф, Банк «Санкт-Петербург», БКС, СКБ Банк, Зенит Банк, Citibank, Хоум Кредит Банк, Райффайзенбанк, Альфа-Банк, Локо Банк, МКБ, «Ренессанс Кредит», ЮниКредит Банк, Сбербанк, Почта Банк, Банк «Открытие», Банк Русский Стандарт	10
2	Росбанк, Кредит Европа Банк, Россельхозбанк, Ак Барс Банк	7,5
3	Банк «Восточный», Промсвязьбанк	5
4	МИнБанк	2,5
5	Новикомбанк	0

Банк	Время (с)	Баллы
Альфа-Банк, Банк «Открытие», Банк Русский Стандарт, Банк «Санкт-Петербург», Зенит Банк Локо Банк, Металлинвестбанк, МКБ, ОТП, Почта Банк, Райффайзенбанк, «Ренессанс Кредит», Сбербанк, СКБ Банк, Тинькофф, Хоум Кредит Банк, ЮниКредит Банк, Citibank	0,5	10
Банк Казани, БКС, ВТБ, Кредит Европа Банк, Росбанк, Россельхозбанк	1	8,6
Ак Барс Банк, Банк «Восточный», Промсвязьбанк	2	5,7
Новикомбанк, МИнБанк	4	0

\* — Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

В разделе «Блокировка карты» не оценивается СМП Банк по причине отсутствия функции блокировки карты в приложении.

# UX

## Чат поддержки

### Количество приложений

В которых присутствуют или отсутствуют функции



● Присутствует ● Отсутствует

## Скорость ответа оператора

Банк	Время (с)	Баллы
Хоум Кредит Банк, Росбанк, Альфа-Банк, Сбербанк, СКБ Банк, Тинькофф, ЮниКредит Банк, Citibank, ВТБ, Россельхозбанк, Банк «Восточный», Райффайзенбанк, БКС, Промсвязьбанк, Ак Барс Банк, «Ренессанс Кредит»	0,2-120 (0,2 секунды - 2 минуты)	10
Кредит Европа Банк, Банк «Открытие», Зенит Банк, Банк Казани, Локо Банк, МКБ, ОТП	180-2400 (3-40 минут)	9,9-9,2
Почта Банк, Банк Русский Стандарт	3600-5400 (1-1,5 часа)	8,8-8,2
МИНБанк	30000 (8 часов 20 минут)	0

\* — Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

В разделе «Блокировка карты» не оценивается СМП Банк по причине отсутствия функции блокировки карты в приложении.

# UX

## Чат поддержки

### Итоги раздела

	Кол-во шагов от главного экрана, в баллах	Время «пути» до этапа от главного экрана, в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Может ли чат-бот ответить на вопрос о комиссии за снятие наличных, в баллах	Скорость ответа оператора (сообщение приветствия), в баллах	Возможность прикрепить файл, в баллах	Отображение ранее поданных обращений, в баллах	Сумма баллов
Хоум Кредит Банк	10,0	10,0	10	10	10,0	10	10	70,0
Альфа-Банк	10,0	10,0	10	10	10,0	10	10	70,0
Сбербанк	10,0	10,0	10	10	10,0	10	10	70,0
СКБ Банк	10,0	10,0	10	10	10,0	10	10	70,0
Тинькофф	10,0	10,0	10	10	10,0	10	10	70,0
Райффайзенбанк	10,0	10,0	10	10	10,0	10	10	70,0
Локо Банк	10,0	10,0	10	10	9,8	10	10	69,8
Почта Банк	10,0	10,0	10	10	8,8	10	10	68,8
Россельхозбанк	7,5	8,6	10	10	10,0	10	10	66,1
Ак Барс Банк	7,5	5,7	10	10	10,0	10	10	63,2
«Ренессанс Кредит»	10,0	10,0	10	0	10,0	10	10	60,0
Банк «Открытие»	10,0	10,0	10	0	9,9	10	10	59,9
Зенит Банк	10,0	10,0	10	0	9,9	10	10	59,9
МКБ	10,0	10,0	10	0	9,5	10	10	59,5
ОТП	10,0	10,0	10	0	9,2	10	10	59,2
ВТБ	10,0	8,6	10	0	10,0	10	10	58,6
БКС	10,0	8,6	10	0	10,0	10	10	58,6
Банк Казани	10,0	8,6	10	0	9,9	10	10	58,4
Банк Русский Стандарт	10,0	10,0	10	0	8,2	10	10	58,2
Росбанк	7,5	8,6	10	10	10,0	0	10	56,1
Кредит Европа Банк	7,5	8,6	10	0	9,9	10	10	56,0
Банк «Санкт-Петербург»	10,0	10,0	10	0	n/a	10	10	50,0
Металлинвестбанк	10,0	10,0	10	0	n/a	10	10	50,0
ЮниКредит Банк	10,0	10,0	10	0	10,0	0	10	50,0
Банк «Восточный»	5,0	5,7	10		10,0	0	0	30,7
Citibank	10,0	10,0	0	0	10,0	0	0	30,0
МИнБанк	2,5	0,0	10	0	0,0	0	10	22,5
Промсвязьбанк	5,0	5,7	0	0	10,0	0	0	20,7
Новикомбанк	0,0	0,0	0	0	n/a	10	10	20,0

\* – Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

В разделе «Блокировка карты» не оценивается СМП Банк по причине отсутствия функции блокировки карты в приложении.

# UX

## Поиск банкоматов



Количество шагов от главного экрана

Количество шагов	Приложения банков	Баллы
1	Авангард, Альфа-Банк, Банк «Открытие», Зенит Банк, МКБ, Новикомбанк, ОТП, Почта Банк, Росбанк, Россельхозбанк, Сбербанк, СКБ Банк, СМП Банк	10
2	Ак Барс Банк, Банк Казани, Банк Русский Стандарт, Банк «Санкт-Петербург», БКС, Восточный Банк, ВТБ, Газпромбанк, Кредит Европа Банк, Металлинвестбанк, МИНБанк, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк, «Ренессанс Кредит», РНКБ, Тинькофф, Уралсиб, Юникредит Банк, Citibank	5
3	Хоум Кредит Банк, Локо Банк	0

\* – \*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Поиск банкоматов

### Количество приложений

В которых присутствуют или отсутствуют функции



● Присутствует ● Отсутствует

\* – \*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Поиск банкоматов

### Итоги раздела

	Кол-во шагов от главного экрана, в баллах	Время «пути» до этапа от главного экрана, в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Отображение ближайшего отделения и расстояние до него, в баллах	Отображение информации о времени работы, в баллах	Отображение информации о заведении, в котором находится банкомат, в баллах	Списком, в баллах	На карте, в баллах	Сумма баллов
Авангард	10,0	10,0	10	10	10	10	10	10	80,0
ОТП	10,0	10,0	10	10	10	10	10	10	80,0
Альфа-Банк	10,0	8,9	10	10	10	10	10	10	78,9
МКБ	10,0	8,9	10	10	10	10	10	10	78,9
Сбербанк	10,0	8,9	10	10	10	10	10	10	78,9
Кредит Европа Банк	5,0	6,7	10	10	10	10	10	10	71,7
МИНБанк	5,0	6,7	10	10	10	10	10	10	71,7
Банк «Открытие»	10,0	10,0	10	10	10	0	10	10	70,0
Зенит Банк	10,0	10,0	10	10	10	0	10	10	70,0
Новикомбанк	10,0	10,0	10	10	10	0	10	10	70,0
Росбанк	10,0	4,4	10	10	10	0	10	10	64,4
Ак Барс Банк	5,0	8,9	0	10	10	10	10	10	63,9
Банк «Санкт-Петербург»	5,0	8,9	0	10	10	10	10	10	63,9
ВТБ	5,0	6,7	0	10	10	10	10	10	61,7
Райффайзенбанк	5,0	6,7	0	10	10	10	10	10	61,7
«Ренессанс Кредит»	5,0	6,7	0	10	10	10	10	10	61,7
РНКБ	5,0	6,7	10	10	10	0	10	10	61,7

\* — \*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

# UX

## Поиск банкоматов

### Итоги раздела

	Кол-во шагов от главного экрана, в баллах	Время «пути» до этапа от главного экрана, в баллах	Наличие кнопки в главном меню, в баллах	Отображение ближайшего отделения и расстояние до него, в баллах	Отображение информации о времени работы, в баллах	Отображение информации о заведении, в котором находится банкомат, в баллах	Списком, в баллах	На карте, в баллах	Сумма баллов
Почта Банк	10,0	10,0	10	0	10	0	10	10	60,0
Банк Русский Стандарт	5,0	4,4	0	10	10	10	10	10	59,4
ЮниКредит Банк	5,0	4,4	0	10	10	10	10	10	59,4
СМП Банк	10,0	8,9	10	10	0	0	10	10	58,9
Уралсиб	5,0	2,2	10	10	10	10	0	10	57,2
СКБ Банк	10,0	6,7	0	10	10	0	10	10	56,7
Банк «Восточный»	5,0	0,0	10	10	10	0	10	10	55,0
Россельхозбанк	10,0	4,4	10	10	0	0	10	10	54,4
Тинькофф	5,0	6,7	0	10	10	10	0	10	51,7
Citibank	5,0	6,7	0	0	10	10	10	10	51,7
Банк Казани	5,0	4,4	0	10	10	0	10	10	49,4
Газпромбанк	5,0	2,2	0	10	10	0	10	10	47,2
Локо Банк	0,0	5,6	0	10	10	0	10	10	45,6
Хоум Кредит Банк	0,0	4,4	0	10	10	0	10	10	44,4
Металлинвестбанк	5,0	6,7	10	0	0	0	10	10	41,7
БКС	5,0	4,4	0	0	10	0	10	10	39,4
Промсвязьбанк	5,0	6,7	0	10	0	0	0	10	31,7

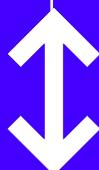
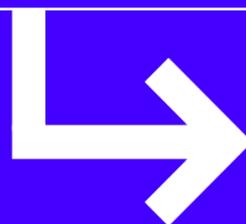
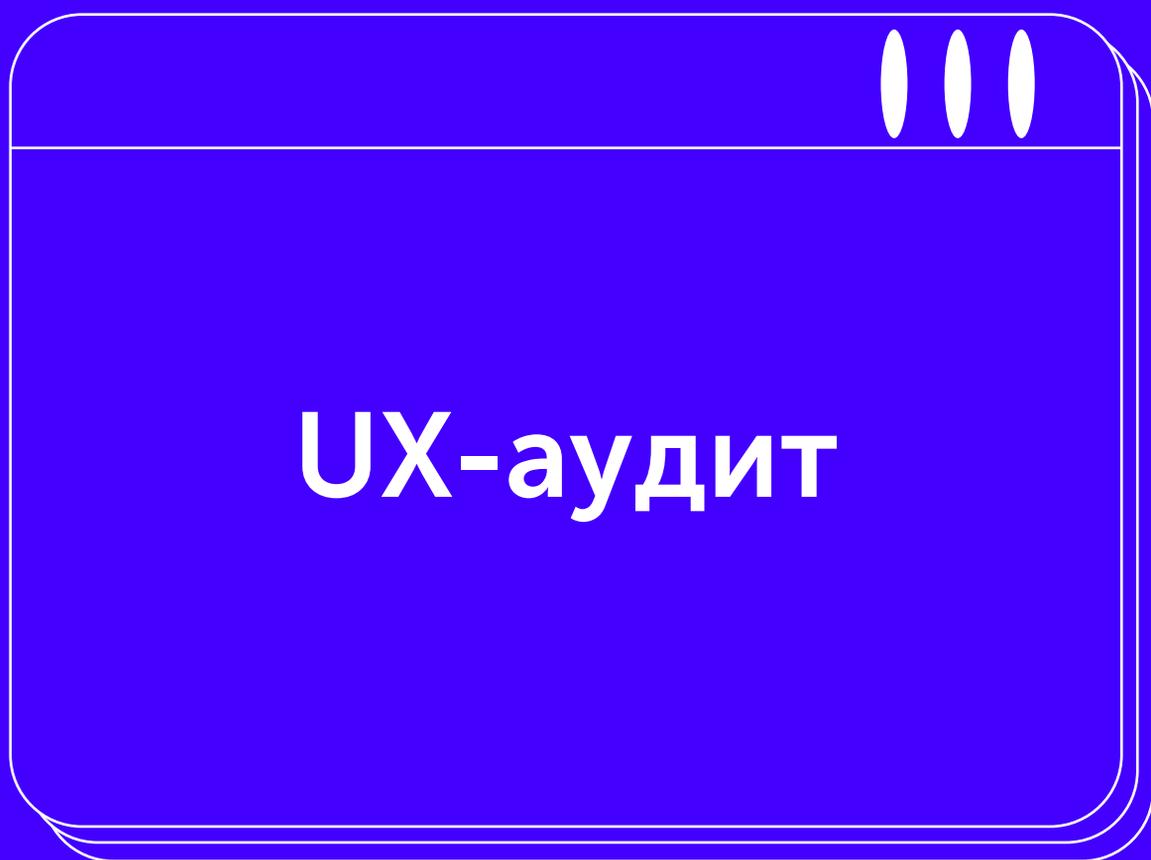
\* — \*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В разделе UX не оценивается приложение Банка «Левобережный» из-за отсутствия доступа к приложению.

## Итоги раздела

	Выпуск и заказ карты через приложение, в баллах	Переводы другим пользователям, в баллах	Оплата связи и ЖКУ, в баллах	Просмотр истории транзакций, в баллах	Блокировка карты, в баллах	Чат поддержки, в баллах	Поиск банкоматов, в баллах	Сумма баллов	Привели к 12 баллам для итогового рейтинга
Альфа-Банк	25,7	60,0	76,3	57,9	16,6	70,0	78,9	385,4	12,0
МКБ	31,4	48,6	70,7	69,2	16,6	59,5	78,9	374,8	11,4
ОТП	25,0	60,0	61,9	59,2	23,1	59,2	80,0	368,5	11,0
Сбербанк	32,9	52,1	58,0	57,9	13,4	70,0	78,9	363,2	10,7
Райффайзенбанк	31,1	59,3	63,3	59,2	16,9	70,0	61,7	361,4	10,6
ВТБ	32,1	60,0	67,3	49,2	25,1	58,6	61,7	354,0	10,2
Локо Банк	34,6	57,1	52,8	69,2	16,6	69,8	45,6	345,8	9,8
Кредит Европа Банк	30,4	58,6	70,3	45,3	11,7	56,0	71,7	343,8	9,6
Почта Банк	29,3	42,4	67,6	59,2	13,1	68,8	60,0	340,4	9,5
Ак Барс Банк	37,1	55,5	52,5	49,2	10,3	63,2	63,9	331,7	9,0
Росбанк	23,6	53,3	43,4	59,2	24,6	56,1	64,4	324,6	8,6
Тинькофф	36,1	51,0	51,7	40,3	23,1	70,0	51,7	323,8	8,5
Новикомбанк	30,7	44,8	66,6	59,2	30,3	20,0	70,0	321,6	8,4
БКС	30,7	59,3	54,3	57,9	20,3	58,6	39,4	320,5	8,3
Зенит Банк	32,9	45,5	52,8	39,2	17,6	59,9	70,0	317,8	8,2
Банк Казани	26,1	48,6	51,4	59,2	24,4	58,4	49,4	317,6	8,2
Хоум Кредит Банк	34,3	41,0	60,3	49,2	17,1	70,0	44,4	316,4	8,1

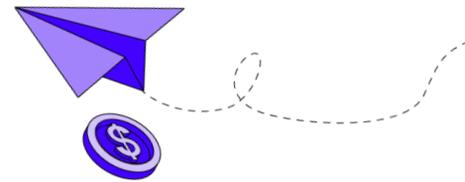
## Итоги раздела

	Выпуск и заказ карты через приложение, в баллах	Переводы другим пользователям, в баллах	Оплата связи и ЖКУ, в баллах	Просмотр истории транзакций, в баллах	Блокировка карты, в баллах	Чат поддержки, в баллах	Поиск банкоматов, в баллах	Сумма баллов	Привели к 12 баллам для итогового рейтинга
«Ренессанс Кредит»	34,3	49,3	50,5	42,9	15,1	60,0	61,7	313,7	7,9
Банк Русский Стандарт	35,4	44,8	53,1	47,9	8,9	58,2	59,4	307,7	7,6
Банк «Санкт-Петербург»	26,8	50,5	55,1	39,2	21,7	50,0	63,9	307,2	7,6
СКБ Банк	5,0	44,8	63,5	47,9	18,3	70,0	56,7	306,1	7,5
МИНБанк	26,8	48,6	40,0	69,2	23,1	22,5	71,7	301,9	7,3
Банк «Открытие»	40,0	49,3	45,5	25,0	11,0	59,9	70,0	300,8	7,2
Россельхозбанк	26,8	46,4	57,0	25,3	11,7	66,1	54,4	287,7	6,5
Юникредит Банк	32,9	32,6	56,4	20,0	14,0	50,0	59,4	265,3	5,2
Металлинвестбанк	10,0	41,0	53,0	41,6	26,6	50,0	41,7	263,7	5,1
Промсвязьбанк	36,8	43,8	62,7	49,2	18,0	20,7	31,7	262,9	5,1
Восточный Банк	нет функции	48,6	47,2	49,2	21,7	30,7	55,0	252,4	4,5
РНКБ	20,7	44,0	58,9	49,2	16,9	нет функции	61,7	251,4	4,4
Газпромбанк	31,4	53,3	64,1	39,2	10,3	нет функции	47,2	245,6	4,1
Citibank	18,9	39,3	36,6	26,6	17,4	30,0	51,7	220,5	2,7
СМП Банк	нет функции	44,0	40,1	59,2	нет функции	нет функции	58,9	202,2	1,6
Уралсиб	16,1	41,7	21,4	27,6	17,4	нет функции	57,2	181,4	0,5
Авангард	нет функции	40,0	29,8	11,3	12,1	нет функции	80,0	173,2	0,0



# UX-аудит

## По чек-листу



В этом году мы решили добавить новый раздел — UX-аудит, чтобы более подробно сравнить приложения. Аудит проводился по чек-листу для двух пользовательских сценариев. Он экспериментальный и не используется для расчета рейтинга.

