

markswebb

INTERNET BANKING RANK

2018

Седьмая волна ежегодного исследования
эффективности интернет-банков
для частных лиц.

📄 Краткий отчет

Июнь 2018

MW

MARKSWEBB.RU

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Исследование Internet Banking Rank 2018 представляет собой всесторонний сравнительный анализ интернет-банков для частных лиц с точки зрения функциональности и удобства для пользователя. В 2018 году все интернет-банки оцениваются в соответствии с двумя бизнес-моделями, по которым работает цифровое обслуживание: Daily Banking и Digital Office.

Более эффективным в рейтинге Daily Banking считается интернет-банк, в котором клиент может наиболее полно и удобно управлять средствами на дебетовой карте и получать информацию о продукте. В рейтинге Digital Office оценивается полнота реализации в интернет-банке клиентских задач, требующих обращения в офис банка или телефонный контакт-центр.

Результаты исследования включают в себя публичную метрику оценки эффективности интернет-банков для частных лиц, описание

произошедших на рынке изменений, прогноз будущего развития и базу лучших практик реализации интернет-банков.

В исследовании не учитывается стоимость использования интернет-банка, активность и удовлетворенность действующих пользователей, а также технические свойства сервисов: на какой платформе они построены и насколько стабильно работают.

Исследование Internet Banking Rank 2018 было проведено в апреле-мае 2018 года. В нем приняли участие 31 интернет-банк для частных лиц, каждый из которых обследовался кабинетно и участвовал в нескольких юзабилити-тестах.

[Подробнее о методике исследования >>](#)



EXECUTIVE SUMMARY

СОСТОЯНИЕ РЫНКА

Цифровой банкинг развивается в соответствии с несколькими бизнес-моделями, у каждой из которых есть свои особенности: ежедневный банкинг (Daily banking), цифровой офис (Digital office), финансовая платформа и банк как медиа. Третья и четвертая бизнес-модели еще не получили развития на российском рынке, поэтому в исследовании 2018 года мы рассматриваем рынок интернет-банкинга в России только в парадигмах Daily banking и Digital office.

Большинство банков еще живет в модели Daily Banking, которая заключается в том, чтобы предоставить клиенту возможность свободно распоряжаться средствами на карте. Здесь за прошедший год преуспели региональные банки и федеральные, которые в силу разных причин ориентируются на немобильную аудиторию.

Функциональность и удобство их интернет-банков совсем незначительно уступает Тинькофф Банку и выигрывает у большинства крупных digital-ориентированных банков,

которые замедляют инвестиции в десктопные сервисы, фокусируясь на развитии мобильных. Об этом явно свидетельствует распределение банков в рейтинге Daily Banking: в топ-3 появился Банк Левобережный, а места Альфа-Банка, Сбербанка и ВТБ в топ-10 заняли Банк Траст, Почта Банк и Банк Санкт-Петербург.

Существование этих разнонаправленных тенденций приводит к тому, что качество реализации базовых задач клиента по управлению средствами на карте в интернет-банке подтягивается к единой планке. Большинство банков реализуют примерно одинаковый набор функций и одинаковое качество интерфейсов: в бизнес-модели Daily Banking уже нет явных лидеров и почти нет аутсайдеров, интернет-банки которых принципиально отличаются от среднего уровня.

Вектор развития интернет-банков для частных лиц в ближайшие годы — превращение в цифровой офис, где клиент онлайн может решить

любую задачу по управлению своими финансами: открыть и закрыть продукт, изменить персональные данные или решить проблему. Сейчас качество реализации задач Digital Office в интернет-банках (в отличие от Daily Banking) драматически различается. Это заметно даже при беглом взгляде на рейтинг, где оценки варьируются от 2,4 балла у Газпромбанка до 80,1 балла у Тинькофф Банка, который единственный в России преуспел в создании цифрового офиса.

Райффайзенбанк, Альфа-Банк, Сбербанк и другие банки, у которых много чувствительных к качеству цифрового обслуживания клиентов, тоже переносят задачи Digital Office в цифровые сервисы, но делают это очень постепенно и в первую очередь диджитализируют сценарии, которые несут очевидную выгоду банку: возможность открыть новый продукт онлайн или управлять доступом к интернет-банку в том или ином виде реализована в подавляющем большинстве интернет-банков.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО БАНКИНГА

4 БИЗНЕС-МОДЕЛИ

1. *Daily Banking*

Ежедневный банкинг — это все задачи и потребности клиента, связанные с получением информации по продукту и совершение с его помощью платежных и переводных операций. Это концепция удовлетворения базовой потребности клиента, и она релевантна для любого российского банка, который занимается преимущественно карточным бизнесом.

3. *Финансовая платформа*

превращение банка в единое окно получения клиентского опыта: он становится агрегатором провайдером не только финансовых, но и нефинансовых услуг.

2. *Digital Office*

Цифровой офис (Digital Office) — это пользовательские задачи, которые исторически связаны с посещением офиса банка. Концепция цифрового офиса предполагает, что в конечном итоге клиент прекращает взаимодействие с банком оффлайн: может дистанционно открыть любой продукт или отказаться от него, получить консультацию и урегулировать претензию, поменять настройки и восстановить доступы, ни разу в течение всего жизненного цикла не позвонив в банк и не посетив его офис.

