На потребы публике– 2024

Потребительский кредит — второй по объему (14 трлн рублей) кредитный продукт у россиян после ипотеки (18 трлн рублей). Россияне имеют дистанционные счета в среднем более чем в трех банках. Привлечение новых клиентов становится дороже для банка, и роль мобильного канала доминирует. Примерно такие выводы можно сделать по результатам третьего уникального исследования-рейтинга лучшего клиентского опыта заполнения онлайн-заявок на потребительский кредит с мобильного телефона по 107 параметрам

Текст

ВЯЧЕСЛАВ СЕМЕНИХИН,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР MPLACE

АЛЕКСАНДР ГЛАДЬКО,
УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР MPLACE

АРТУР МИКАЕЛЯН,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР SKILLHOUSE.RU, BANKLAB.RU

АЛЕКСАНДРА ЦАРЁВА,
НЕЗАВИСИМЫЙ КОНСУЛЬТАНТ ПО КОРПОРАТИВНЫМ КОММУНИКАЦИЯМ

В ходе анализа было исследовано 96 анкет от 16 банков. Более половины банков существенно модернизировали мобильную анкету, изменили практику допродаж и кросс-продаж сопутствующих продуктов, коммуникации в каналах SMS и e-mail. Мы обнаружили очень интересные практики интеграции с порталом «Госуслуги» и выявили уникальные паттерны использования сервиса. Мы также обратили внимание на способы сбора согласий и удобство ознакомления с ними: количество таких согласий варьируется от двух до 26, объем текста для ознакомления составляет от одной до 27 страниц, а возможность

РЕЗУЛЬТАТЫ РЕЙТИНГА

Банк	Общий рейтинг	Время	Автоматизация	Валидация	Дружелюбие	Поддержка	Коммуникация
Альфа-Банк	1	6	2	1	8	7	6
Росбанк	2	2	1	8	2	9	13
Банк «ФК Открытие»	3	7	3	13	7	3	1
Тинькофф Банк	4	1	10	4	9	8	5
Почта Банк	5	8	11	2	5	4	10
Банк ВТБ	6	3	8	15	1	6	8
Банк ГПБ	7	10	5	14	14	1	3
Банк «Русский Стандарт»	8	11	4	10	13	14	2
КБ «Ренессанс Кредит»	9	16	13	11	3	10	11
Совкомбанк	10	4	15	9	10	15	4
Россельхозбанк	11	14	9	16	6	2	9
Хоум Кредит Банк	12	12	16	6	4	10	7
ОТП Банк	13	5	6	12	12	5	13
Райффайзенбанк	14	14	12	3	11	12	15
МТС Банк	15	9	7	7	16	13	16
Московский Кредитный Банк	16	13	14	5	15	16	12

Можно выделить несколько лидеров рейтинга, которые заняли первые места в разных категориях:
1) **«Тинькофф»** — время (поиск, клики, страницы, поля, индикация);
2) **Росбанк** — автоматизация заполнения (внешние базы, маски, дополнительные документы);
3) **Альфа-Банк** — валидация телефона, почты и сбор согласий;
4) **ВТБ** — «Дружелюбие» (тональность обращения и отсутствие отягощающих заполнение полей, вопросов и процессов);
5) **Газпромбанк** — поддержка заявителя при подаче заявки (чат, телефон, обращение);
6) **банк «Открытие»** — рассмотрение заявки банком, дополнительные предложения, коммуникация с потребителем.

комфортного прочтения со смартфонов во многих случаях остается спорной. Составленный по итогам исследования рейтинг позволяет обратить внимание на лучший опыт с точки зрения выделенных шести показателей оценки в рамках методики определения «скорости и дружелюбия» онлайн-заявок на банковские продукты.

Контекст. Что происходит на рынке?

Потребительское кредитование в условиях высокой потребительской активности продолжает расти, несмотря на сохраняющиеся высокие ставки. В недавнем отчете ЦБ РФ констатировал рост с 0,9 до 2% в январе-феврале 2024 года. Объем портфеля в марте 2024-го составил 14,1 трлн рублей (+2% к февралю). Годовой прирост — 17,3%. 99.9% объема розничного необеспеченного кредитования — это рублевые кредиты.

1 января 2023 года в России начали действовать прямые ограничения на выдачу необеспеченных потребительских кредитов населению для банков с универсальной лицензией и микрофинансовых организаций (МФО). Речь идет о так называемых макропруденциальных лимитах. В соответствии с нововведениями ЦБ РФ доля кредитов с показателем долговой нагрузки заемщика выше 80% не должна была превышать 25% объема выдачи или 35% займов для МФО. Предельно допустимая доля необеспеченных потребкредитов на срок более пяти лет была ограничена планкой в 10%. Эти лимиты ежеквартально пересматривались, с 1 сентября для кредитов наличными с ПДН 50+ были введены микронадбавки.