### Перевод денег по номеру телефона клиенту того же банка

Путь: от раздела «Переводы» до успешного выполнения перевода.

● Да ○ Нет

	Количество экранов, использованных для реализации перевода	Количество обязательных полей для самостоятельного заполнения (при условии, что нужно ввести номер телефона)	Номер карты, с которой будут списаны деньги, автоматически заполняется, не нужно вводить его вручную	Возможность выбрать, с какой карты будут списаны деньги	Отображение баланса на карте	Возможность выбрать получателя из списка контактов
Авангард	7	2	●	●	●	●
Ак Барс Банк	6	2	●	●	●	●
Альфа-Банк	7	2	●	●	●	●
Банк Казани	7	2	●	●	●	●
Банк «Открытие»	4	2	●	●	●	●
Банк Русский Стандарт	6	3	●	●	●	●
Банк «Санкт-Петербург»	6	2	●	●	●	●
БКС	7	2	●	●	●	●
Банк «Восточный»	6	3	●	●	●	●
ВТБ	6	3	●	●	●	●
Газпромбанк	4	2	●	●	●	●
Зенит Банк	5	2	●	●	●	●
Кредит Европа Банк	4	3	●	●	●	●
Локо Банк	4	3	●	●	●	●

# UX-аудит

## По чек-листу

Да  Нет

	Количество экранов, использованных для реализации перевода	Количество обязательных полей для самостоятельного заполнения (при условии, что нужно ввести номер телефона)	Номер карты, с которой будут списаны деньги, автоматически заполняется, не нужно вводить его вручную	Возможность выбрать, с какой карты будут списаны деньги	Отображение баланса на карте	Возможность выбрать получателя из списка контактов
Металлинвестбанк	5	4	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
МИНБанк	5	4	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
МКБ	4	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Новикомбанк	4	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ОТП	5	3	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Почта Банк	3	3	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Промсвязьбанк	6	3	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Райффайзенбанк	4	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
«Ренессанс Кредит»	4	3	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
РНКБ	4	1	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Росбанк	4	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Россельхозбанк	4	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Сбербанк	6	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
СКБ Банк	4	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Тинькофф	5	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Уралсиб	5	3	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Хоум Кредит Банк	5	3	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ЮниКредит Банк	4	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Citibank	5	2	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

# UX-аудит

## По чек-листу



### Перевод денег по номеру телефона клиенту того же банка

Путь: от раздела «Переводы» до успешного выполнения перевода

● Да ○ Нет

	Возможность выполнить поиск по списку контактов	После ввода номера телефона/ выбора контакта появляется имя владельца карты	Навигация сообщает пользователю о текущем местоположении в приложении	Проверка валидности введенных данных до нажатия кнопки перехода к следующему экрану	Поля для обязательного заполнения выделены ярким цветом /подсвечены	Подтверждение успешного выполнения перевода
Авангард	●	●	○	●	○	n/a
Ак Барс Банк	●	●	●	●	○	●
Альфа-Банк	●	●	○	●	○	●
Банк Казани	●	●	●	●	○	●
Банк «Открытие»	●	●	●	●	○	●
Банк Русский Стандарт	●	●	●	●	○	●
Банк «Санкт-Петербург»	●	●	●	●	○	●
БКС	●	●	●	●	○	●
Банк «Восточный»	●	●	○	●	○	●
ВТБ	●	●	○	●	○	●
Газпромбанк	●	●	●	●	○	●
Зенит Банк	●	●	●	●	○	●
Кредит Европа Банк	●	●	●	●	○	●
Локо Банк	●	●	●	●	○	●
Металлинвестбанк	●	●	●	●	○	●
МИНБанк	●	●	○	●	○	●
МКБ	●	●	●	●	○	●

# UX-аудит

## По чек-листу

● Да ○ Нет

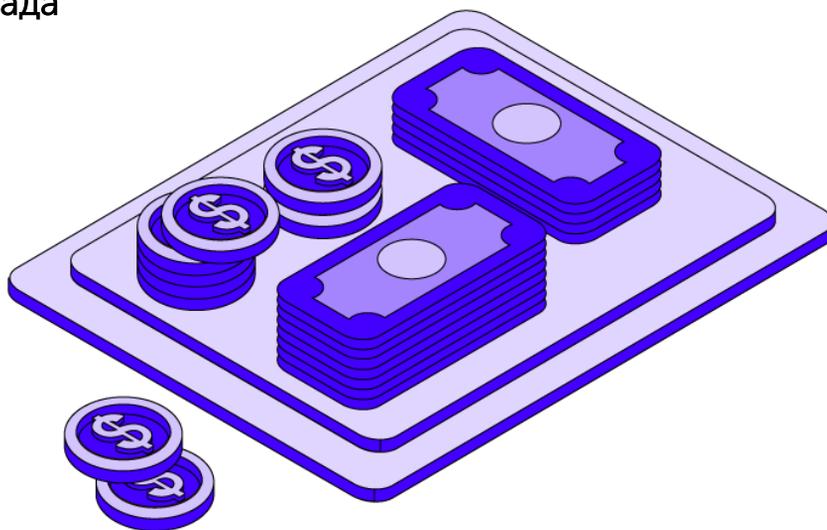
	Возможность выполнить поиск по списку контактов	После ввода номера телефона/ выбора контакта появляется имя владельца карты	Навигация сообщает пользователю о текущем местоположении в приложении	Проверка валидности введенных данных до нажатия кнопки перехода к следующему экрану	Поля для обязательного заполнения выделены ярким цветом /подсвечены	Подтверждение успешного выполнения перевода
Новикомбанк	●	●	○	●	○	●
ОТП	●	●	○	●	○	●
Почта Банк	●	●	●	●	○	●
Промсвязьбанк	●	●	●	●	○	●
Райффайзенбанк	●	●	●	●	○	●
«Ренессанс Кредит»	●	●	○	●	○	●
РНКБ	●	●	○	●	○	●
Росбанк	●	●	○	●	○	●
Россельхозбанк	●	●	○	●	○	●
Сбербанк	●	●	○	●	○	●
СКБ Банк	●	●	○	●	○	●
Тинькофф	●	●	○	●	○	●
Уралсиб	●	●	○	●	●	●
Хоум Кредит Банк	●	●	○	●	○	●
ЮниКредит Банк	●	●	○	●	○	●
Citibank	●	●	○	●	○	●



# UX-аудит

По чек-листу

Открытие вклада



● Да ○ Нет

	Наличие интерактивного сервиса подбора вкладов	Возможность задать желаемую сумму первого пополнения	Возможность выбрать срок вклада	Учет такого условия вклада как пополнения	Учет такого условия вклада как снятие	Моментальное отображение изменения %-й ставки вклада в зависимости от меняющихся условий	Моментальное отображение суммы дохода в зависимости от меняющихся условий
Авангард	○	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Ак Барс Банк	●	●	●	●	●	●	●
Альфа-Банк	●	●	●	●	●	●	●
Банк Казани	●	●	●	●	●	●	●
Банк «Открытие»	●	●	●	●	●	●	●
Банк Русский Стандарт	○	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Банк «Санкт-Петербург»	○	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
БКС	●	●	●	●	●	●	●
Банк «Восточный»	●	●	●	●	●	○	○
ВТБ	●	●	●	●	●	●	●
Газпромбанк	○	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a



# UX-аудит

## По чек-листу

### Открытие вклада

● Да ○ Нет

	Наличие интерактивного сервиса подбора вкладов	Возможность задать желаемую сумму первого пополнения	Возможность выбрать срок вклада	Учет такого условия вклада как пополнения	Учет такого условия вклада как снятие	Моментальное отображение изменения %-й ставки вклада в зависимости от меняющихся условий	Моментальное отображение изменения суммы дохода в зависимости от меняющихся условий
Тинькофф	○	○	●	○	○	○	○
Уралсиб	●	●	●	●	●	●	●
Хоум Кредит Банк	●	●	●	●	●	●	●
ЮниКредит Банк	●	●	●	○	○	●	●
Citibank	●	●	●	●	●	●	●



# UX-аудит

## По чек-листу

### Открытие вклада

● Да ○ Нет

	Переход к подробным условиям вклада прямо из сервиса подбора вкладов	Номер карты/счета , с которого будут списаны деньги, автоматически заполняется , не нужно вводить его вручную	Возможность выбрать, с какой карты /счета будут списаны деньги	Отображение баланса на карте / счете, с которого будут списаны деньги	Навигация сообщает пользователю о текущем местоположении в приложении	Поля для обязательного заполнения выделены ярким цветом / подсвечены	Проверка валидности введенных данных до нажатия кнопки перехода к следующему экрану
Авангард	n/a	●	●	●	●	○	●
Ак Барс Банк	●	●	●	●	●	○	●
Альфа-Банк	●	●	●	●	○	○	●
Банк Казани	●	●	●	●	●	○	●
Банк «Открытие»	○	●	●	●	●	○	●
Банк Русский Стандарт	n/a	●	●	●	●	○	●
Банк «Санкт-Петербург»	n/a	●	●	●	●	○	●
БКС	○	●	●	●	●	○	●
Банк «Восточный»	●	○	●	●	○	○	●
ВТБ	●	●	●	●	○	○	●
Газпромбанк	n/a	●	●	●	●	○	●
Зенит Банк	n/a	●	●	●	●	○	●
Кредит Европа Банк	●	●	●	●	○	○	●
Локо Банк	○	●	●	●	○	○	●
Металлинвестбанк	●	●	●	●	●	○	●
МИНБанк	n/a	●	●	●	○	○	●
МКБ	●	●	●	●	○	○	●
Новикомбанк	●	●	●	●	○	○	●

# UX-аудит

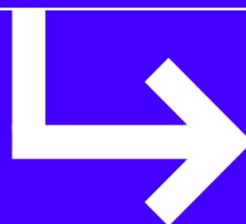
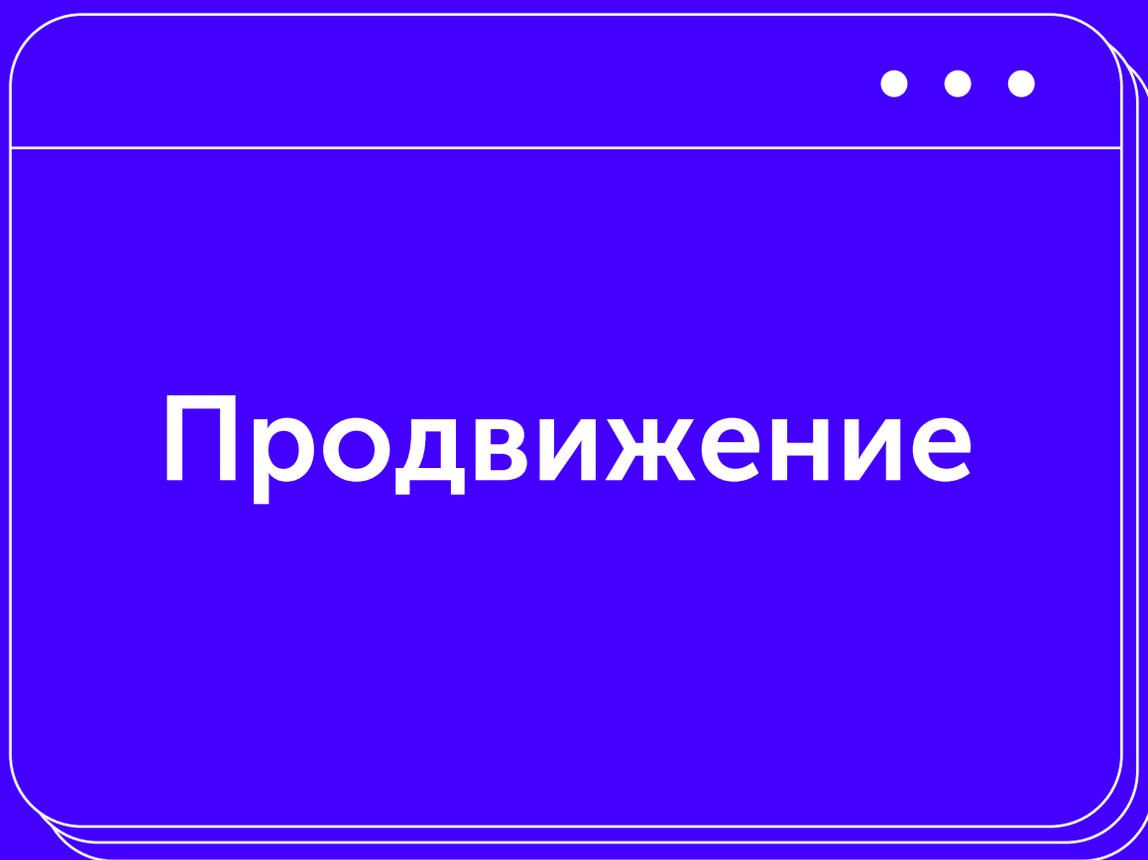
## По чек-листу

### Открытие вклада

● Да ○ Нет

	Переход к подробным условиям вклада прямо из сервиса подбора вкладов	Номер карты/счета , с которого будут списаны деньги, автоматически заполняется , не нужно вводить его вручную	Возможность выбрать, с какой карты /счета будут списаны деньги	Отображение баланса на карте / счете, с которого будут списаны деньги	Навигация сообщает пользователю о текущем местоположении в приложении	Поля для обязательного заполнения выделены ярким цветом / подсвечены	Проверка валидности введенных данных до нажатия кнопки перехода к следующему экрану
ОТП	●	●	●	●	●	○	●
Почта Банк	●	●	●	●	●	○	●
Промсвязьбанк	●	●	●	●	○	○	●
Райффайзенбанк	●	●	●	●	●	●	●
«Ренессанс Кредит»	n/a	●	●	●	●	●	●
РНКБ	●	●	●	●	○	○	●
Росбанк	●	●	●	●	○	○	●
Россельхозбанк	n/a	●	●	●	○	○	●
Сбербанк	●	●	●	●	○	○	●
СКБ Банк	●	●	●	●	○	○	●
СМП Банк	●	●	●	●	○	○	●
Тинькофф	●	●	●	●	○	○	●
Уралсиб	●	●	●	●	○	●	●
Хоум Кредит Банк	●	●	●	●	○	○	●
ЮниКредит Банк	●	●	●	●	○	○	●
Citibank	●	●	●	●	○	○	●





# Продвижение

Наиболее доступные **каналы продвижения** — ссылки на приложение на сайте банка и упоминание приложения в соцсетях — используются всеми или почти всеми банками (35 и 33 из 35).

Следующие по популярности среди банков — Yandex, Facebook Instagram (28 из 35).

Несколько менее распространены среди банков Google и myTarget (25 и 24 из 35).

Относительно наименее популярные каналы — Twitter и CPA-сети (21 из 35).

Среднее количество используемых каналов продвижения — 6,9.

Около половины банков использует такой **новый канал продвижения** как подкасты (16 из 35).

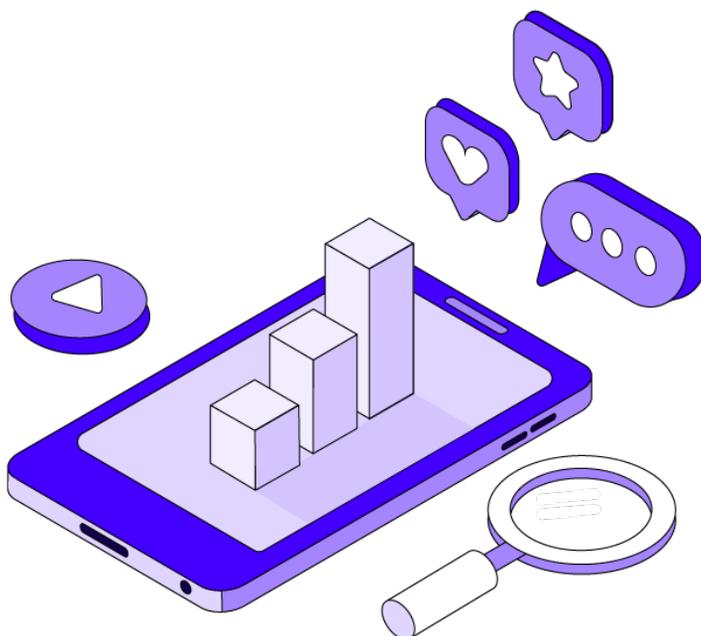
Немного отстает от него AR (12 из 35).

Продвигаются в TikTok 8 банков, в Likee — только 1.