4. *Банк как медиа*

Банк выступает как советчик, эксперт, консультант, который помогает клиентам решать разные потребительские проблемы и задачи, предлагая ему полезные продукты и сервисы. Причем не только в процессе решения задачи, но и задолго до ее постановки.

Принимая решение о переходе от одной бизнес-модели к другой, банку важно понимать, что каждая последующая бизнес-модель не работает без отлаженной предыдущей. Перед тем, как задумываться о продаже финансовых продуктов и кросс-канальном клиентском опыте, нужно убедиться в том, что пользователи интернет-банка могут легко разобраться в выписках и оплачивать все свои счета онлайн.

Переход от одной бизнес-модели к другой — это серьезное бизнес-решение, которое подразумевает большие инвестиции и перестроение процессов и культуры внутри организации. Более того, это бизнес-решение не для всех банков экономически оправдано.

DAILY BANKING

markswobb

MARKSWEBB.RU

Рейтинг эффективности
интернет-банков

Распределение оценок
функциональности и удобства

Реализация отдельных
пользовательских сценариев

Состояние рынка



РЕЙТИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-БАНКОВ ДЛЯ ЧАСТНЫХ ЛИЦ DAILY BANKING

Место	Интернет-банк	Оценка
1	Бинбанк	79,2 8,4 / 7,4
2	Тинькофф Банк	76,7 8,6 / 6,6
3	Банк Левобережный	73,6 7,7 / 7
4	Почта Банк	72,6 7,6 / 6,9
5-6	Банк Траст	72,2 7,8 / 6,6
	Промсвязьбанк	72,2 7,7 / 6,7
7	Банк Уралсиб	72 8 / 6,3
8	Альфа-Банк	68,6 7,7 / 5,9
9	Райффайзенбанк	66,7 7,1 / 6,2
10	Банк Санкт-Петербург	66,6 7,5 / 5,7

Итоговая оценка эффективности интернет-банка (0–100 баллов) показывает, насколько полно в исследуемых интернет-банках реализовано управление средствами на дебетовой карте и получение информации по продукту.

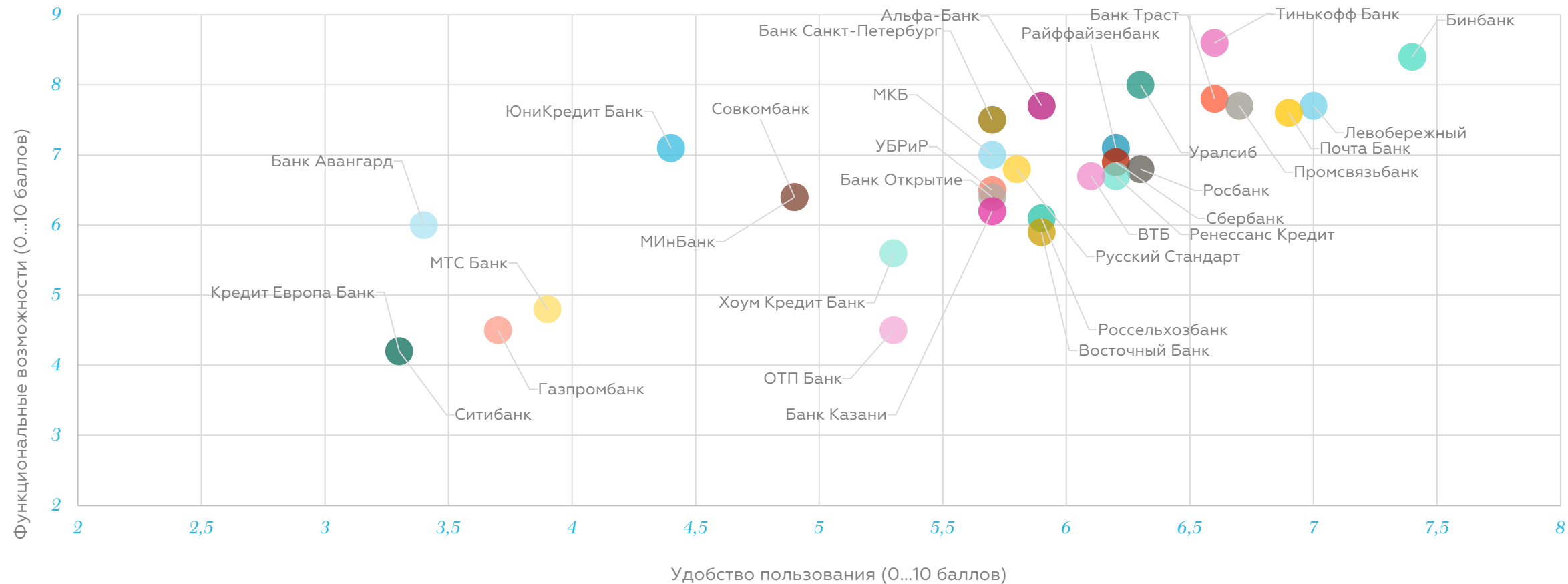
[Из чего складывается оценка?](#)

Место	Интернет-банк	Оценка
11	Сбербанк	65,6 6,9 / 6,2
12	Росбанк	65,5 6,8 / 6,3
13	Банк Ренессанс Кредит	64,5 6,7 / 6,2
14	ВТБ	64,1 6,7 / 6,1
15	МКБ	63,8 7 / 5,7
16	Банк Русский Стандарт	63,2 6,8 / 5,8
17	УБРиР	61,1 6,5 / 5,7
18	Банк Открытие	60,6 6,4 / 5,7
19	Россельхозбанк	60 6,1 / 5,9
20	Банк Казани	59,6 6,2 / 5,7

Оценки функциональных возможностей интернет-банка и удобства пользования (1–10 баллов).

Место	Интернет-банк	Оценка
21	ЮниКредит Банк	59,1 7,1 / 4,4
22	Банк Восточный	59 5,9 / 5,9
23-24	МИНБанк	57 6,4 / 4,9
	Совкомбанк	57 6,4 / 4,9
25	Хоум Кредит Банк	54,5 5,6 / 5,3
26	ОТП Банк	49,2 4,5 / 5,3
27	Банк Авангард	48,8 6 / 3,4
28	МТС Банк	43,7 4,8 / 3,9
29	Газпромбанк	41,2 4,5 / 3,7
30-31	Кредит Европа Банк	37,8 4,2 / 3,3
	Ситибанк	37,8 4,2 / 3,3

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОЦЕНОК ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ VS УДОБСТВО



DAILY BANKING

СОСТОЯНИЕ РЫНКА

Для крупных банков, которые изначально ориентируются на цифровое обслуживание (Тинькофф Банк, Альфа-Банк, Сбербанк), аудитория мобильного банкинга уже превышает аудиторию интернет-банка, когда речь идет об управлении средствами на карте и получении информации по продукту. Их интернет-банки для частных лиц за прошедший год изменились незначительно, и их места в рейтинге заняли региональные Банк Левобережный и Банк Санкт-Петербург и федеральные, Почта Банк.

Региональные и федеральные банки, чья аудитория пока не готова стать «мобильной», весь прошедший год активно занимались улучшением своих интернет-банков для частных лиц. Некоторые из них полностью перезапустились, но принципиально новый клиентский опыт смогли создать только Банк Левобережный (2 место Daily Banking) и Росбанк (переместился с 30 на 13 место).

Смена платформы интернет-банка Банка Открытие, МТС Банка и МИнБанка пока явным образом не отразилась на эффективности сервисов, но безусловно ускорит их будущее развитие.

В целом на рынке складывается ситуация, когда большинство банков предлагают клиентам оптимальный пользовательский опыт при решении основных задач по управлению средствами на карте и получению информации по продукту. Об этом явно свидетельствуют оценки рейтинга Daily Banking: разница между оценками банков стремительно сокращается: 11 место (Сбербанк) от Хоум Кредит Банка (25 место) отделяет всего 10 баллов. В рейтинге уже нет явных лидеров, становится все меньше аутсайдеров и интернет-банков с явным перекосом в сторону функциональности или удобства.



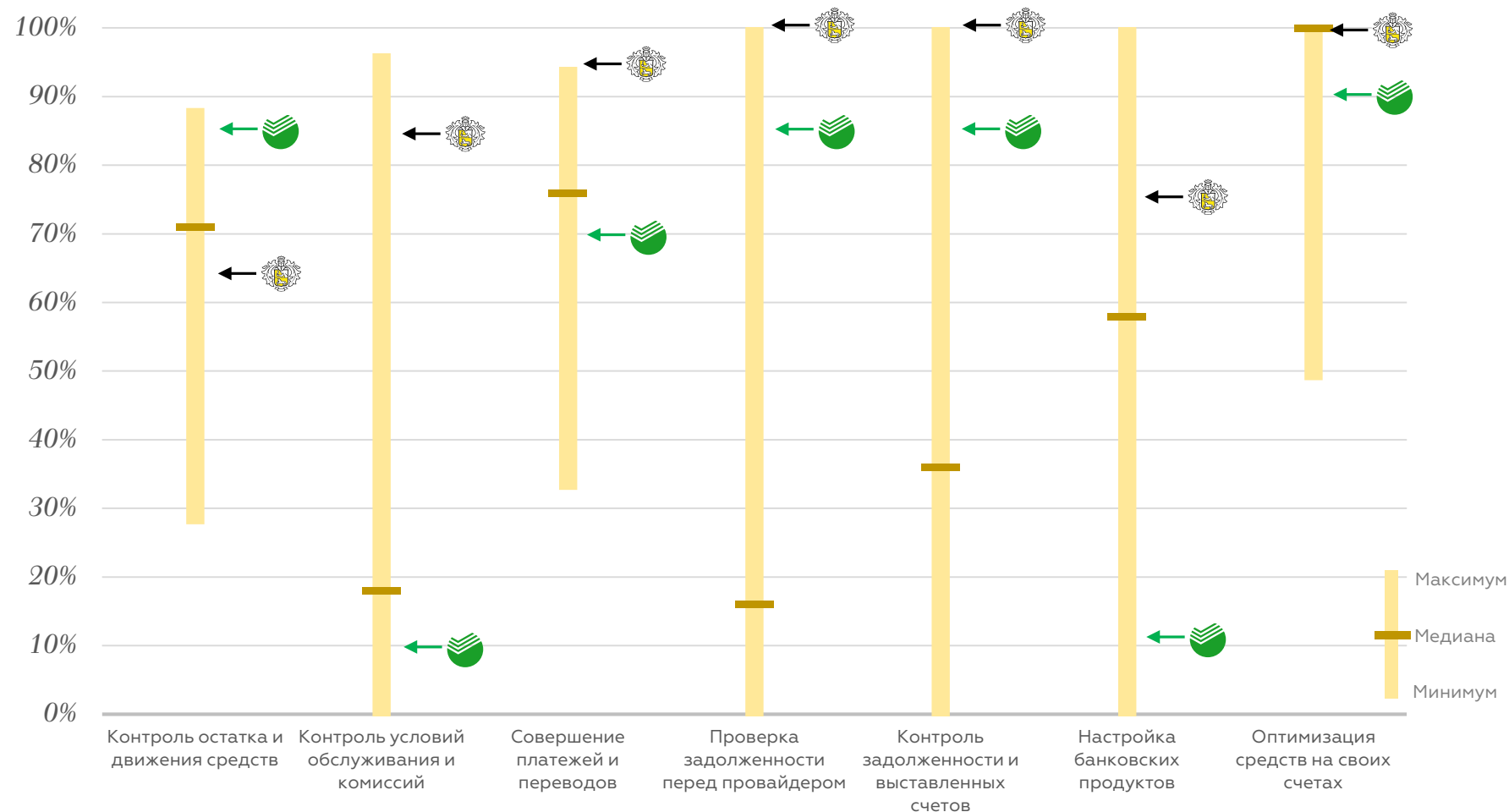
ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