# Продвижение

## Используемые каналы



● Да ○ Нет

	Google	Yandex	myTarget	Facebook	Instagram	Twitter	СРА-сети	Ссылки на приложение на сайте	Упоминание приложения в соцсетях	Итого каналов	Сумма баллов
Альфа-Банк	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Банк «Открытие»	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Банк Русский Стандарт	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
БТБ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Промсвязьбанк	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Райффайзенбанк	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
«Ренессанс Кредит»	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Росбанк	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Сбербанк	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Тинькофф	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Уралсиб	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	10,0
Ак Барс Банк	●	●	●	●	●	●	○	●	●	8	8,3
Газпромбанк	●	●	●	●	●	○	●	●	●	8	8,3
Зенит Банк	●	●	●	●	●	○	●	●	●	8	8,3

# Продвижение

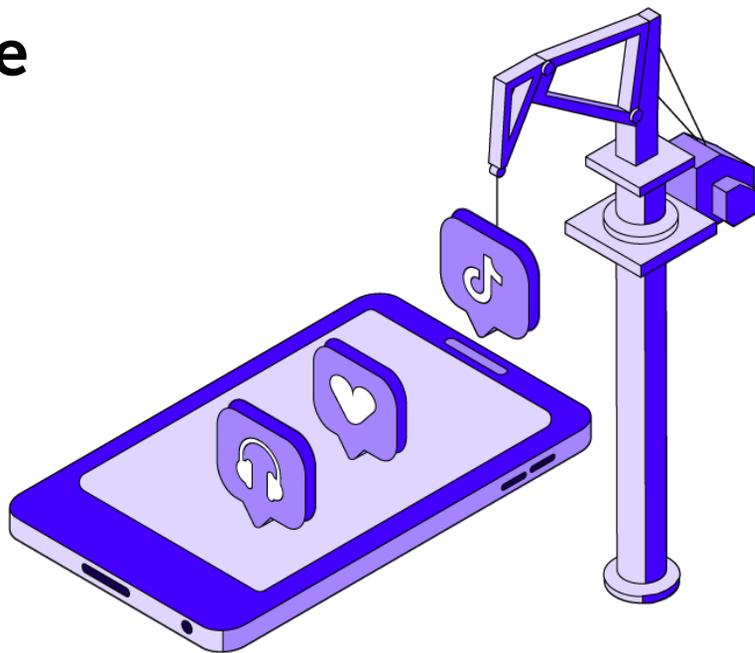
## Используемые каналы

● Да ○ Нет

	Google	Yandex	myTarget	Facebook	Instagram	Twitter	CPA-сети	Ссылки на приложение на сайте	Упоминание приложения в соцсетях	Итого каналов	Сумма баллов
ОТП	●	●	●	●	●	○	●	●	●	8	8,3
Почта Банк	○	●	●	●	●	●	●	●	●	8	8,3
Россельхозбанк	○	●	●	●	●	●	●	●	●	8	8,3
Хоум Кредит Банк	●	●	●	●	●	○	●	●	●	8	8,3
Citibank	●	●	●	●	●	●	○	●	●	8	8,3
Авангард	●	●	○	●	●	●	○	●	●	7	6,7
Банк Казани	●	●	●	●	●	○	○	●	●	7	6,7
Локо Банк	●	●	●	○	●	○	●	●	●	7	6,7
МКБ	●	○	○	●	●	●	●	●	●	7	6,7
Банк «Санкт-Петербург»	○	○	○	●	●	●	●	●	●	6	5,0
СКБ Банк	○	●	●	●	●	○	○	●	●	6	5,0
БКС	●	●	●	●	○	○	○	●	○	5	3,3
Банк «Восточный»	○	○	○	●	●	●	○	●	●	5	3,3
ЮниКредит Банк	○	●	○	○	○	●	●	●	●	5	3,3
Банк «Левобережный»	○	○	○	●	●	○	○	●	●	4	1,7
МИнБанк	●	●	○	○	○	○	○	●	●	4	1,7
РНКБ	●	●	○	○	○	○	○	●	●	4	1,7
СМП Банк	○	○	●	●	○	●	○	●	●	4	1,7
Кредит Европа Банк	○	○	○	○	●	○	○	●	●	3	0,0
Металлинвестбанк	○	○	○	○	○	○	○	●	●	3	0,0
Новикомбанк	●	●	○	○	○	○	○	●	○	3	0,0

# Продвижение

## Новые каналы



● Да ○ Нет

	TikTok	Likee	Podcasts	AR (маски)	Итого новых методов	Сумма баллов
Сбербанк	●	●	●	●	4	5,0
Альфа-Банк	●	○	●	●	3	3,8
ВТБ	●	○	●	●	3	3,8
Райффайзенбанк	●	○	●	●	3	3,8
Росбанк	●	○	●	●	3	3,8
Тинькофф	●	○	●	●	3	3,8
Газпромбанк	●	○	●	●	3	3,8
Банк «Открытие»	●	○	●	○	2	2,5
«Ренессанс Кредит»	○	○	●	●	2	2,5
Почта Банк	○	○	●	●	2	2,5
МКБ	○	○	●	●	2	2,5
Ак Барс Банк	○	○	○	●	1	1,3
ОТП	○	○	●	○	1	1,3
Хоум Кредит Банк	○	○	○	●	1	1,3
Citibank	○	○	●	○	1	1,3

# Продвижение

## Новые каналы

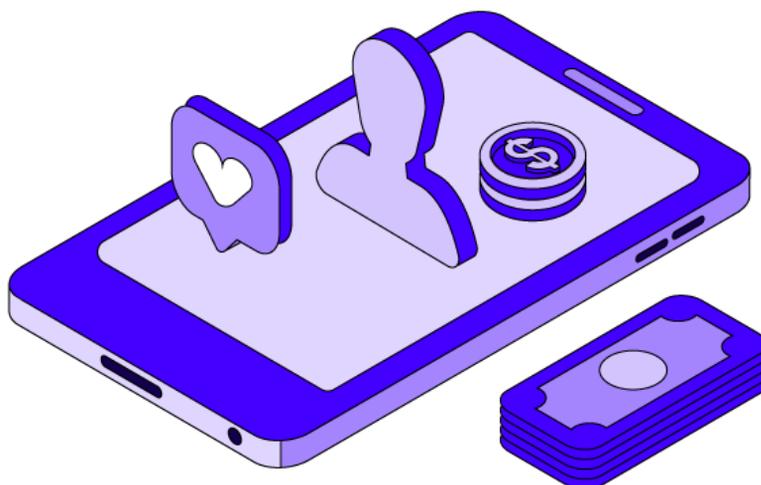
● Да ○ Нет

	TikTok	Likee	Podcasts	AR (маски)	Итого новых методов	Сумма баллов
БКС	○	○	●	○	1	1,3
ЮниКредит Банк	○	○	●	○	1	1,3
Металлинвестбанк	○	○	●	○	1	1,3
Банк Русский Стандарт	○	○	●	○	1	1,3
Промсвязьбанк	○	○	○	○	0	0,0
Уралсиб	○	○	○	○	0	0,0
Зенит Банк	○	○	○	○	0	0,0
Россельхозбанк	○	○	○	○	0	0,0
Авангард	○	○	○	○	0	0,0
Банк Казани	○	○	○	○	0	0,0
Локо Банк	○	○	○	○	0	0,0
Банк «Санкт-Петербург»	○	○	○	○	0	0,0
СКБ Банк	○	○	○	○	0	0,0
Банк «Восточный»	○	○	○	○	0	0,0
Банк «Левобережный»	○	○	○	○	0	0,0
МИНБанк	○	○	○	○	0	0,0
РНКБ	○	○	○	○	0	0,0
СМП Банк	○	○	○	○	0	0,0
Кредит Европа Банк	○	○	○	○	0	0,0
Новикомбанк	○	○	○	○	0	0,0



# Продвижение

## Сторис в приложении



● Да = 10 баллов

○ Нет = 0 баллов

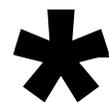
	Наличие	In-app	Наличие сторис с контентом, не являющимся рекламой банковских продуктов	Сумма баллов, max – 30	Сумма баллов, max - 5
Банк «Открытие»	●	●	●	30	5,0
Банк Русский Стандарт	●	●	●	30	5,0
Промсвязьбанк	●	●	●	30	5,0
Райффайзенбанк	●	●	●	30	5,0
«Ренессанс Кредит»	●	●	●	30	5,0
Росбанк	●	●	●	30	5,0
Сбербанк	●	●	●	30	5,0
Тинькофф	●	●	●	30	5,0
Хоум Кредит Банк	●	●	●	30	5,0
МКБ	●	●	●	30	5,0
БКС	●	●	●	30	5,0
РНКБ	●	●	●	30	5,0
Почта Банк	●	●	○	20	3,3
Россельхозбанк	●	●	○	20	3,3
Citibank	○	●	●	20	3,3

# Продвижение

## Сторис в приложении

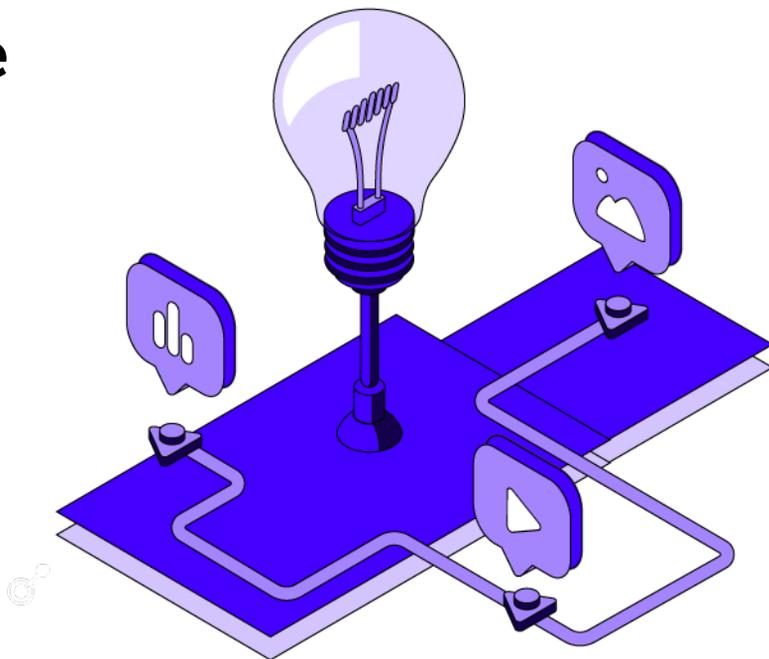
● Да = 10 баллов    ○ Нет = 0 баллов

	Наличие	In-app	Наличие сторис с контентом, не являющимся рекламой банковских продуктов	Сумма баллов, max - 30	Сумма баллов, max - 5
Банк Казани	●	○	●	20	3,3
Локо Банк	●	●	○	20	3,3
СКБ Банк	●	●	○	20	3,3
Альфа-Банк	●	●	○	20	3,3
Новикомбанк	●	○	●	20	3,3
Уралсиб	●	○	○	10	1,7
Газпромбанк	○	○	●	10	1,7
Банк «Санкт-Петербург»	○	○	●	10	1,7
ВТБ	○	○	○	0	0,0
Ак Барс Банк	○	○	○	0	0,0
Зенит Банк	○	○	○	0	0,0
ОТП	○	○	○	0	0,0
Авангард	○	○	○	0	0,0
Банк «Восточный»	○	○	○	0	0,0
ЮниКредит Банк	○	○	○	0	0,0
Банк «Левобережный»	○	○	○	0	0,0
МИНБанк	○	○	○	0	0,0
СМП Банк	○	○	○	0	0,0
Кредит Европа Банк	○	○	○	0	0,0
Металлинвестбанк	○	○	○	0	0,0



# Продвижение

Качество креативов



	Разнообразие подходов	Наличие призыва к действию	Соответствие брендбуку	Этичность подходов	Итого качество креативов	Сумма баллов
<i>Максимальное количество баллов</i>	5	5	5	5	20	5
Райффайзенбанк	5	4	5	5	19	5,0
Сбербанк	5	4	5	5	19	5,0
Альфа-Банк	5	3	5	5	18	4,6
Банк «Открытие»	5	3	5	5	18	4,6
Почта Банк	5	4	4	5	18	4,6
РНКБ	5	3	5	5	18	4,6
СКБ Банк	4	4	5	5	18	4,6
БКС	5	4	3	5	17	4,2
Тинькофф	5	3	4	5	17	4,2
МКБ	5	1	5	5	16	3,8
Ренессанс Кредит	4	3	4	5	16	3,8
ВТБ	4	3	3	5	15	3,3
Citibank	4	2	4	5	15	3,3
Хоум Кредит Банк	4	3	3	5	15	3,3

# Продвижение

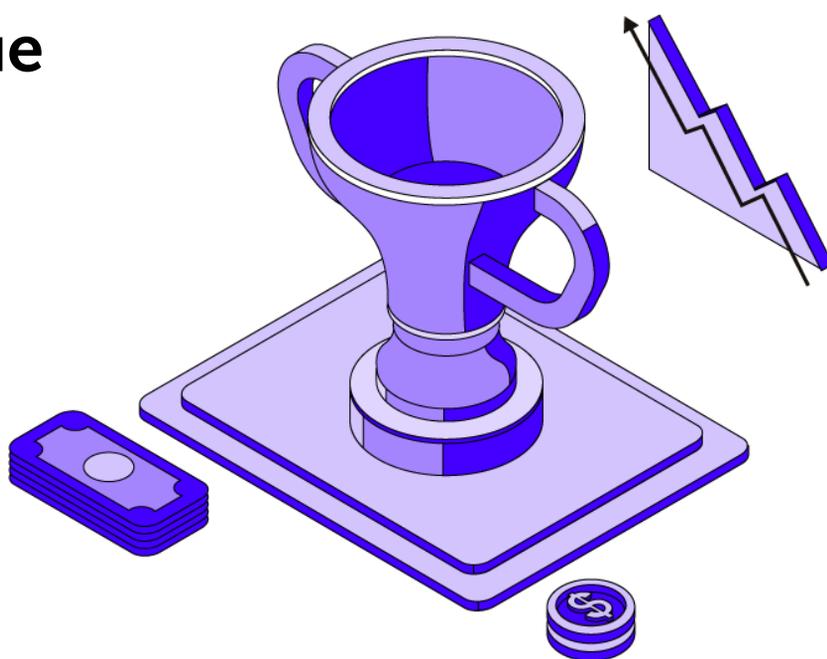
## Качество креативов

	Разнообразие подходов	Наличие призыва к действию	Соответствие бренду	Этичность подходов	Итого качество креативов	Сумма баллов, max – 5
Зенит Банк	4	1	4	5	14	2,9
Промсвязьбанк	3	2	4	5	14	2,9
Росбанк	4	0	5	5	14	2,9
Россельхозбанк	1	3	5	5	14	2,9
Газпромбанк	4	2	2	5	13	2,5
ОТП	4	0	4	5	13	2,5
Локо Банк	3	1	4	5	13	2,5
Уралсиб	3	1	4	5	13	2,5
Ак Барс Банк	4	0	3	5	12	2,1
Банк «Санкт-Петербург»	3	3	1	5	12	2,1
Банк «Восточный»	4	1	2	5	12	2,1
МИНБанк	1	3	3	5	12	2,1
Банк Русский Стандарт	4	0	1	5	10	1,3
Кредит Европа Банк	2	0	1	5	8	0,4
Авангард	2	0	0	5	7	0,0
Банк Казани	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0,0
Банк «Левобережный»	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0,0
Новикомбанк	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0,0
Металлинвестбанк	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0,0
СМП Банк	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0,0
ЮниКредит Банк	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0,0



# Продвижение

Итоги раздела



	Каналы, в баллах	Новые каналы, в баллах	Сторис, в баллах	Креативы, в баллах	Сумма баллов
<i>Максимально количество баллов</i>	<i>10</i>	<i>5</i>	<i>5</i>	<i>5</i>	<i>25</i>
Сбербанк	10,0	5,0	5,0	5,0	25,0
Райффайзенбанк	10,0	3,8	5,0	5,0	23,8
Тинькофф	10,0	3,8	5,0	4,2	22,9
Банк «Открытие»	10,0	2,5	5,0	4,6	22,1
Росбанк	10,0	3,8	5,0	2,9	21,7
Ренессанс Кредит	10,0	2,5	5,0	3,8	21,3
Альфа-Банк	10,0	3,8	1,7	4,6	20,0
Почта Банк	8,3	2,5	3,3	4,6	18,8
Хоум Кредит Банк	8,3	1,3	5,0	3,3	17,9
Промсвязьбанк	10,0	0,0	5,0	2,9	17,9
МКБ	6,7	2,5	5,0	3,8	17,9
ВТБ	10,0	3,8	0,0	3,3	17,1
Citibank	8,3	1,3	3,3	3,3	16,3
Газпромбанк	8,3	3,8	1,7	2,5	16,3

# Продвижение

## Итоги раздела

	Каналы, в баллах	Новые каналы, в баллах	Сторис, в баллах	Креативы, в баллах	Сумма баллов
Банк Русский Стандарт	10,0	0,0	5,0	1,3	16,3
Россельхозбанк	8,3	0,0	3,3	2,9	14,6
Уралсиб	10,0	0,0	1,7	2,5	14,2
БКС	3,3	1,3	5,0	4,2	13,8
СКБ Банк	5,0	0,0	3,3	4,6	12,9
Локо Банк	6,7	0,0	3,3	2,5	12,5
ОТП	8,3	1,3	0,0	2,5	12,1
Ак Барс Банк	8,3	1,3	0,0	2,1	11,7
РНКБ	1,7	0,0	5,0	4,6	11,3
Зенит Банк	8,3	0,0	0,0	2,9	11,3
Банк Казани	6,7	0,0	3,3	0,0	10,0
Банк «Санкт-Петербург»	5,0	0,0	1,7	2,1	8,8
Авангард	6,7	0,0	0,0	0,0	6,7
Банк «Восточный»	3,3	0,0	0,0	2,1	5,4
ЮниКредит Банк	3,3	1,3	0,0	0,0	4,6
МИНБанк	1,7	0,0	0,0	2,1	3,8
Новикомбанк	0,0	0,0	3,3	0,0	3,3
Банк «Левобережный»	1,7	0,0	0,0	0,0	1,7
СМП Банк	1,7	0,0	0,0	0,0	1,7
Металлинвестбанк	0,0	1,3	0,0	0,0	1,3
Кредит Европа Банк	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4



# Продвижение

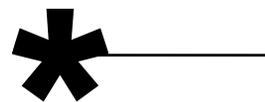
Аналитическая справка



Мы опросили экспертов по вопросам продвижения мобильного приложения: какие каналы лучше использовать для этой задачи?