ПОЛНОТА РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ

С точки зрения функциональности интернет-банка мы выделяем 7 групп пользовательских задач, каждая из которых в той или иной мере реализована в исследуемых интернет-банках.

Три группы пользовательских задач – получение информации по счетам, оптимизация средств на своих счетах и совершение платежей и переводов – реализованы на достаточно высоком уровне у всех участников исследования.

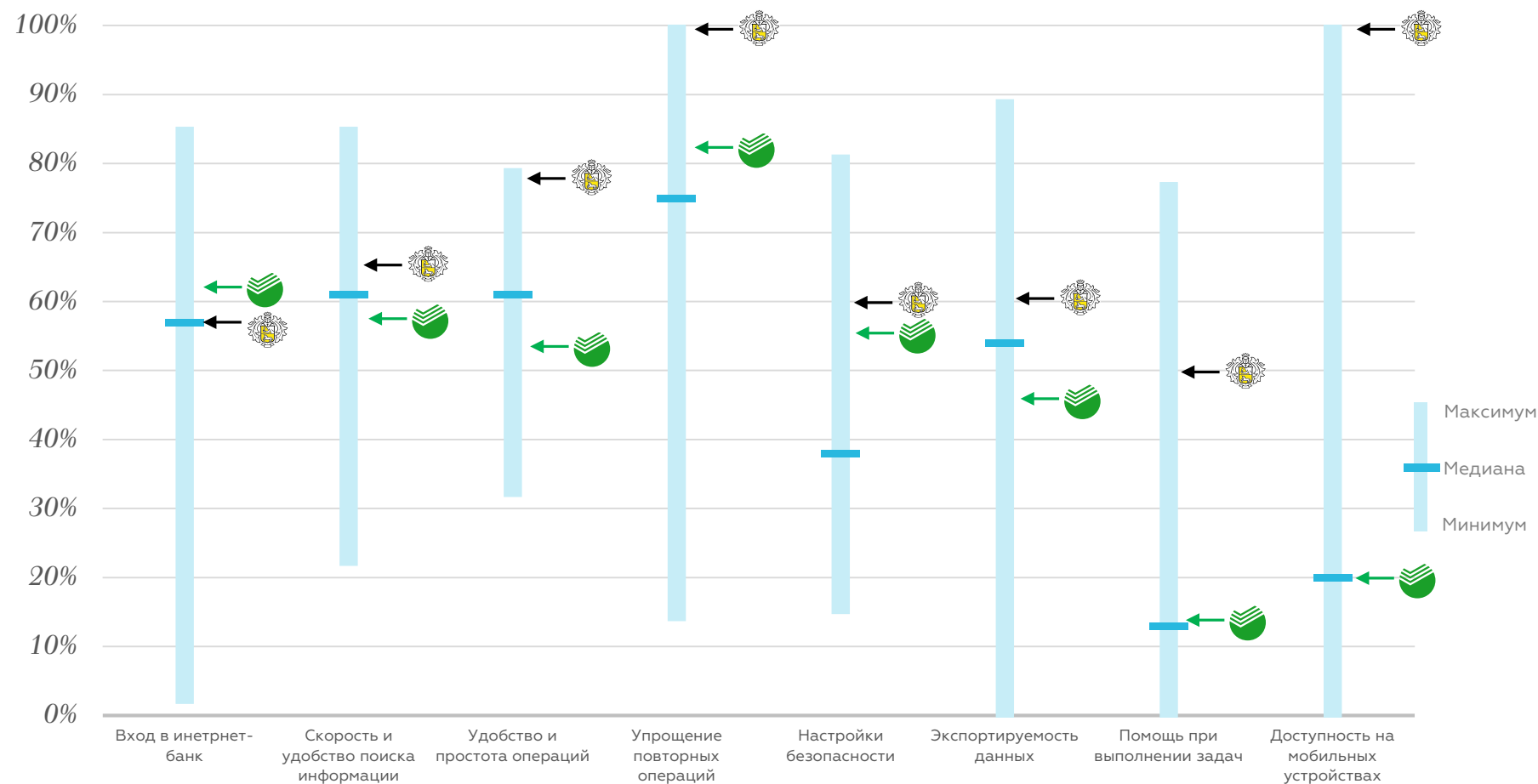
Полнота реализации других пользовательских задач в разных интернет-банках очень сильно различается – от полного отсутствия (0%) до полноценной реализации всех задач группы (100%). Основной вектор развития Daily Banking – внедрение и совершенствование таких функций, как выставление счетов, формирование подписок, информирование о задолженностях и получение информации об условиях обслуживания.



УДОБСТВО ПОЛНОТА РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ

Удобство интернет-банков для частных лиц оценивается по восьми группам пользовательских задач и по результатам юзабилити-тестов. Наиболее полно в исследованных сервисах реализованы задачи, связанные с упрощением повторных операций посредством воздания шаблонов, подписок и автоплатежей. Наименее развита функция интернет-банков для частных лиц – помощь при выполнении сложных или новых задач (в виде гида по возможностям, подсказок или чата).

Относительно доступности интернет-банка с мобильных устройств на рынке нет консенсуса. Лучше других под мобильные устройства адаптированы интернет-банки Тинькофф Банка и Бинбанка: все блоки перестраиваются под экран мобильного устройства и удобно управляются по нажатию. И хотя большинство банков создают хорошие адаптивные версии, есть такие, которые не дают клиентам возможности удобно работать в интернет-банке с мобильного устройства.



DIGITAL OFFICE

markswobb

MARKSWOBB.RU

Рейтинг эффективности
интернет-банков

Реализация отдельных
пользовательских сценариев

Состояние рынка



РЕЙТИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-БАНКОВ ДЛЯ ЧАСТНЫХ ЛИЦ **DIGITAL OFFICE**

Место	Интернет-банк	Оценка
1	Тинькофф Банк	80,1
2	Банк Левобережный	64,5
3	Банк Траст	50,5
4	Почта Банк	49,1
5	Райффайзенбанк	48,3
6	Банк Казани	48
7	МКБ	47,4
8	Сбербанк	46,4
9	Альфа-Банк	44,4
10	Банк Авангард	43,1

Итоговая оценка эффективности интернет-банка (0–100 баллов) показывает, насколько полно в исследуемых интернет-банках реализованы задачи, требующие обращения в офис банка или телефонный контакт-центр.

[Из чего складывается оценка?](#)

Место	Интернет-банк	Оценка
11	Промсвязьбанк	38,9
12	Бинбанк	38,4
13	Хоум Кредит Банк	38
14	Ситибанк	36,6
15	ЮниКредит Банк	35
16	Банк Русский Стандарт	34,6
17	МТС Банк	34,1
18	Банк Уралсиб	33,6
19	Банк Восточный	31,5
20	УБРиР	29,2

Место	Интернет-банк	Оценка
21	Россельхозбанк	28,7
22	Банк Санкт-Петербург	28,1
23	Совкомбанк	27
24	ВТБ	24,3
25	Банк Ренессанс Кредит	23,5
26	Банк Открытие	22,2
27	Росбанк	21,4
28	Кредит Европа Банк	14,4
29	МИНБанк	8,1
30	ОТП Банк	6,1
31	Газпромбанк	2,4

DIGITAL OFFICE

СОСТОЯНИЕ РЫНКА

Качество реализации задач Digital Office в интернет-банках драматически различается: это понятно даже при беглом взгляде на оценки, которые варьируются от 2,4 до 80,1 балла. Даже в пределах первой десятки рейтинга оценки банков различаются в 2 раза, чего нельзя сказать о Daily Banking.