- Банки **редко рекламируют приложение как отдельный продукт**. Эксперты говорили, что приложение как таковое не может привести значимую долю клиентов: скорее всего, последние идут за продуктом.
- В контексте обсуждения продвижения превалировал тезис «лучший канал тот, который эффективно достигает нужную аудиторию». Каждый банк имеет свою специфику и соответствующие ей аудитории и каналы привлечения. Например, в некоторых банках привлечение новых клиентов происходит чуть ли не исключительно через зарплатные проекты.
- **Digital-маркетинг — дорогой канал привлечения** новых клиентов для небольших банков. Этим же и обосновывается редкость новых методов продвижения (TikTok, Likee, AR, Подкасты).
- Продвижение понималось экспертами и как **увеличение лояльности клиентов** через пользовательский опыт. Здесь в ход идут изменения интерфейсов: in-app баннеры, сторис, push-уведомления, персонализация (в т.ч. основанная на поведенческих паттернах), кастомизация продуктов, обучающие материалы. Во многом они направлены на разрушение барьера «не понимаю, как работает банковский продукт, поэтому не пользуюсь». Особенно это актуально для инвестиций и кредитных продуктов.
- Из развивающихся трендов эксперты отметили **растущую роль поддержания бренда** работодателя. В эту же категорию попали стратегии **продвижения на молодую аудиторию** в Instagram и TikTok. И сюда же эксперты отнесли **интеграцию чатов и повышение эмоционального компонента** в ходе взаимодействия между клиентами. **Удержание пользователя — превыше всего.**

# Краткий анализ креативной коммуникации



После анализа креативной коммуникации — рекламных креативов для всех банков за последние четыре месяца — удалось вывести плюсы и минусы для каждого из креативов.

Наиболее распространенными **плюсами** стали яркие контрастные цвета, крупный читабельный текст и четко сформулированное, понятное УТП. Эти плюсы встречались практически в каждой рекламе банковского продукта.

Реже встречались такие плюсы, как призыв к действию, крупный заголовок, информативное изображение, креативное решение и точное попадание в ЦА.

Среди преимуществ, которые попадались очень редко в рекламе банков, оказались запоминающийся визуал, наличие юмора в креативе, событийный баннер, понятное продуктовое предложение, присутствие медийного героя, современные визуальные приемы, узнаваемость бренда и ситуационный креатив.

Встречались в единичных рекламных постах такие плюсы, как наличие UGC подхода (мимикрия под пользовательский контент), выделение главного посыла и хорошая работа с типографикой.

Наиболее распространенными **минусами** оказались отсутствие призыва к действию в рекламе и мелкий, плохо читаемый текст.

Менее распространенными минусами стали перегруженный баннер, непонятное УТП или его отсутствие, незапоминающийся визуал и чрезмерное количество информации в креативе.

Несколько реже встречались такие недостатки, как плохо узнаваемый бренд и отсутствие условий по банковскому продукту.

Среди минусов, которые единожды встретились в рекламных постах, оказались неудачное выравнивание (ломает композицию), цвет не по брендбуку, отсутствие кнопки, слияние карты с фоном, использование дефиса вместо тире, избыток пустого пространства, отсутствие брендирования, нарушение правила интерлиньяжа, не сразу считывается посыл, плохо различимый подзаголовок, неестественные эмоции на лице героя и несоблюдение safe zones.

# Краткий анализ креативной коммуникации

Мы собрали результаты двух прошлых рейтингов, привели их к процентам от числа приложений, по которым были данные, сравнили с результатами исследования этого года и заметили, что банки стали **реже**:

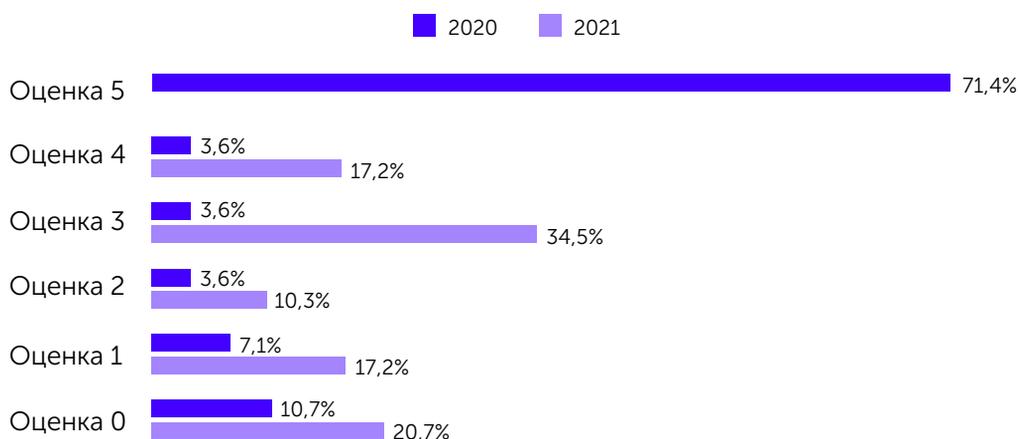
- призывать к действиям в своей рекламе
- соблюдать соответствие брендбуку

и стали значительно **чаще**:

- продвигать этические и не рискованные креативы.

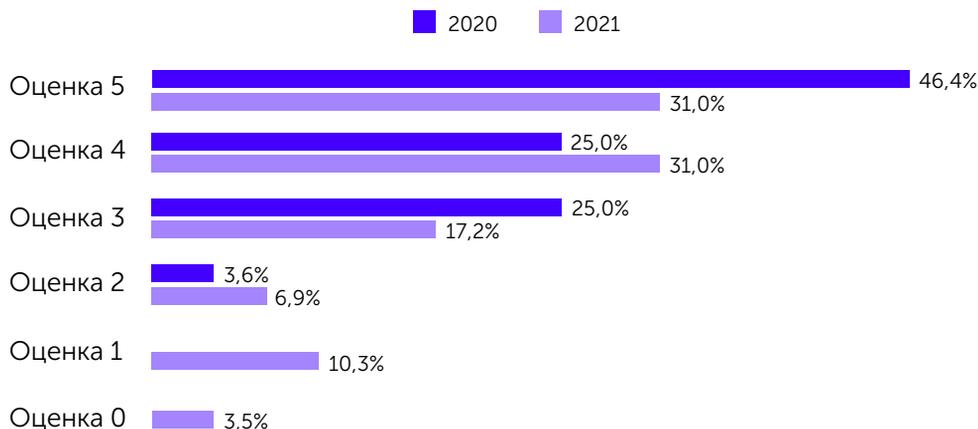
## Динамика оценок по наличию призыва к действию

в % от числа приложений, по которым есть данные



## Динамика оценок по соответствию брендбуку

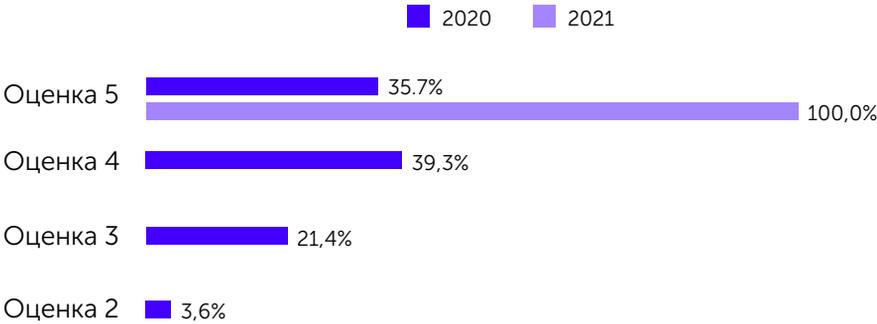
в % от числа приложений, по которым есть данные

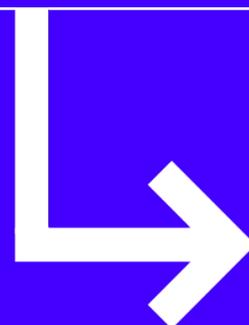


# Краткий анализ креативной коммуникации

## Динамика оценок креативов по рискованности / этичности подходов

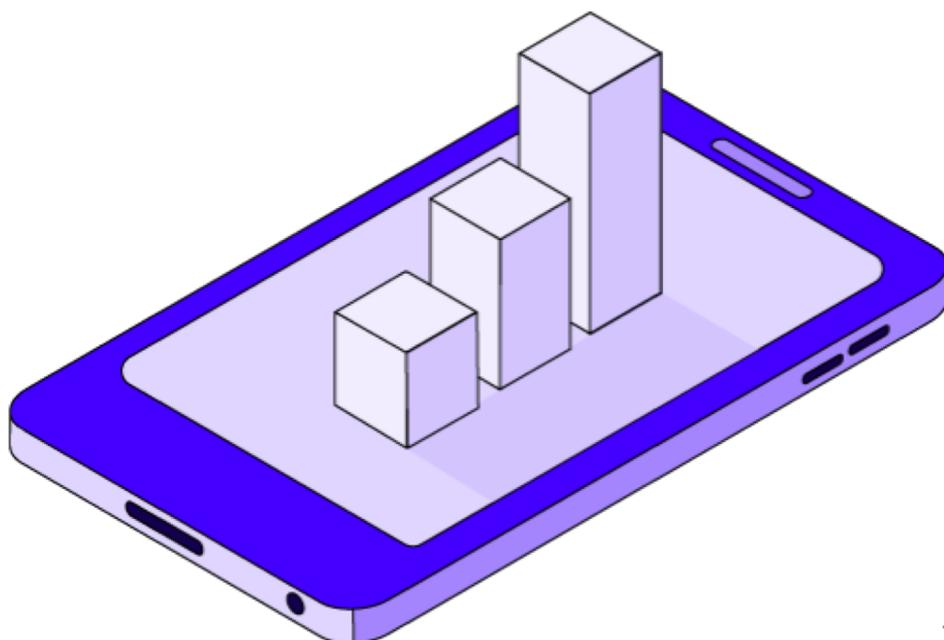
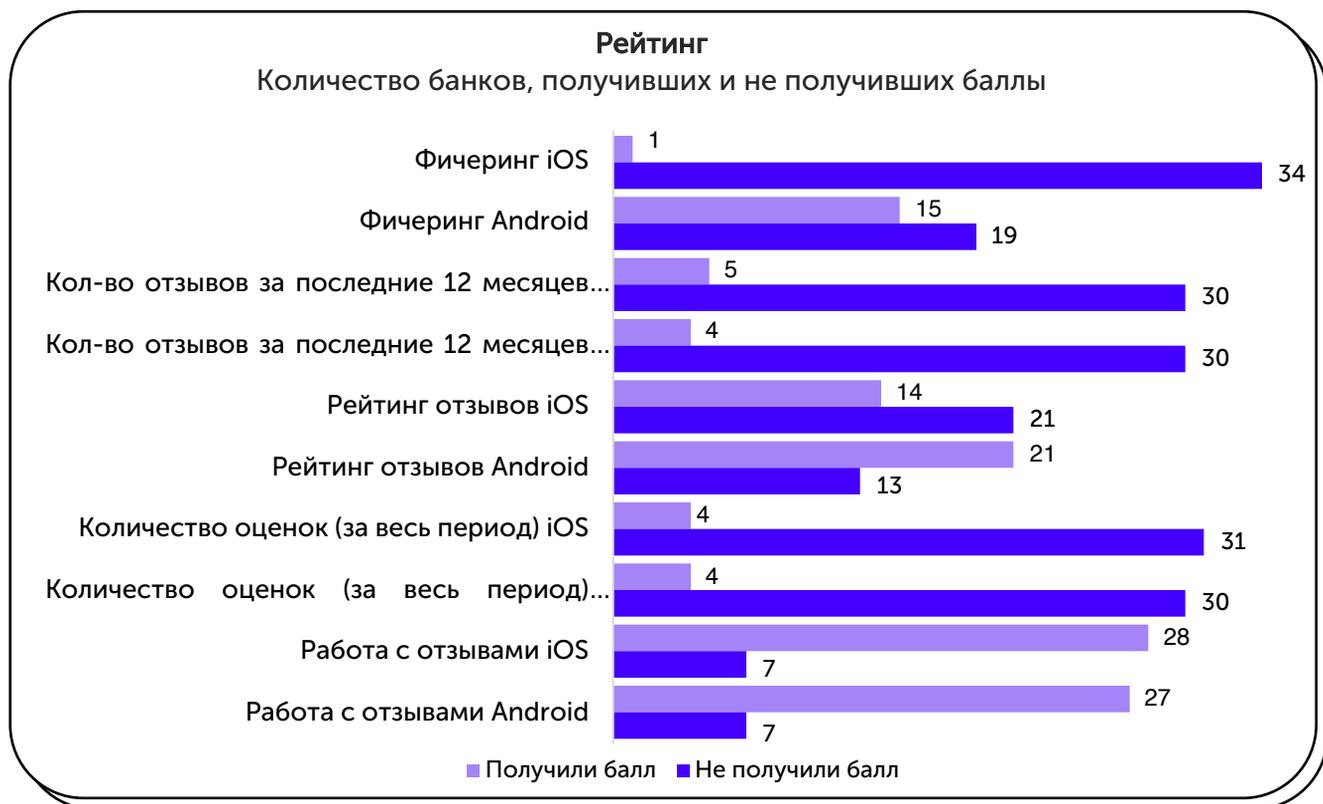
в % от числа приложений, по которым есть данные





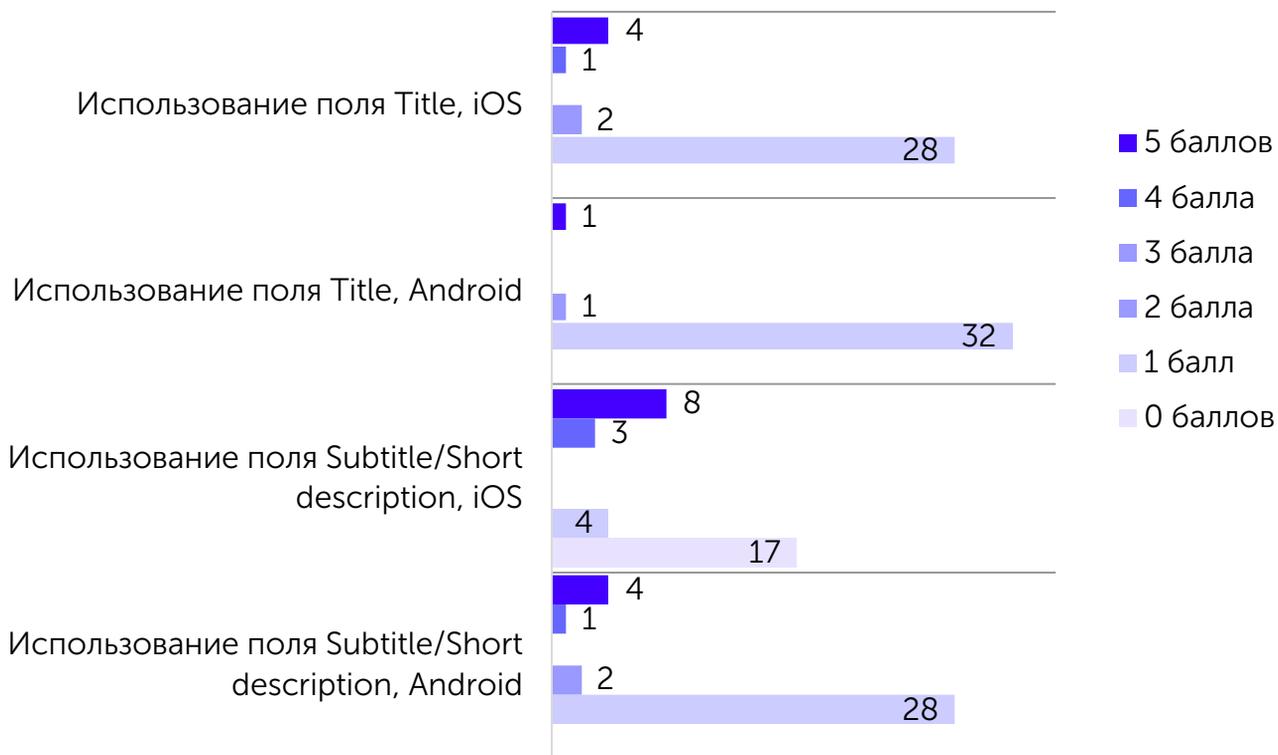


ASO (App Store Optimization) — то, что помогает мобильному приложению стать заметнее в Google Play и App Store и превратить просмотр карточки приложения в скачивание.