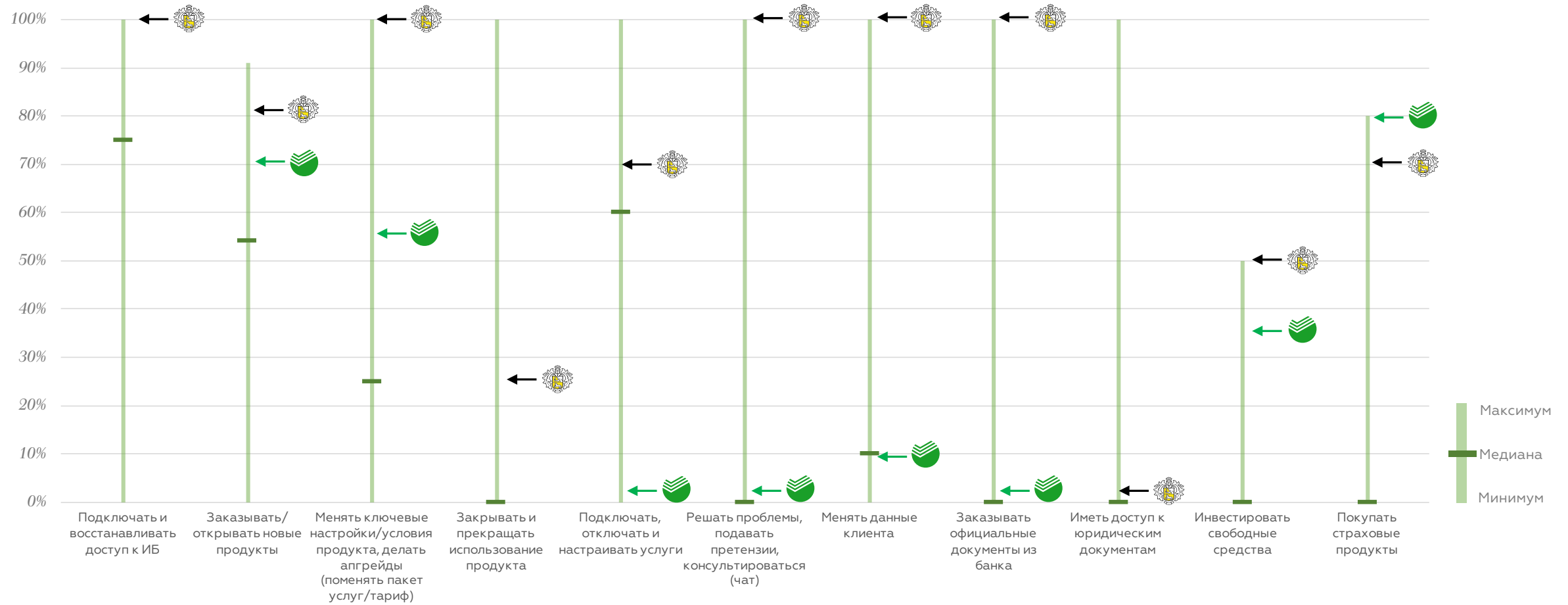
Пока в создании цифрового офиса преуспел только Тинькофф Банк, который изначально задумывался как онлайн-банк, клиент которого может решить любую задачу с помощью цифрового сервиса. Другие банки, у которых много чувствительных к качеству цифрового обслуживания клиентов, тоже переносят задачи Digital Office в цифровые сервисы, но делают это очень постепенно.

Digital Office состоит из нескольких составляющих, качество реализации которых на рынке сильно различается. Две из них – доступность и управление продуктами – в том

или ином виде реализованы в большинстве интернет-банков: диджитализация этих сценариев несет банку очевидную выгоду в виде прямого заработка и экономии на поддержке.

Все, что прямой выгоды банку не несет и отражается преимущественно на лояльности клиентов, большинство внедрять не торопится. Реализация именно этих функций отличает лидеров рейтинга: они более успешно переносят в онлайн коммуникации с клиентами, претензионную работу и основные бюрократические процедуры вроде изменения персональных данных и получения официальных документов от банка.

ПОЛНОТА РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ



БУДУЩЕЕ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКОВ

Daily Banking переходит на поддержку

Технологии будут активно распространяться по рынку, способствуя созданию принципиально нового пользовательского опыта. Развитие функциональности интернет-банков будет во многом определяться новыми характеристиками продуктов, которыми клиент управляет с помощью сервиса

Новых цифровых банков не появится

Крупных digital-only игроков в ближайшие годы не предвидится, неудача Touch Bank будет тормозить длинные инвестиции в концепцию цифрового банка.

Первенство – у банков с немобильной аудиторией

Интернет-банки региональных банков и банков с немобильной аудиторией будут на одном уровне качества с сервисами диджитал-ориентированных банков, которые сокращают инвестиции в интернет-банк, перераспределяя ресурсы в мобильные приложения вслед за перетеканием аудитории.

Лидеры ориентируются на мобайл

Диджитал-ориентированные банки будут выстраивать маркетинговые и медийные стратегии для мобильных пользователей в первую очередь.

Ориентир Digital Office – продажи и поддержка

Цифровой офис будет развиваться от коротких экономических целей: больше продавать действующим клиентам и больше экономить на поддержке путем ее автоматизации. В интернет-банках будет появляться все больше небанковских продуктов – в первую очередь страховых и инвестиционных.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

markswebb

MARKSWEBB.RU

Сбор данных
Распределение весов критериев
Daily Banking
Распределение весов критериев
Digital Office



СБОР ДАННЫХ

Подготовка среды

Готовим продукты, доступы, историю операций, шаблоны и прочее, чтобы интернет-банк был готов для обследования.

В 2018 году в исследовании принял участие 31 банк:

- топ-10 рейтинга [Internet Banking Rank 2017](#);
- крупнейшие по количеству пользователей интернет-банки.