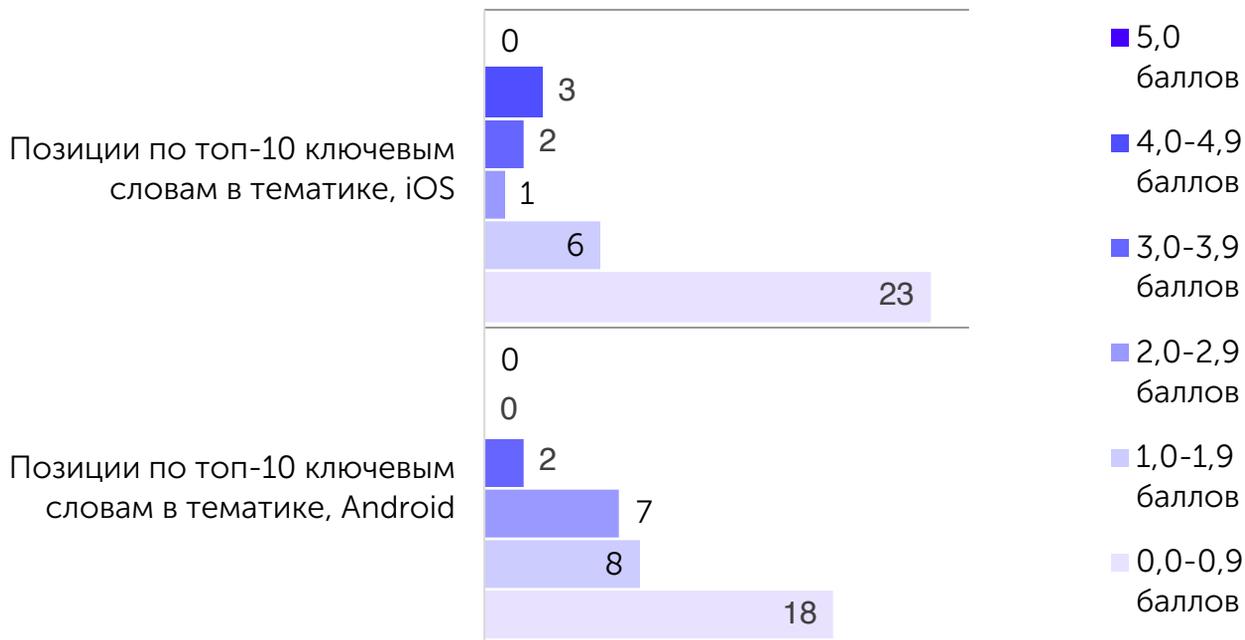


## Текстовая оптимизация: поля Title и Subtitle

Количество банков, получивших оценку



## Текстовая оптимизация: позиции по топ-10 ключевым словам в тематике, Количество банков, получивших оценку



### Визуальная оптимизация

Количество банков, получивших баллы





## Итоги

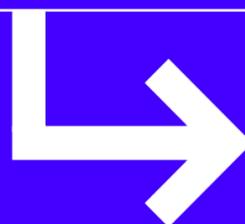
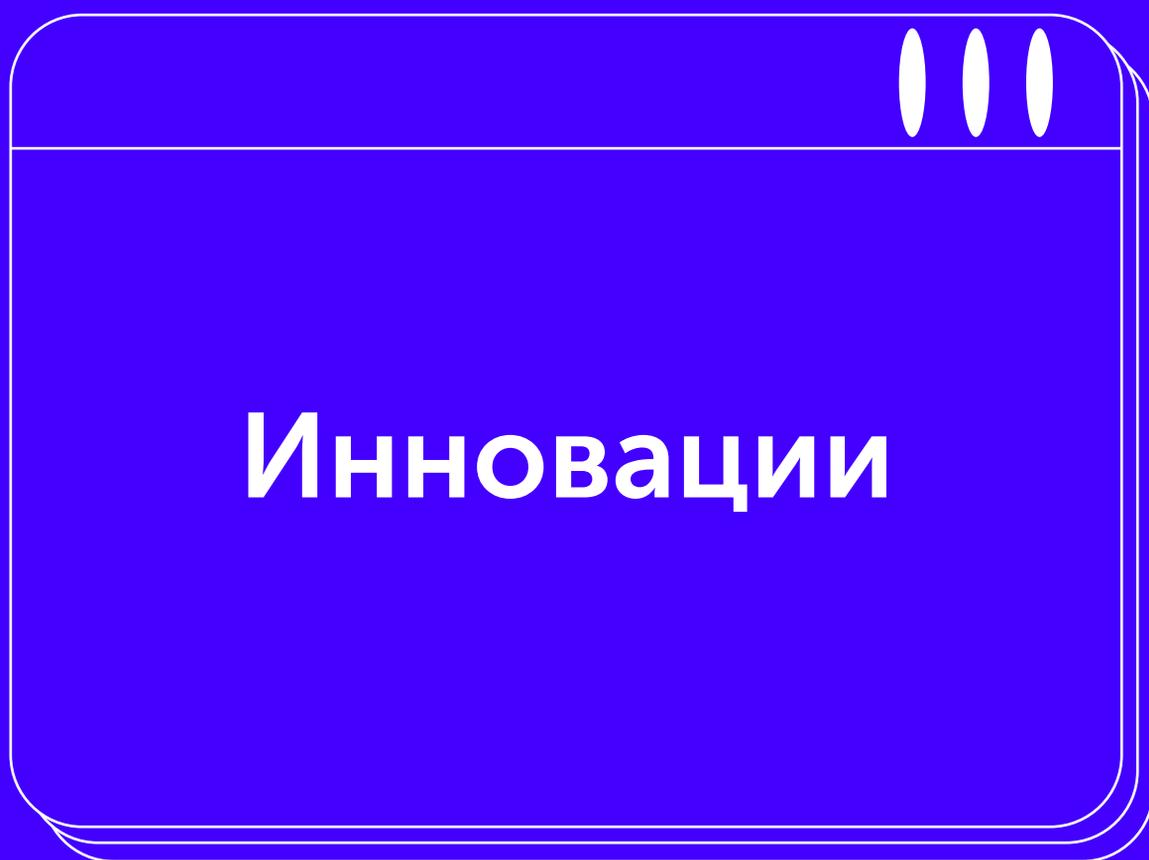
Суммировав все баллы по составляющим ASO, мы нормализовали баллы для итогового рейтинга до 5.

Лидером рейтинга стал **Сбербанк**, набрав 38 баллов.

Низкие баллы у **РНКБ** и **СМП Банка**, они набрали по 5 баллов. Низкий балл РНКБ объясняется отсутствием приложения в Google Play.

В среднем приложения банков получили в данном рейтинге 2,3 балла из 5. Это говорит о «зоне роста» для банков в сторсах: большая часть банков получила низкие баллы за текстовую оптимизацию.

Банк	Рейтинг	Текстовая оптимизация	Визуальная оптимизация	Сумма баллов	Балл для итогового рейтинга, max – 5
Сбербанк	9	20	9	38	5,0
Райффайзенбанк	5	22	9	36	4,7
Тинькофф	9	20	6	35	4,5
Альфа-Банк	8	19	7	34	4,4
ВТБ	7	21	5	33	4,2
Хоум Кредит Банк	5	16	9	30	3,8
Банк «Открытие»	4	17	8	29	3,7
Банк Русский Стандарт	4	18	7	29	3,6
ОТП	4	13	8	25	3,1
Россельхозбанк	5	11	8	24	2,9
Ак Барс Банк	4	11	9	24	2,9
Почта Банк	3	11	8	22	2,5
МКБ	4	9	8	21	2,5
Уралсиб	3	10	8	21	2,4
БКС	3	8	8	19	2,1
Промсвязьбанк	4	6	8	18	2,0
Банк «Левобережный»	1	11	6	18	2,0
Банк «Санкт-Петербург»	4	8	6	18	2,0
Газпромбанк	3	7	8	18	2,0
Новикомбанк	4	7	7	18	2,0
Росбанк	3	7	8	18	2,0
СКБ-Банк	4	7	7	18	2,0
«Ренессанс Кредит»	4	8	5	17	1,8
Локо Банк	2	8	7	17	1,7
Банк Казани	3	7	5	15	1,5
Банк «Восточный»	1	7	6	14	1,4
Зенит Банк	4	6	4	14	1,4
ЮниКредит Банк	2	8	3	13	1,3
Citibank	2	3	8	13	1,2
Авангард	1	8	4	13	1,2
Кредит Европа Банк	3	6	3	12	1,0
Металлинвестбанк	0	5	3	8	0,5
МИнБанк	0	4	3	7	0,3
РНКБ	1	2	2	5	0
СМП Банк	0	3	2	5	0





## Наличие инноваций в банковских приложениях



За данный раздел максимально можно было получить 20 баллов. Итоговый балл, на основе которого составлялся рейтинг, рассчитывался как простая сумма баллов по показателям раздела. Средний балл за раздел – 15 (при максимальных 20).

Больше половины (27/35) банков используют 3 и более инноваций в своих приложениях.

14 банков используют все 5 инноваций, получили максимум баллов и стали лидерами раздела: Ак Барс Банк, Альфа-Банк, Банк «Открытие», Банк Русский Стандарт, ВТБ, Почта Банк, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк, РНКБ, Россельхозбанк, Сбербанк, Тинькофф, Хоум Кредит Банк, ЮниКредит Банк.

Внедрили только одну инновацию в свои приложения Газпромбанк и Citibank (4 балла).



# ИННОВАЦИИ

## Итоги раздела

	Использование искусственного интеллекта, в баллах	Виртуальный ассистент, в баллах	Коллаборации с другими сервисами, в баллах	Биометрия, в баллах	Оповещения о мошенничестве, страхование от мошенничества, в баллах	Сумма баллов
Ак Барс Банк*	4	4	4	4	4	20
Альфа-Банк*	4	4	4	4	4	20
Банк «Открытие»*	4	4	4	4	4	20
Банк Русский Стандарт*	4	4	4	4	4	20
ВТБ	4	4	4	4	4	20
Почта Банк	4	4	4	4	4	20
Промсвязьбанк*	4	4	4	4	4	20
Райффайзенбанк*	4	4	4	4	4	20
РНКБ*	4	4	4	4	4	20
Россельхозбанк	4	4	4	4	4	20
Сбербанк*	4	4	4	4	4	20
Тинькофф*	4	4	4	4	4	20
Хоум Кредит Банк*	4	4	4	4	4	20
ЮниКредит Банк*	4	4	4	4	4	20
БКС	4	4	0	4	4	16
МКБ*	4	0	4	4	4	16
ОТП	0	4	4	4	4	16
«Ренессанс Кредит»	0	4	4	4	4	16
Росбанк*	4	0	4	4	4	16
СКБ Банк	4	4	0	4	4	16
Уралсиб*	4	0	4	4	4	16
Банк «Левобережный»	4	0	0	4	4	12
Банк «Санкт-Петербург»*	0	0	4	4	4	12
Банк «Восточный»	0	4	0	4	4	12
Зенит Банк*	4	0	0	4	4	12
Кредит Европа Банк	0	0	4	4	4	12
Локо Банк	0	4	0	4	4	12
Новикомбанк*	0	0	4	4	4	12
Авангард*	0	0	0	4	4	8
Банк Казани*	0	0	0	4	4	8
Московский Индустриальный Банк	0	0	0	4	4	8
СМП Банк	0	0	0	4	4	8
Металлинвестбанк	0	0	0	4	4	8
Газпромбанк*	0	0	0	0	4	4
Citibank*	0	0	0	4	0	4



Мы спросили экспертов про значимые инновации в мобильном банкинге за последний год. Несмотря на широту определения понятия «Инновации» и дискуссии о временном горизонте, мы получили список значимых для индустрии новинок.

- Тренды в маркетинге попали в список инноваций и оказались там на первых позициях. Среди них эксперты часто называли переход на **трекинг LTV** как ключевой KPI маркетинговых кампаний. Другой важный инструмент — **коллаборации банков и нефинансовых организаций** в приложениях. Обычно они воплощены в формате персонализированной рекламы и партнерских программ (предоставление скидок), а также в интеграциях нефинансового функционала в приложения.
- На стыке маркетинговых и технологических инноваций стоит отметить тренд на **разработку супераппов**: они одновременно представляют новую технологическую парадигму и позволяют жить упомянутым интеграциям в приложениях. Использование поведенческих, региональных и других специфических параметров и ML-based моделей тоже активно применяется в мобильном банкинге для продвижения приложений и удержания клиентов.
- Из технологических инноваций эксперты отмечали большое влияние **Системы Быстрых Платежей (СБП)** на развитие отрасли, а также постепенное внедрение **Единой Биометрической Системы (ЕБС)**. Пожалуй, самая «настоящая» технологическая инновация из всех названных экспертами — это продвинутый персонализированный финансовый менеджмент, осуществляемый прямо в приложении. Согласно этой концепции, банк подсказывает подходящие клиенту решения и ассистирует ему в ведении финансов.
- Одной из главных деталей, по мнению экспертов, является процесс внедрения и сопровождения инноваций. **Нельзя «выкатывать»** решения — это влечет за собой риск игнорирования со стороны клиента. Поэтому клиента **необходимо сопровождать** по пути использования новых сервисов/функций вне зависимости от преимуществ и репутации инновации. Если клиент не понимает, как функция поможет решить его проблему, а банк не объясняет важность, то клиент останется несчастным, а инновация — невостребованной.



**Данил Поминов**

Digital-обозреватель  
журнала «Банковское обозрение»

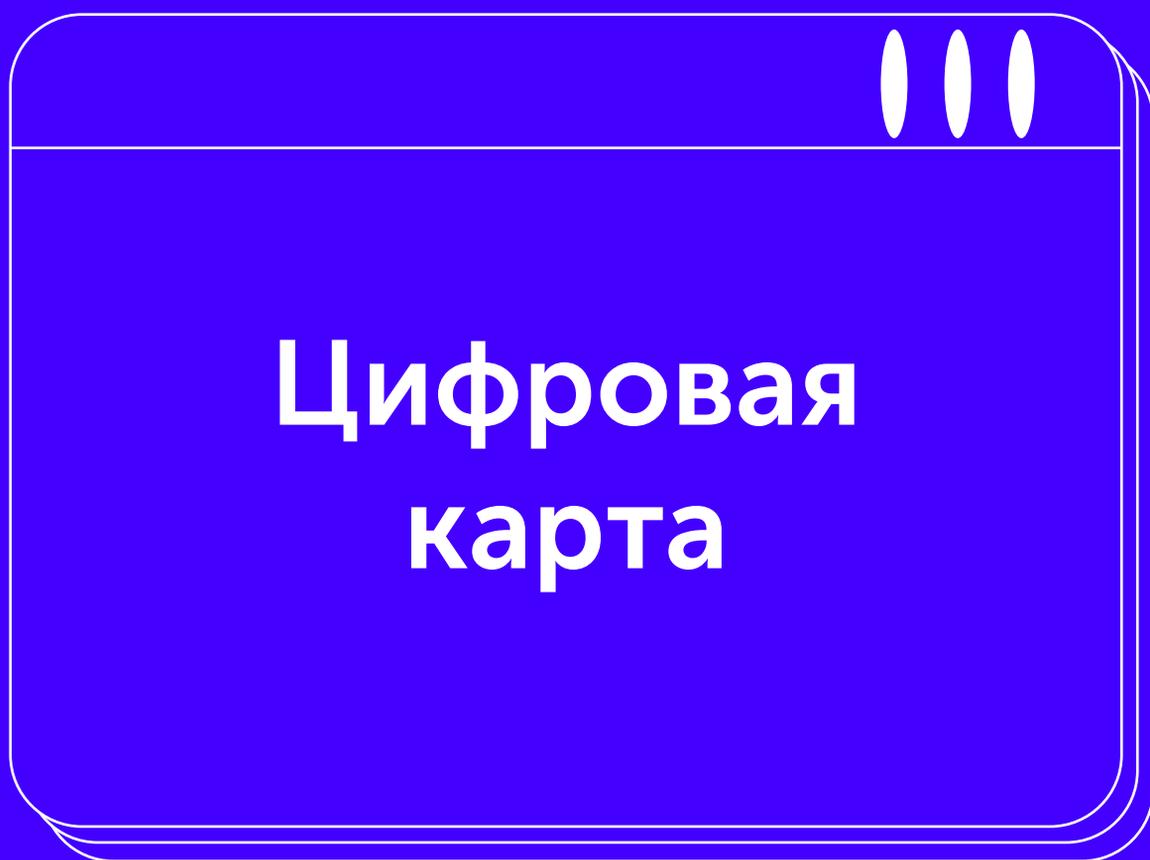
«Банк "Санкт-Петербург" выпустил новый мобильный банк "БСПБ 2021", и сделал акцент, что это приложение — не суперрапп. Хотя это прозвучало несколько вопреки тренду, но у меня, честно говоря, подобная концепция отозвалась. Я горячо люблю Тинькофф, можно сказать, евангелист этого банка. Но "космический корабль", в который превращается его приложение, в последнее время скорее раздражает.

В идеале я бы хотел иметь 2 приложения: одно про банкинг, второе про лайфстайл. Когда мне нужно выполнить четко свои финансовые задачи, я буду обращаться к первому. А когда мне нечем заняться, шопинг, медиа или бонусы свои посмотреть, я бы шел в это большое громоздкое приложение и проводил бы время там.

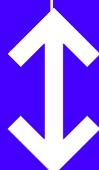
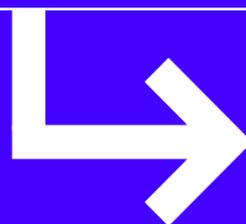
Я захожу в мобильный банк не для того, чтобы посмотреть сторисы. Если я этого захочу, то пойду в инстаграм.

Также есть небольшая тревожность. Это вопрос порядка, финансовой дисциплины: условно, мои деньги должны лежать в кошельке, а не в книге или библиотеке.

Не знаю, много ли таких людей и получит ли эта концепция развитие, но Банк "Санкт-Петербург" имел смелость заявить такое первым, и это хорошо».



**Цифровая  
карта**



# Цифровая карта

## Наличие

Цифровые, или виртуальные карты являются полным аналогом пластиковых карт за исключением одной детали: они не имеют физического носителя. Это имеет ряд преимуществ: такие карты дешевле, их быстрее получать, они стимулируют использование бесконтактных технологий и соответствуют ESG-принципам.

Мы проверили, есть ли в приложениях банков возможность выпуска цифровой карты. Далее в отчете оценка параметров цифровой карты будет производиться лишь по тем приложениям, которые имеют возможность ее выпуска.

### Поддерживают

Есть

**БАНК АВАНГАРД**



**Альфа Банк**



сб > банк



### Нет



За данный раздел можно было получить от 0 до 0,5 балла; чем ниже стоимость, тем выше балл.

# Цифровая карта

## Стоимость выпуска карты



Стоимость выпуска цифровой карты регламентируется тарифами банков так же, как и стоимость других продуктов банка.

При выпуске цифровой карты происходит [экономия 60-70% затрат](#): остаются лишь транзакционные издержки и организационные затраты. Это позволяет банкам снизить стоимость подключения.

Лишь Банк «Открытие» взимает комиссию за выпуск цифровой карты — она составляет 99 рублей. Во всех остальных банках **выпуск виртуальной карты бесплатный**.

# Цифровая карта

Стоимость обслуживания за год

0 руб. в год

**БАНК АВАНГАРД**

**Альфа Банк**

**открытие** Банк

**ВТБ**

**РУССКИЙ СТАНДАРТ  
БАНК**

**БАНК  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

**ГАЗПРОМБАНК**

**ПСБ**

**ПОЧТА БАНК**

**Райффайзен  
БАНК**

**рнкб**

**СБЕР БАНК**

**РОСБАНК**

**скб > банк**

**HOME  
CREDIT  
BANK**

## Платная основа



**ТИНЬКОФФ**

99 руб.  
в ГОД

Кредит **ЕвропаБанк**

499 руб.  
в ГОД

Ак Барс  
Банк



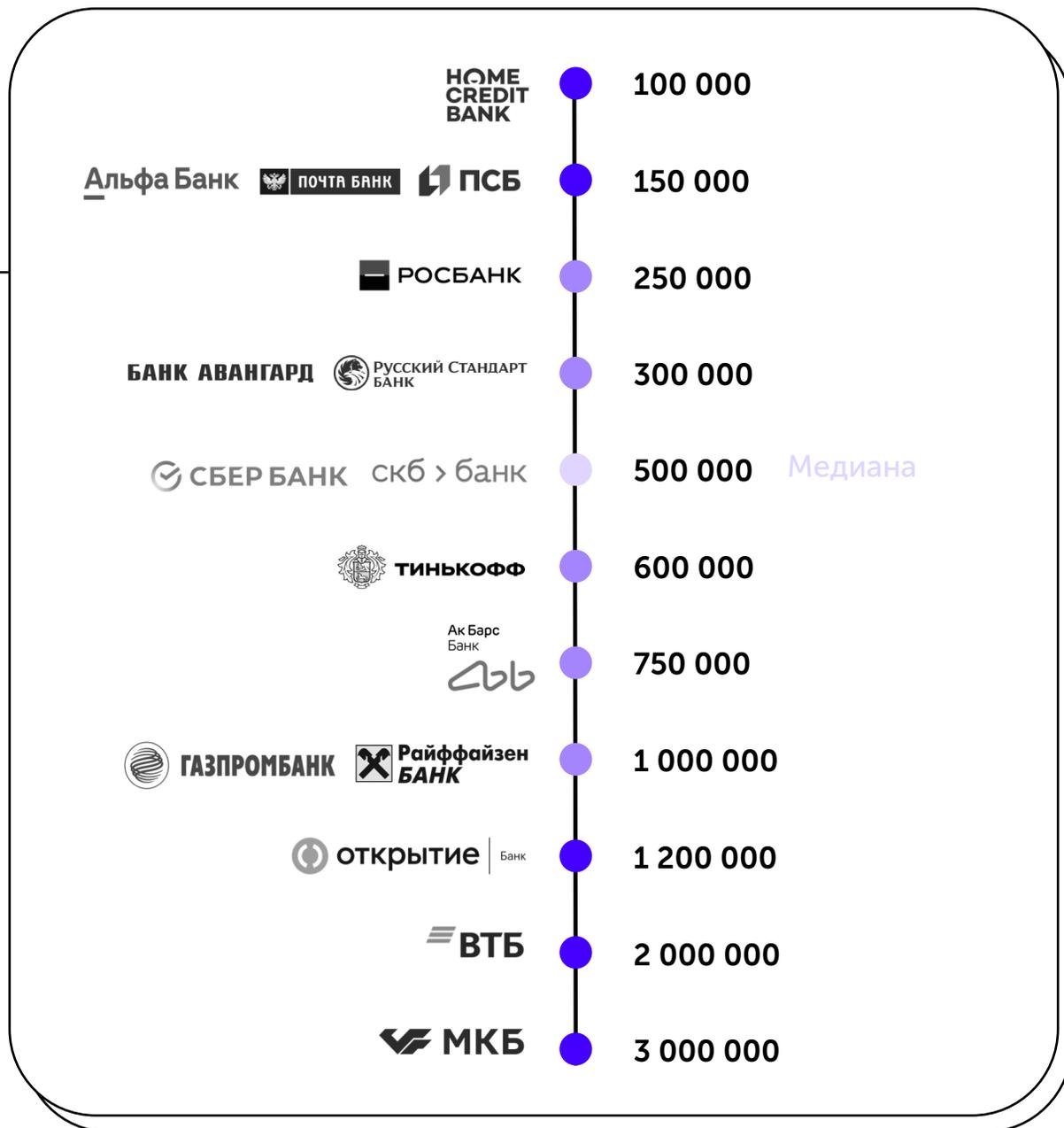
948 руб.  
в ГОД

**МКБ**

1188 руб.  
в ГОД

# Цифровая карта

Лимит на бесплатное снятие наличных в месяц



Нельзя снять с цифровой карты



Кредит ЕвропаБанк

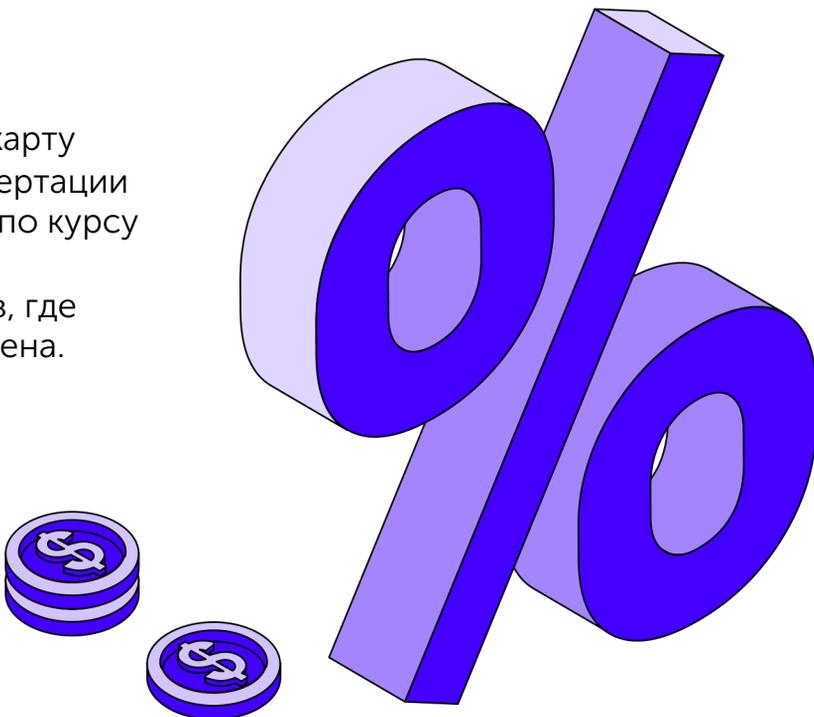
n/a

БАНК САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

# Цифровая карта

## Кешбэк

Кешбэк может вернуться на карту двумя путями: в прямой конвертации накопленных баллов в рубли по курсу 1 балл = 1 рубль или простым накоплением на счету баллов, где конвертация в рубли ограничена.



14

Альфа Банк

открытие Банк

РУССКИЙ СТАНДАРТ  
БАНК

ВТБ

БАНК  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ГАЗПРОМБАНК

Кредит ЕвропаБанк

МКБ

ПОЧТА БАНК

ПСБ

Райффайзен  
БАНК

рнкб

РОСБАНК



ТИНЬКОФФ

HOME  
CREDIT  
BANK

3

Ак Барс  
Банк



СБЕР БАНК

скб > банк

164

# Цифровая карта

## Базовый процент кешбэка

Банк «Санкт-Петербург»	0,5	ВТБ	1,5
Сбербанк	0,5	Райффайзенбанк	1,5
Ак Барс Банк	1	Альфа-Банк	2
Банк Русский Стандарт	1	Банк «Открытие»	2,5
Газпромбанк	1	Росбанк	2,5
Кредит Европа Банк	1	РНКБ	3
МКБ	1	СКБ-Банк	4
Почта Банк	1	Тинькофф	15
Промсвязьбанк	1	Авангард	Нет кешбэка для цифровой карты
Хоум Кредит Банк	1		

## Максимальный процент кешбека

Ак Барс Банк	45,5	Банк «Санкт-Петербург»	18
Росбанк	40	Почта Банк	12
Альфа-Банк	33	РНКБ	10
Банк «Открытие»	30	МКБ	7
Банк Русский Стандарт	30	Промсвязьбанк	7
Газпромбанк	30	Кредит Европа Банк	5
Сбербанк	30	СКБ-Банк	5
Тинькофф	30	Райффайзенбанк	Нет повышенного кешбэка для цифровой карты
Хоум Кредит Банк	30	Авангард	Нет кешбэка для цифровой карты
ВТБ	20		

За данный раздел можно было получить от 0 до 1 балла; чем выше кешбэк, тем выше балл.

# Цифровая карта

## Лимит кешбэка

Банк «Санкт-Петербург»	Нет лимита	Ак Барс Банк	4000
Райффайзенбанк	Нет лимита	Кредит Европа Банк	4000
СКБ-Банк	Нет лимита	РНКБ	4000
ВТБ	300	МКБ	5000
Сбербанк	2000	Промсвязьбанк	5000
Банк «Открытие»	3000	Росбанк	5000
Банк Русский Стандарт	3000	Альфа-Банк	5000
Газпромбанк	3000	Почта Банк	12000
Тинькофф	3000	Авангард	Нет кешбэка для цифровой карты
Хоум Кредит Банк	3000		

# Цифровая карта

## Итоги раздела

Итоговые баллы за секцию «Цифровая карта» были рассчитаны простой суммой набранных баллов. Максимально за этот раздел можно было получить 7 баллов.

Наиболее высокие баллы по цифровым картам оказались у Тинькофф, Росбанка и Райффайзенбанка (5, 4,5 и 4,4 баллов соответственно). Средняя сумма баллов среди рассмотренных банков — 3,9. Медианное значение — 4,0.

Наиболее низкие баллы получили цифровые карты Сбербанка (3,4 балла), Кредит Европа Банка (3,2 балла) и Банка Авангард (2,1 балла). Банки, занимающие последние позиции рейтинга, тянут вниз низкие проценты

	Наличие цифровой карты, в баллах	Стоимость выпуска карты, в баллах	Стоимость обслуживания за год, в баллах	Лимит на бесплатное снятие наличных в месяц, в баллах	Наиболее высокий кешбэк, в баллах	Кешбэк на основные категории / на все расходы по карте, в баллах	Лимит по кешбэку, в баллах	Тип кешбека, в баллах	Сумма баллов
Тинькофф*	1	0,5	0,46	0,17	0,62	1	0,25	1	5,0
Росбанк*	1	0,5	0,5	0,05	0,86	0,14	0,42	1	4,5
Райффайзенбанк*	1	0,5	0,5	0,31	Нет повышенного кешбека для цифровой карты	0,07	1	1	4,4
Банк «Санкт-Петербург»*	1	0,5	0,5	Нет данных	0,32	0	1	1	4,3
Альфа-Банк*	1	0,5	0,5	0,02	0,69	0,10	0,42	1	4,2
Почта Банк	1	0,5	0,5	0,02	0,17	0,03	1	1	4,2
Газпромбанк*	1	0,5	0,5	0,31	0,62	0,03	0,25	1	4,2
ВТБ	1	0,5	0,5	0,66	0,37	0,07	0,00	1	4,1
МКБ*	1	0,5	0,0	1	0,05	0,03	0,42	1	4,0
Банк Русский Стандарт*	1	0,5	0,5	0,07	0,62	0,03	0,25	1	4,0
Хоум Кредит Банк*	1	0,5	0,5	0	0,62	0,03	0,25	1	3,9
Банк «Открытие»*	1	0	0,5	0,38	0,62	0,14	0,25	1	3,9
СКБ-Банк	1	0,5	0,5	0,14	0	0,24	1	0,5	3,9
Ак Барс Банк*	1	0,5	0,1	0,22	1	0,03	0,33	0,5	3,7
РНКБ*	1	0,5	1	Снятие наличных не предусмотрено	0,12	0,17	0,33	1	3,6
Промсвязьбанк*	1	0,5	1	0,02	0,05	0,03	0,42	1	3,5
Сбербанк*	1	0,5	1	0,14	0,62	0	0,17	0,5	3,4
Кредит Европа Банк	1	0,5	0,29	Снятие наличных не предусмотрено	0	0,03	0,33	1	3,2
Авангард*	1	0,5	0,5	0,07	Нет кешбека для цифровой карты				2,1

\*Данные верифицированы банком

\*\*Всего в рейтинге участвуют 35 банков. В этом разделе не оцениваются приложения 16 банков, т.к. они не предлагают такой банковский продукт как цифровая карта.

# Цифровая карта

## Аналитическая справка

Эксперты поделились своими соображениями относительно развития цифровых карт. Мы не задавали спикерам прямой вопрос о будущем карт, многие из них сами упоминали о тенденции перехода с пластика на цифру.

По мнению экспертов, цифровые карты активно распространяются по очевидным причинам: это дешевле и удобнее.

Выпуск традиционных пластиковых карт требует затрат на закупку сырья, большие расходы приходятся на решение логистических вопросов. Открытие цифровых карт является оптимальным технологическим способом воспользоваться продуктом банка. При этом специфика банка не играет большой роли: карты востребованы также и у юридических лиц.

Представители банков, у которых еще не реализована возможность открытия виртуальной карты, рассказали нам в личных беседах, что работают над их внедрением.





**Алена Лапочкина**

Руководитель проектов отдела пользовательских интерфейсов департамента цифрового бизнеса и программ лояльности Новикомбанка

«Интерес к цифровым картам связан с существенным ростом транзакций в e-commerce, растущей привычкой людей расплачиваться смартфонами и общей тенденцией упрощения платежа. Сейчас внимание интерфейсников и разработчиков программного обеспечения сконцентрировано на этом».



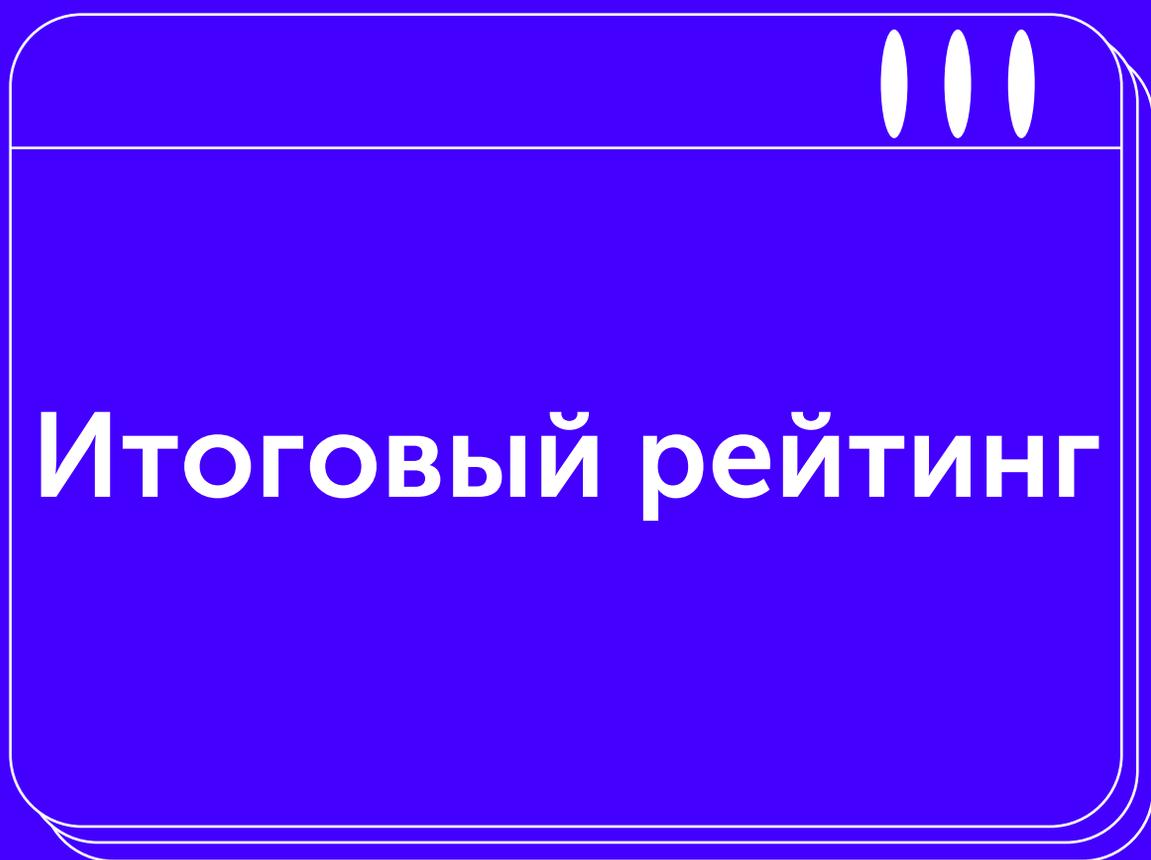
**Евгений Гладилин**

Директор департамента цифрового бизнеса Новикомбанка

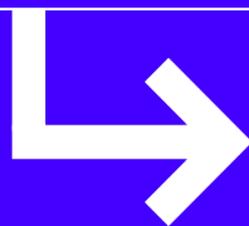
«Очень многие — и мы тоже смотрим в эту сторону — стали переходить в электронную эмиссию. То есть когда карта выпускается не на физическом носителе, выпускается электронная карта, и управление ей также производится в мобильном приложении.

Это удешевление процесса, ускорение выдачи карты, и в принципе сейчас уже большая доля клиентов привыкла оплачивать все смартфонами, и в физическом носителе не такая большая потребность.

Я думаю, что в течение ближайших лет мало у кого пластик будет вызывать чувство, что он очень сильно необходим, и будут все обходиться электронной эмиссией».