Кабинетное обследование

Моделируем сотни разных пользовательских сценариев и смотрим, как они реализуются в интернет-банке. В рамках кабинетного обследования проводится ряд тестовых операций через интернет-банк: платежи за услуги, переводы, создание шаблонов, изменение настроек карты, заказ и закрытие продуктов, получение справочной информации и т.д.

Юзабилити-тесты

В юзабилити-тестах принимают участие реальные клиенты российских банков в возрасте от 25 до 50 лет с разным опытом пользования интернет-банками. Каждый респондент выполняет 6-7 типовых заданий в трех случайно подобранных интернет-банках из тех, которыми он ранее не пользовался, а специалисты Markswebb измеряют, насколько успешно они с ними справляются, за какое время, насколько удобны те или иные интерфейсы. Каждый интернет-банк тестируется пятью респондентами.

Анализ данных, расчет оценок

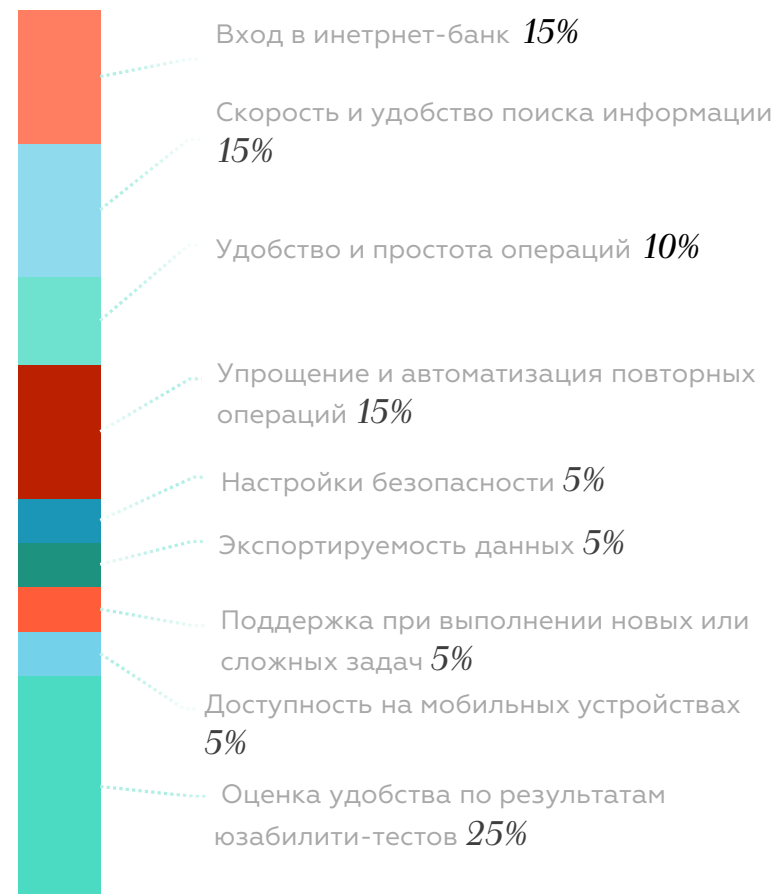
На основе собранных данных заполняются чек-листы: 400+ критериев для концепции Daily Banking и 200+ критериев для Digital Office. На основе экспертизы агентства всем группам критериев назначаются веса, которые отражают важность задачи пользователя при работе с дебетовой картой, значимость той или иной функции интерфейса. Итоговые оценки сервисов рассчитываются как сумма выполненных критериев, умноженных на их веса.