# Итоговый рейтинг



# Итоговый рейтинг

Лучший мобильный банк 2021



	Пользователи	Функционал	UX	Продвижение	ASO	Инновации	Цифровая карта	Сумма баллов
Максимальный балл	10	21	12	25	5	20	7	100
Сбербанк	6,3	20	10,7	25	5	20	3,4	90,4
Тинькофф	2,5	21	8,5	22,9	4,5	20	5	84,5
Райффайзенбанк	1,2	16	10,6	23,8	4,7	20	4,4	80,7
Альфа-Банк	2,0	18	12	20	4,4	20	4,2	80,6
Банк «Открытие»	2,4	16	7,2	22,1	3,7	20	3,9	75,3
ВТБ	1,9	15	10,2	17,1	4,2	20	4,1	72,5
Почта Банк	1,1	16	9,5	18,8	2,5	20	4,2	72,0
Росбанк	2,8	16	8,6	21,7	2	16	4,5	71,5
Хоум Кредит Банк	0,4	14	8,1	17,9	3,8	20	3,9	68,1
МКБ	0,0	16	11,4	17,9	2,5	16	4,0	67,8
Ак Барс Банк	1,2	17	9,0	11,7	2,9	20	3,7	65,5
Банк Русский Стандарт	0,9	13,0	7,6	16,3	3,6	20	4,0	65,4
Промсвязьбанк	1,6	13	5,1	17,9	2	20	3,5	63,2

# Итоговый рейтинг

## Лучший мобильный банк 2021

	Пользователи	Функционал	UX	Продвижение	ASO	Инновации	Цифровая карта	Сумма баллов
СКБ-Банк	1,1	18	7,5	12,9	2,0	16	3,9	61,3
Россельхозбанк	1,1	16	6,5	14,6	2,9	20	0	61,1
«Ренессанс Кредит»	0,4	12	7,9	21,3	1,8	16	0	59,5
БКС	1,2	17	8,3	13,8	2,1	16	0	58,4
ОТП	1,9	13	11	12,1	3,1	16	0	57,1
РНКБ	0	12	4,4	11,3	0	20	3,6	51,3
Банк «Санкт-Петербург»	1,1	14	7,6	8,8	2	12	4,3	49,8
Локо Банк	2,2	11	9,8	12,5	1,7	12	0	49,2
Газпромбанк	1,3	16	4,1	16,3	2	4	4,2	47,9
Зенит Банк	1	14	8,2	11,3	1,4	12	0	47,8
ЮниКредит Банк	0,7	14	5,2	4,6	1,3	20	0	45,8
Новикомбанк	4,1	15	8,4	3,3	2	12	0	44,8
Уралсиб	1	9	0,5	14,2	2,4	16	0	43
Кредит Европа Банк	0,2	15	9,6	0,4	1	12	3,2	41,4
Банк Казани	0,2	11	8,2	10,0	1,5	8	0	38,9
Citibank	0,6	13	2,7	16,3	1,2	4	0	37,7
Банк «Восточный»	0,6	13	4,5	5,4	1,4	12	0	37
Металлинвестбанк	0,8	15	5,1	1,3	0,5	8,0	0	30,6
Авангард	0,8	11	0	6,7	1,2	8,0	2,1	29,7
Московский Индустриальный Банк (МИНБанк)	0,6	9,0	7,3	3,8	0,3	8,0	0	29,0
Банк «Левобережный»	1,2	7	Нет доступа	1,7	2	12	0	23,9
СМП Банк	1,3	10	1,6	1,7	0	8	0	22,6

# Итоговый рейтинг

Лучшее мобильное приложение



	Функционал	UX	Сумма баллов
Максимальный балл	21	12	33
Сбербанк	20	10,7	30,7
Альфа-Банк	18	12	30
Тинькофф	21	8,5	29,5
МКБ	16	11,4	27,4
Райффайзенбанк	16	10,6	26,6
Ак Барс Банк	17	9	26
СКБ-Банк	18	7,5	25,5
Почта Банк	16	9,5	25,5
БКС	17	8,3	25,3
ВТБ	15	10,2	25,2
Кредит Европа Банк	15	9,6	24,6
Росбанк	16	8,6	24,6
ОТП	13	11	24

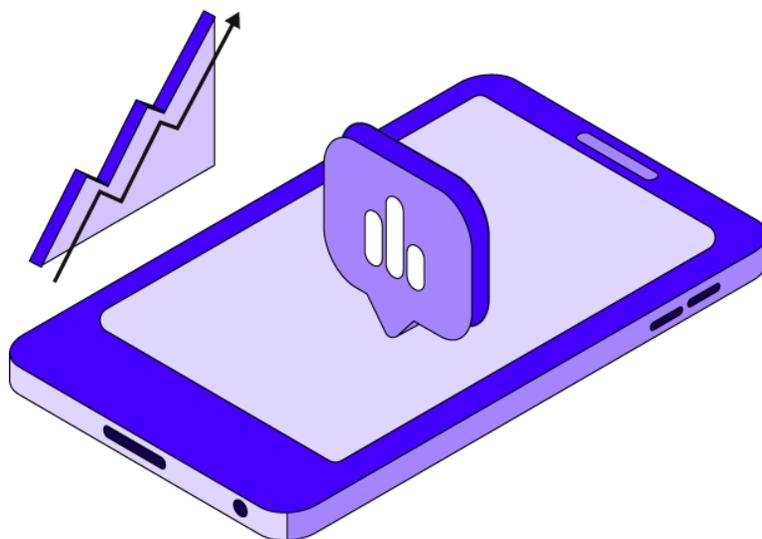
# Итоговый рейтинг

## Лучшее мобильное приложение

	Функционал	UX	Сумма баллов
Новикомбанк	15	8,4	23,4
Банк «Открытие»	16	7,2	23,2
Россельхозбанк	16	6,5	22,5
Зенит Банк	14	8,2	22,2
Хоум Кредит Банк	14	8,1	22,1
Банк «Санкт-Петербург»	14	7,6	21,6
Локо Банк	11	9,8	20,8
Банк Русский Стандарт	13	7,6	20,6
Металлинвестбанк	15	5,1	20,1
Газпромбанк	16	4,1	20,1
«Ренессанс Кредит»	12	7,9	19,9
ЮниКредит Банк	14	5,2	19,2
Банк Казани	11	8,2	19,2
Промсвязьбанк	13	5,1	18,1
Банк «Восточный»	13	4,5	17,5
РНКБ	12	4,4	16,4
Московский Индустриальный Банк (МИнБанк)	9	7,3	16,3
Citibank	13	2,7	15,7
СМП Банк	10	1,6	11,6
Авангард	11	0	11
Уралсиб	9	0,5	9,5
Банк «Левобережный»	7		7

# Итоговый рейтинг

Лучшее мобильное продвижение



	Пользователи	Продвижение	Сумма баллов
Максимальный балл	10	25	35
Сбербанк	6,3	25,0	31,3
Тинькофф	2,5	22,9	25,4
Райффайзенбанк	1,2	23,8	25,0
Банк «Открытие»	2,4	22,1	24,4
Росбанк	2,8	21,7	24,4
Альфа-Банк	2	20	22
«Ренессанс Кредит»	0,4	21,3	21,7
Почта Банк	1,1	18,8	19,8
Промсвязьбанк	1,6	17,9	19,6
ВТБ	1,9	17,1	19
Хоум Кредит Банк	0,4	17,9	18,4
МКБ	0	17,9	17,9
Газпромбанк	1,3	16,3	17,6

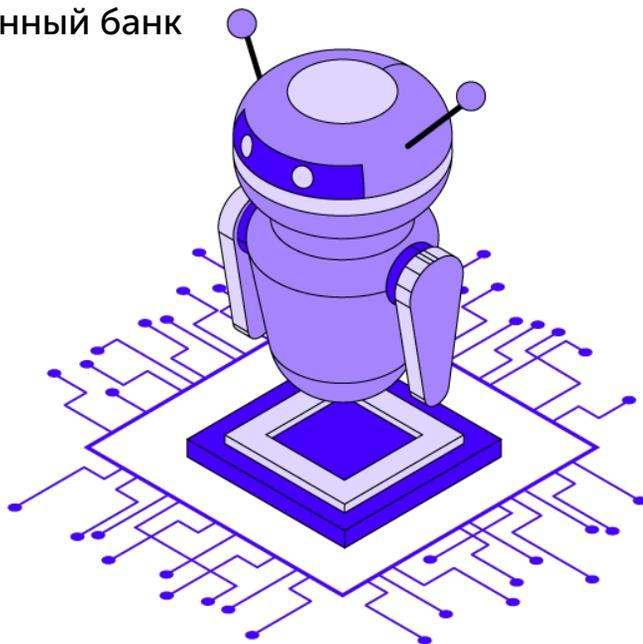
# Итоговый рейтинг

## Лучшее мобильное продвижение

	Пользователи	Продвижение	Сумма баллов
Банк Русский Стандарт	0,9	16,3	17,1
Citibank	0,6	16,3	16,8
Россельхозбанк	1,1	14,6	15,7
Уралсиб	1	14,2	15,1
БКС	1,2	13,8	14,9
Локо Банк	2,2	12,5	14,7
СКБ-Банк	1,1	12,9	14
ОТП	1,9	12,1	14
Ак Барс Банк	1,2	11,7	12,9
Зенит Банк	1	11,3	12,3
РНКБ	0,0	11,3	11,3
Банк Казани	0,2	10	10,2
Банк «Санкт-Петербург»	1,1	8,8	9,9
Авангард	0,8	6,7	7,5
Новикомбанк	4,1	3,3	7,5
Банк «Восточный»	0,6	5,4	6
ЮниКредит Банк	0,7	4,6	5,3
Московский Индустриальный Банк (МИНБанк)	0,6	3,8	4,4
СМП Банк	1,3	1,7	3
Банк «Левобережный»	1,2	1,7	2,9
Металлинвестбанк	0,8	1,3	2
Кредит Европа Банк	0,2	0,4	0,6

# Итоговый рейтинг

Самый инновационный банк



	Инновации	Цифровая карта	Сумма баллов
Максимальный балл	20	7	27
Тинькофф	20	5	25
Райффайзенбанк	20	4,4	24,4
Альфа-Банк	20	4,2	24,2
Почта Банк	20	4,2	24,2
ВТБ	20	4,1	24,1
Банк Русский Стандарт	20	4	24
Хоум Кредит Банк	20	3,9	23,9
Банк «Открытие»	20	3,9	23,9
Ак Барс Банк	20	3,7	23,7
РНКБ	20	3,6	23,6
Промсвязьбанк	20	3,5	23,5
Сбербанк	20	3,4	23,4
Росбанк	16	4,5	20,5

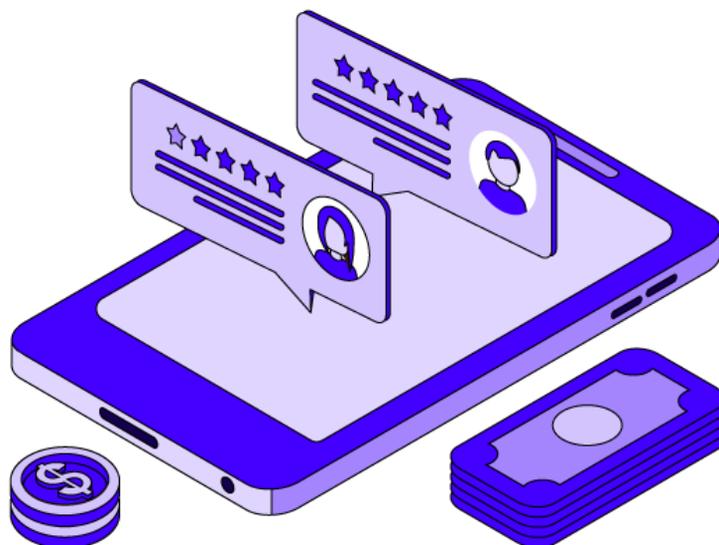
# Итоговый рейтинг

## Самый инновационный банк

	Инновации	Цифровая карта	Сумма баллов
МКБ	16	4	20
Россельхозбанк	20	0	20
ЮниКредит Банк	20	0	20
СКБ-Банк	16	3,9	19,9
Банк «Санкт-Петербург»	12	4,3	16,3
БКС	16	0	16
ОТП	16	0	16
«Ренессанс Кредит»	16	0	16
Уралсиб	16	0	16
Кредит Европа Банк	12	3,2	15,2
Банк «Левобережный»	12	0	12
Банк «Восточный»	12	0	12
Зенит Банк	12	0	12
Локо Банк	12	0	12
Новикомбанк	12	0	12
Авангард	8	2,1	10,1
Газпромбанк	4	4,2	8,2
Банк Казани	8	0	8
Металлинвестбанк	8	0	8
Московский Индустриальный Банк (МИнБанк)	8	0	8
СМП Банк	8	0	8
Citibank	4	0	4

# Итоговый рейтинг

Лучшее ASO



	ASO
Максимальный балл	5
Сбербанк	5
Райффайзенбанк	4,7
Тинькофф	4,5
Альфа-Банк	4,4
ВТБ	4,2
Хоум Кредит Банк	3,8
Банк «Открытие»	3,7
Банк Русский Стандарт	3,6
ОТП	3,1
Россельхозбанк	2,9
Ак Барс Банк	2,9
Почта Банк	2,5
МКБ	2,5

# Итоговый рейтинг

Лучшее ASO

	ASO
Уралсиб	2,4
БКС	2,1
Промсвязьбанк	2
Банк «Левобережный»	2
Банк «Санкт-Петербург»	2
Газпромбанк	2
Новикомбанк	2
Росбанк	2
СКБ Банк	2
Ренессанс Кредит	1,8
Локо Банк	1,7
Банк Казани	1,5
Восточный Банк	1,4
Зенит Банк	1,4
ЮниКредит Банк	1,3
Citibank	1,2
Авангард	1,2
Кредит Европа Банк	1
Металлинвестбанк	0,5
МИНБанк	0,3
РНКБ	0
СМП Банк	0

# Отчет подготовлен командой Go Mobile



**Екатерина Гладкова**

Chief Operations Officer

[katya@gomobile.ru](mailto:katya@gomobile.ru)



**Дарья Болгова**

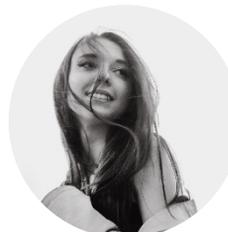
Senior PR Manager

[dasha.bolgova@gomobile.ru](mailto:dasha.bolgova@gomobile.ru)



**Ольга Паршакова**

Research Lead



**Марина Науменко**

Редактор

## Research team



**Эдвард  
Асатрян**



**Арина  
Михлик**

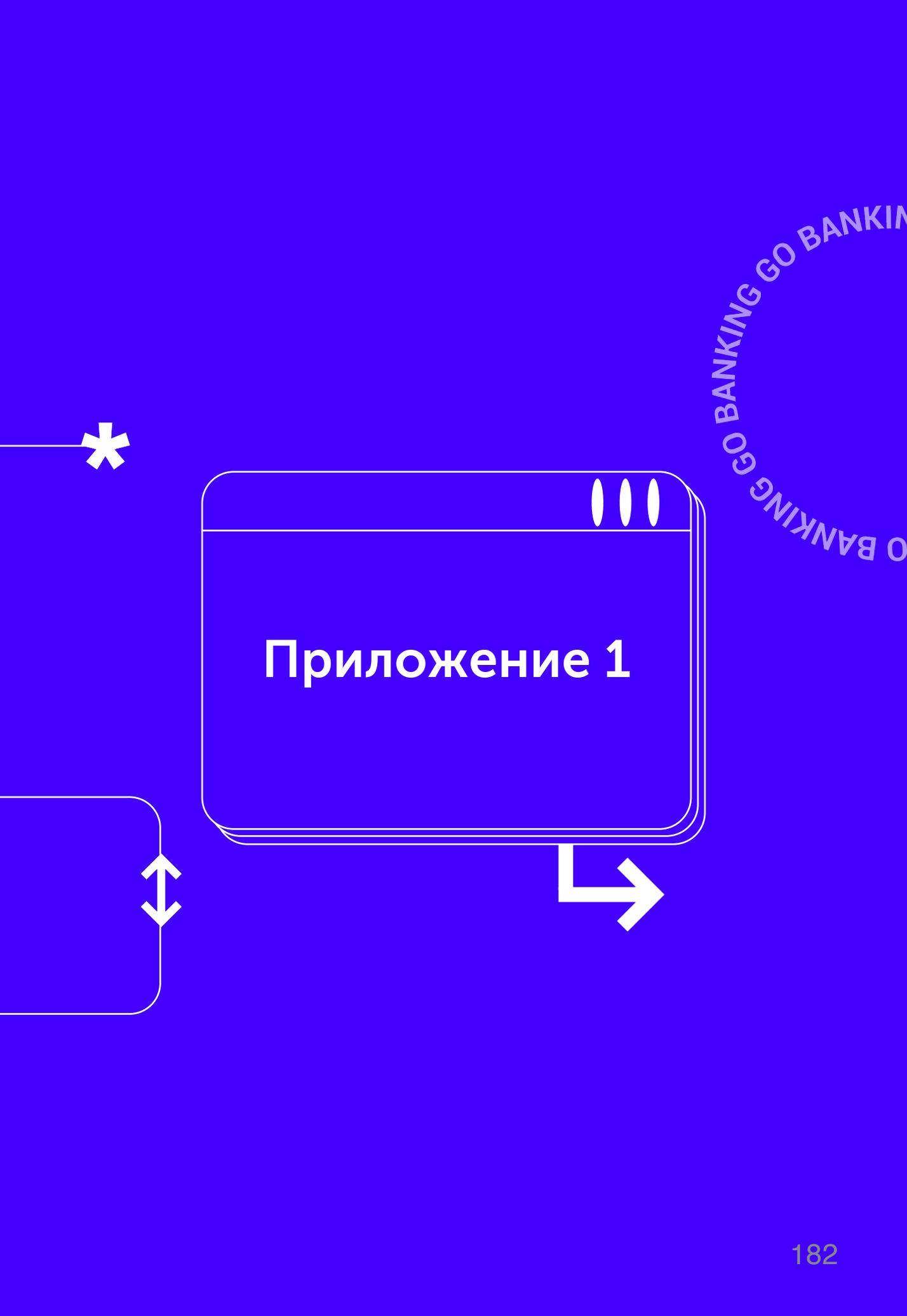


**Олег  
Захаров**

Любое использование либо копирование материалов исследования, элементов дизайна и оформления для их публичного использования допускается только с указанием авторства материала и только с активной ссылкой на источник.

Настоящая публикация подготовлена исключительно для создания общего представления об обсуждаемом в ней предмете и не является профессиональной консультацией.





Приложение 1

## Методология

Критерии	Показатели	Описание	Баллы по показателям	Источник	Максимальный балл	Баллы за критерий
Пользователи	Изменение числа новых установок (iOS & Android)	Прирост числа установок приложения рассчитывается как отношение числа установок приложения за период август 2020 – август 2021 к числу установок приложения за период август 2019 – август 2020	$(\text{Полученное значение} - \text{min значение}) / (\text{max значение} - \text{min значение}) * 4$	Mobile Action, Priori Data, App Annie, SimilarWeb	4	10
	Общее число установок за год	Число установок приложения за период август 2020 – август 2021	$(\text{Полученное значение} - \text{min значение}) / (\text{max значение} - \text{min значение}) * 2$		2	
	DAU Android (среднее за год), млн	Средний размер активной дневной аудитории приложения за период август 2020 – август 2021	$(\text{Полученное значение} - \text{min значение}) / (\text{max значение} - \text{min значение}) * 0,5$		0,5	
	MAU Android (среднее за год), млн	Средний размер активной месячной аудитории приложения за период август 2020 – август 2021	$(\text{Полученное значение} - \text{min значение}) / (\text{max значение} - \text{min значение}) * 0,5$		0,5	
	DAU/MAU Android (среднее за год), %	Доля активной дневной аудитории от активной месячной аудитории за период август 2020 – август 2021	$(\text{Полученное значение} - \text{min значение}) / (\text{max значение} - \text{min значение}) * 3$		3	
Функционал приложения	Создание шаблонов и автоплатежей	Функция создания готового шаблона квитанции для быстрой оплаты различных услуг	Каждый из параметров функционала приложения оценивается в 2 балла при наличии данной функции и в 0 баллов при отсутствии	Официальные банковские приложения iOS, Android	2	21
	Открытие инвестиционных счетов	Возможность открытия инвестиционных счетов			2	
	Возможность оставить заявку на регистрацию через приложение	Возможность для новых клиентов зарегистрироваться через приложение			2	
	Открытие вклада	Возможность открытия банковского вклада через приложение			2	
	Поддержка Touch ID и Face ID	Открытие приложения с помощью биометрических параметров (Touch ID и Face ID)			2	
	Поддержка способов бесконтактной оплаты	Возможность осуществления бесконтактной оплаты			2	
	Суперапп	Наличие большого числа небанковских функций в приложении			2	

## Методология

Критерии	Показатели	Описание	Баллы по показателям	Источник	Максимальный балл	Баллы за критерий
Функционал приложения	Поддержка Apple Watch, iMessage	Оповещение об операциях через Apple Watch, iMessage	Каждый из параметров функционала приложения оценивается в 1 балла при наличии данной функции и в 0 баллов при отсутствии	Официальные банковские приложения iOS, Android	1	21
	Обмен валюты	Возможность покупки и продажи валюты в приложении			1	
	Счет в валюте	Возможность открытия банковского счета в иностранной валюте			1	
	Оплата по QR-коду	Возможность оплаты услуг с помощью сканирования QR-кода			1	
	Выведение частых операций в «предложения»	Отображение на главной полосе частых операций, например, «оплата МТС 100 руб.»			1	
	Безопасность	Наличие раздела с информацией о предотвращении скама			1	
	Привязка карт других банков	Возможность в приложении привязать карту другого банка			1	

# Методология

Критерии	Показатели	Баллы по показателям	Баллы за критерий	Источник	Максимальный балл	Баллы за критерий
Продвижение	Количество используемых каналов продвижения мобильного приложения	Google	Да – 1, Нет – 0	(Сумма используемых рекламных каналов – min сумма используемых рекламных каналов) / (max сумма используемых рекламных каналов – min сумма используемых рекламных каналов) * 10	Верификация от банков, официальные банковские приложения iOS, Android	10
		Yandex				
		myTarget				
		Facebook				
		Instagram				
		Twitter (есть ли твит на странице в 2021 году)				
		CPA-сети				
		Ссылки на приложение на сайте банка				
		Упоминание приложения в соцсетях				
		Сторис				
In-app						
Наличие сторис с контентом, не являющимся рекламой банковских продуктов						

# Методология

Критерии	Показатели	Баллы по показателям	Баллы за критерий	Источник	Максимальный балл	Баллы за критерий
Продвижение	Качество креативов	Разнообразие подходов	5 – компания обращается к разным группам целевой аудитории с разным подходом, высокое визуальное разнообразие, 4 – компания обращается к некоторым группам ЦА с разным подходом, среднее визуальное разнообразие, 3 – подходы различаются только между продуктами, среднее визуальное разнообразие, 2 – подходы минимально отличаются, 1 – подходы не отличаются	Баллы по четырем показателям суммируются и приводятся к 5 через формулу: (сумма баллов за качество креативов – min сумма баллов за качество креативов) / (max сумма баллов за качество креативов – min сумма баллов за качество креативов) * 5	Библиотека рекламы Facebook, AdMobiSpy, Adheart На протяжении марта – августа 2021 еженедельный мониторинг сервисов отслеживания рекламы	5
		Наличие призыва к действию	5 – на 100% креативов есть призыв к действию, 0 – ни на одном креативе нет			
		Соответствие брендбуку	5 – все креативы соответствуют брендбуку по шрифтам и цветам, 0 – более 30% креативов не соответствуют брендбуку			
		Рискованность/этичность подходов	5 – нет ни одного креатива с подходом, который потенциально может вызвать общественное возмущение, 0 – компания активно использует скандальные креативы			
Использованные новые методы продвижения	TikTok	Да – 1, Нет – 0	(Сумма используемых новых методов продвижения – min сумма используемых новых методов продвижения) / (max сумма используемых новых методов продвижения – min сумма используемых новых методов продвижения) * 5	Верификация от банков, официальные банковские приложения iOS, Android	5	
	Likee					
	Podcasts					
	AR (маски)					

# Методология

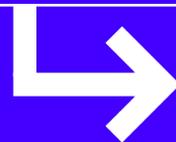
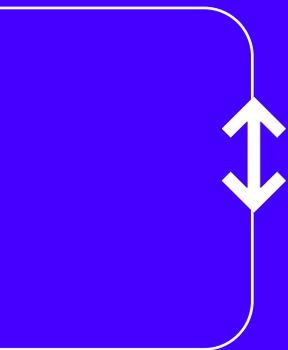
Критерии	Показатели	Описание	Баллы по показателям	Источник	Максимальная сумма баллов по показателям	Баллы за критерий	
ASO	Рейтинг	Фичеринг	Среднее количество попаданий в редакторскую подборку в Google Play и App Store по рассматриваемым приложениям	0 – количество попаданий приложения в редакторскую подборку Google Play и App Store меньше среднего по рассматриваемым приложениям; 1 – количество попаданий приложения в редакторскую подборку Google Play и App Store больше среднего по рассматриваемым приложениям	App Store, Google Play, Mobile Action, App Annie	50	5
		Количество отзывов (с августа 2020 по август 2021)	Среднее количество отзывов по рассматриваемым приложениям	0 – количество отзывов меньше среднего по рассматриваемым приложениям; 1 – количество отзывов больше среднего по рассматриваемым приложениям			
		Средний рейтинг отзывов	Средний рейтинг отзывов по рассматриваемым приложениям	0 – рейтинг отзывов меньше среднего по рассматриваемым приложениям; 1 – рейтинг отзывов больше среднего по рассматриваемым приложениям			
		Количество оценок (за весь период)	Среднее количество оценок по рассматриваемым приложениям	0 – количество оценок меньше среднего по рассматриваемым приложениям; 1 – количество оценок больше среднего по рассматриваемым приложениям			
	Работа с отзывами	Наличие работы с отзывами	0 – работа с отзывами не ведется; 1 – работа с отзывами ведется				
	Текстовая оптимизация	Использование поля title	Сколько знаков использовано в поле title	Оценка использования поля title для iOS: 5 баллов – 26-30; 4 балла – 23-25; 3 балла – 20-22; 2 балла – 18-20; 1 балл – менее 18; Оценка использования поля title для Android: 5 баллов – 46-50; 4 балла – 43-45; 3 балла – 38-42; 2 балла – 30-37; 1 балл – менее 30			
		Использование поля subtitle/short description	Сколько знаков использовано в поле subtitle	Оценка использования поля subtitle для iOS: 5 баллов – 26-30; 4 балла – 23-25; 3 балла – 20-22; 2 балла – 18-20; 1 балл – менее 18; Оценка использования поля short description для Android: 5 баллов – 50-80; 4 балла – 40-49; 3 балла – 35-39; 2 балла – 30-34; 1 балл – менее 30			
		Видимость в сторе по ключевым словам	Какое место занимает приложение в выдаче по ключевым словам	Баллы в соответствии с позицией выдачи в сторе по ключевым словам: 5 баллов – 1-2; 4,5 балла – 3-4; 4 балла – 5-6; 3,5 балла – 7-8; 3 балла – 9-10; 2,5 балла – 11-12; 2 балла – 13-15; 1,5 балла – 16-20; 1 балл – 21-25; 0 баллов – 26 и ниже			

# Методология

Критерии		Показатели	Описание	Баллы по показателям	Источник	Максимальная сумма баллов по показателям	Баллы за критерий
ASO	Визуальная оптимизация	Видеоролик	Оценивалась наличие видеоролика в сторе	0 – нет видеоролика; 1 – есть видеоролик	App Store, Google Play, Mobile Action, App Annie	50	5
		Актуальность скриншотов	Оценивалась актуальность скриншотов в сторе	0 – скриншоты не соответствуют актуальной версии приложения и/или мокапы устройств не соответствуют моделям смартфонов, выпущенных в последние 12 месяцев; 1 – скриншоты соответствуют актуальной версии приложения и мокапы устройств соответствуют моделям смартфонов, выпущенных в последние 12 месяцев			
		Оригинальность композиции	Элементы оригинальности композиции: – панорамная композиция; – наличие элементов интерфейса, выступающих за края мокапа; – наличие дополнительных дизайн-элементов; – сочетание векторных и растровых элементов; – нелинейное расположение основных элементов/мокапов устройства	0 – отсутствуют элементы оригинальности композиции; 1 – присутствует хотя бы один элемент оригинальности композиции			
		Читаемость скриншотов	Оценивалась читаемость скриншотов в сторе	0 – текст и элементы скриншота плохо распознаются без увеличения; 1 – текст и элементы на скриншотах хорошо распознаются без увеличения			
		Количество скриншотов	Оценивалось количество скриншотов в сторе	0 – менее 6 скриншотов; 1 – 6 и более скриншотов			

# Методология

Критерии	Показатели	Описание	Баллы по показателям	Источник	Максимальный балл	Баллы за критерий
Инновации	Использование искусственного интеллекта	Использование искусственного интеллекта для оптимизации процессов в приложении	За каждый используемый механизм из раздела «Инновации» приложение получает 4 балла	Официальные сайты банков, верификация от банков	20	20
	Виртуальный ассистент	Его наличие				
	Коллаборации с другими сервисами	Наличие коллабораций с другими сервисами внутри приложения (пример: Goods в приложении «Тинькофф»)				
	Биометрия	Использование биометрических характеристик уже внедрено банком или только внедряется				
	Оповещения о мошенничестве, страхование от мошенничества	Функция оповещения клиентов о незаконных действиях с их счетами, а также функция страхования счетов и вкладов				
Цифровая карта	Наличие цифровой карты	Оценивалось наличие цифровой карты	Да – 1 балл; нет – 0 баллов	Официальные банковские приложения iOS, Android	1	7
	Стоимость выпуска карты	Стоимость, руб.	От 0 до 0,5 балла; чем ниже стоимость, тем выше балл		0,5	
	Стоимость обслуживания за год	Стоимость, руб.	От 0 до 0,5 балла; чем ниже стоимость, тем выше балл		0,5	
	Лимит на бесплатное снятие наличных	Лимит на снятие наличных в месяц, руб.	От 0 до 1 балла; чем выше лимит, тем выше балл		1	
	Наиболее высокий кешбэк	Наиболее высокий кешбэк (по отдельным категориям с повышенным кешбэком, у партнеров, акции), %	От 0 до 1 балла; чем выше лимит, тем выше балл		1	
	Кешбэк на основные категории / на все расходы по карте	Кешбэк на все траты по карте, %	От 0 до 1 балла; чем выше лимит, тем выше балл		1	
	Лимит по кешбэку	Лимит на кешбэк в месяц, руб.	От 0 до 1 балла; чем выше лимит, тем выше балл		1	
	Тип кешбэка	Рубли или бонусы/баллы	Рубли – 1 балл, бонусы/ баллы – 0,5 балла		1	



# UX-методология

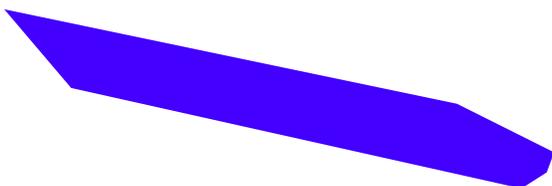
Критерии	Показатели	Оценка	Максимальная сумма баллов по показателям	Баллы за критерий
Выпуск и заказ карты через приложение	Количество шагов от главного экрана	Максимум шагов – 0, минимум – 10	40	(Сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) / (max сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) * 12
	Время «пути» до этапа от главного экрана, секунд	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Возможность выпуска карты для нового клиента банка	Да – 10, Нет – 0		
	Наличие кнопки в главном меню	Да – 10, Нет – 0		
Переводы другим пользователям	Количество шагов от главного экрана	Максимум шагов – 0, минимум – 10	60	(Сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) / (max сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) * 12
	Время «пути» до этапа от главного экрана, секунд	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Наличие кнопки в главном меню	Да – 10, Нет – 0		
	Перевод по номеру телефона	Да – 10, Нет – 0		
	Перевод по номеру карты	Да – 10, Нет – 0		
	Прикрепить сообщение к переводу	Да – 10, Нет – 0		
Оплата связи и коммунальных услуг	Количество шагов от главного экрана	Максимум шагов – 0, минимум – 10	80	(Сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) / (max сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) * 12
	Время «пути» до этапа от главного экрана, секунд	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Наличие кнопки в главном меню	Да – 10, Нет – 0		
	Выбор организации из списка	Да – 10, Нет – 0		
	Поиск по названию	Да – 10, Нет – 0		
	Оплата по QR-коду	Да – 10, Нет – 0		

## UX-методология

Критерии	Показатели	Оценка	Максимальная сумма баллов по показателям	Баллы за критерий
Просмотр истории транзакций	Количество шагов от главного экрана	Максимум шагов – 0, минимум – 10	70	(Сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) / (max сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) * 12
	Время «пути» до этапа от главного экрана, секунд	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Наличие кнопки в главном меню	Да – 10, Нет – 0		
	Возможность заказать/ скачать выписку в формате excel	Да – 10, Нет – 1		
	Сортировка на онлайн-транзакции и офлайн-покупки	Да – 10, Нет – 0		
	Сортировка по времени	Да – 10, Нет – 0		
Блокировка карты	Количество шагов от главного экрана	Максимум шагов – 0, минимум – 10	40	(Сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) / (max сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) * 12
	Время «пути» до этапа от главного экрана, секунд	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Наличие кнопки в главном меню	Да – 10, Нет – 0		
	Выбор причины из списка	Да – 10, Нет – 0		
Чат поддержки	Количество шагов от главного экрана	Максимум шагов – 0, минимум – 10	70	(Сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) / (max сумма баллов по всем показателям UX – min сумма баллов по всем показателям UX) * 12
	Время «пути» до этапа от главного экрана, секунд	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Наличие кнопки в главном меню	Да – 10, Нет – 0		
	Может ли чат-бот ответить на вопрос о комиссии за снятие наличных	Да – 10, Нет – 1		
	Скорость ответа оператора (приветственное сообщение)	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Возможность прикрепить файл	Да – 10, Нет – 0		
	Отображение ранее поданных обращений	Да – 10, Нет – 0		

## UX-методология

Критерии	Показатели	Оценка	Максимальная сумма баллов по показателям	Баллы за критерий
Поиск банкоматов	Количество шагов от главного экрана	Максимум шагов – 0, минимум – 10	80	Набранные баллы/ максимальный балл по целевому действию, процент
	Время «пути» до этапа от главного экрана, секунд	Максимальное время – 0, минимальное – 10		
	Наличие кнопки в главном меню	Да – 10, Нет – 0		
	Отображение ближайшего отделения и расстояние до него	Да – 10, Нет – 0		
	Отображение информации о времени работы	Да – 10, Нет – 0		
	Отображение информации о заведении, в котором находится банкомат (банк, аптека, супермаркет)	Да – 10, Нет – 1		
	Списком	Да – 10, Нет – 0		
	На карте	Да – 10, Нет – 0		



# Контакты

Go Mobile – digital-агентство полного цикла со специализацией на мобильном маркетинге. От исследований рынка и создания креативов до разработки стратегии и performance-маркетинга.

Входит в группу компаний [Go Ahead](#).



- [gomobile.ru](http://gomobile.ru)
- [hi@gomobile.ru](mailto:hi@gomobile.ru)
- 8 (495) 665-91-24
- [goahead.ai](http://goahead.ai)