АНАЛИЗ ДАННЫХ И РАСЧЕТ ОЦЕНКИ РЕЙТИНГ DAILY BANKING

Функциональность



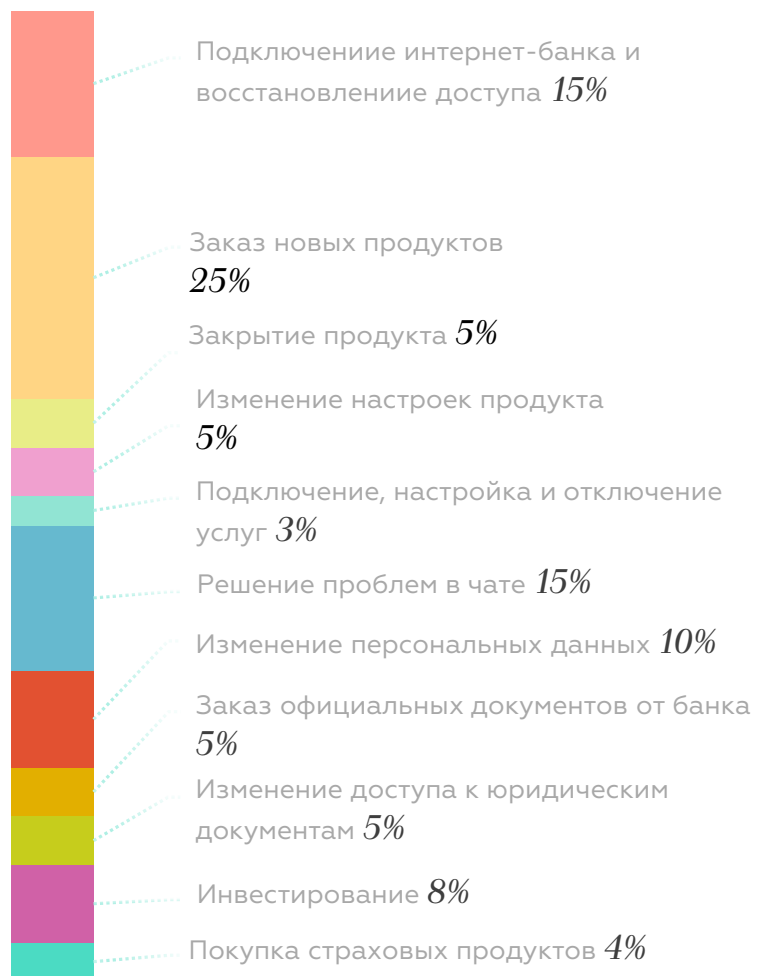
Удобство



Все данные, собранные в ходе кабинетного обследования и юзабилити-тестов заносятся в чек-листы, состоящие из 400+ критериев для бизнес-модели Daily Banking. На основе заполненных чек-листов рассчитываются оценки функциональности, удобства и итоговая оценка эффективности интернет-банка.

Диаграммы отражают распределение весов критериев оценок функциональности и удобства. Веса определяются экспертно агентством Marksw Webb и отражают, насколько та или иная задача востребована среди пользователей и какое их количество охватывает, а также насколько эта задача или операция критична для клиента.

АНАЛИЗ ДАННЫХ И РАСЧЕТ ОЦЕНКИ РЕЙТИНГ DIGITAL OFFICE



Оценка интернет-банков с точки зрения Digital Office рассчитывается на основе чек-листов, состоящих из 200+ критериев.

Диаграмма отражают распределение весов отдельных групп критериев при расчете оценок рейтинга Digital Office. Веса определяются экспертно агентством Marksw Webb и отражают, насколько та или иная задача востребована и важна для пользователей интернет-банка для частных лиц.



ОТЧЕТЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Краткий отчет

Основная информация для принятия решения о покупке исследования: описание методики и ключевые выводы.

Нужно больше?

По запросу на почту vasily@markswebb.ru пришлем демо-версию стандартного отчета и коммерческое предложение.

Стандартный отчет

Must-have специалиста по развитию ДБО для частных лиц. Включает в себя все данные, которые мы собрали по всем участникам исследования и результаты анализа этих данных.

- Детальное описание трендов развития интернет-банкинга
- Результаты сравнительного анализа и юзабилити-тестов
- Типичные проблемы
- Лучшие практики

Расширенный отчет

Стандартный отчет + Аудит

Проецируем результаты исследования на банк Заказчика, проводим аудит и выдаем детальные рекомендации, что изменить в интернет-банке для частных лиц, чтобы он отвечал потребностям клиентов и был удобным. Если банк Заказчика не участвовал в Internet Banking Rank 2018, исследуем его отдельно.

- Недостающий функционал
- Неудобства интерфейсов
- Рекомендации по улучшению



УСЛУГИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Закрытый Workshop

Серия мероприятий с продуктовыми, техническими и маркетинговыми командами Заказчика:

- образ продуктов;
- дорожная карта;
- идеи интерфейсов.

Юзабилити- тестирование

Юзабилити-тестирование по отработанной методике исследования интернет-банков «под ключ»:

- рекрутинг респондентов;
- составление сценариев тестирования;
- расшифровка и анализ данных;
- презентация результатов.

Pre-production аудит

Детальное обследование и оценка веб-сайтов, интернет- и мобильных банков для частных лиц на этапе проектирования, дизайна и технического тестирования.

Проектирование

На основе собранных в ходе исследования данных проектируем эффективный интернет-банк, которым будет удобно пользоваться:

- составляем карту пользовательских сценариев;
- продумываем информационную архитектуру;
- создаем интерактивные прототипы;
- разрабатываем системные требования.

ОБ АГЕНТСТВЕ

Консалтинговое агентство Markswebb

Консультант по широкому спектру вопросов, связанных с созданием и развитием онлайн-продуктов: сайтов, мобильных и десктопных приложений, личных кабинетов, CRM-систем, платформ для построения онлайн-сервисов.

Основная сфера компетенции агентства — электронные финансовые сервисы: интернет-банки, мобильные банки и другие финансовые приложения, веб-сайты финансовых организаций.

Ежегодно агентство проводит ряд независимых исследований финансовых онлайн-сервисов. Все исследования проводятся по собственной методике, в основе которой лежит качественный сравнительный анализ. У исследований нет спонсоров и внешних заказчиков.



markswebb

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

По вопросам получения отчета,
проведения аудита и проектированию

Василий Ефанов

Менеджер по работе с ключевыми
клиентами

vasily@markswebb.ru

+7 (495) 796-04-80



По вопросам методики и результатам
исследования

Олег Сим

Руководитель исследования

oleg.sim@markswebb.ru



markswebb.ru
+7 (495) 796-0480
hello@markswebb.ru