Банк России повышает с 1 июля 2024 года надбавки к коэффициентам риска по необеспеченным потребительским кредитам, так как ускоряется рост задолженности по ним (в марте задолженность увеличилась на 1,8%, в феврале и январе — на 0,9%). По кредитам наличными задолженность в первом квартале 2024 года снизилась на 1,5%, по кредитным картам выросла на 11%. В кредитных картах большая часть задолженности (74%) приходится на карты, выданные заемщикам до введения макропруденциальных лимитов.

Таким образом, стратегии банков в политике выдач необеспеченных кредитов новым

РИСУНОК 1. ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЛИДЕРОВ РЕЙТИНГА



клиентам существенно ограничены регулятором и нуждаются в дополнительных инструментах для повышения продаж.

По данным НБКИ, количество выданных потребительских кредитов в первом квартале 2024 года составило 9,3 млн штук при среднем размере выданного кредита 156,4 тыс. рублей. Всего было зарегистрировано 50,8 млн заявок со средним уровнем одобрения 36% и уровнем взятия 50%.

Очевидно, что в такой ситуации повышенных ставок и рисков большинство банков концентрируют свои маркетинговые активности вокруг собственной клиентской базы и осторожно относятся к поиску и привлечению новых клиентов.

В то же время население продолжает «мобилизироваться», пользовательские привычки все больше концентрируются вокруг смартфона как главного инструмента нахождения и приобретения любых продуктов, в том числе и финансовых.

Как иллюстрация этой мобилизации, ниже приведены графики запросов на фразу «потребительский кредит» по данным сервиса «Яндекс поиск слов» с марта 2022-го по конец апреля 2024 года: мы видим тенденцию роста доли запросов со смартфонов при общем падении интереса к поиску продукта «потребительский кредит».

Самым простым объяснением того, что портфель на протяжении 2022–2024 годов фактически растет и при этом поисковые запросы снижаются, является проактивное удовлетворение спроса на необеспеченный кредит самими банками. То есть количество предложений от самих банков одновременно и формирует, и удовлетворяет спрос, снижая необходимость находить продукт путем поиска в интернете.

В этой ситуации конкуренция банков за финансово грамотного и ответственного клиента, который хочет получать все финансовые услуги прямо в смартфоне, приобретает особую значимость.

Рисунок 2. Динамика макропруденциальных лимитов (МПЛ)

МПЛ, %			С 01.09.2023 повышены макронадбавки для кредитов с ПДН 50+, %			
ПДН 50–80 (кредиты наличными)	–	–	–	30	25	25
Кредитные карты	–	–	–	20	10	10
ПДН 80+	25	25	20	5	5	5
Срок 5+ лет	10	10	5	5	5	5
	I кв. 2023	II кв. 2023	III кв. 2023	IV кв. 2023	I кв. 2024	II кв. 2024

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА



Алексей Волков,
директор по маркетингу Национального бюро кредитных историй (НБКИ)

Необеспеченное потребительское кредитование в первом квартале 2024 года остается под давлением макропруденциальных лимитов и высокой ключевой ставки. Но ситуация на рынке труда позволяет сохранять спрос на заимствования со стороны населения, что пока оставляет динамику портфеля в положительной зоне.

В сложившихся условиях для банков, специализирующихся на розничном кредитовании, повышается значимость маркетинговых инструментов, которые можно было бы быстро и просто внедрить в бизнес-процессы, чтобы добиться улучшения конверсионных метрик и снижения операционных затрат. В частности, в этот период мы видим значительный рост интереса к новой скоринговой модели НБКИ Take Rate Score, которая ранжирует клиентов по склонности к взятию кредита на интервале 30дней. X-sell-кампании, проведенные с использованием Take Rate Score, снижают затраты до 10% при повышении конверсионных метрик.

В области управления рисками банки обеспокоены растущим объемом банкротств частных заемщиков, что приводит к кардинальному росту потерь при дефолте LGD. Для купирования данного риска в процесс андеррайтинга кредитных заявок активно внедряется модель НБКИ Bankrupt score, ранжирующая клиентов по вероятности банкротства на 12-месячном горизонте.

С точки зрения новых регуляторных новелл в розничном кредитовании банки готовятся к окончанию переходного периода в методике расчета показателя долговой нагрузки (ПДН). Согласно Указанию Банка России № 6579-У, с 1 июля 2024 года единственным способом учета текущих обязательств заемщика останется использование сведений о среднемесячных платежах (ССП) из всех квалифицированных бюро кредитных историй (КБКИ). Поэтому уже в первом квартале 2024 года многие банки протестировали и внедрили в свои бизнес-процессы сервис НБКИ «ССП из всех КБКИ в режиме одного окна».

Ключевые показатели необеспеченного потребительского кредитования в первом квартале 2024 года

Показатель	Значение
Количество заявок на получение потребительского кредита	50,8 млн шт.
Количество одобренных заявок на получение потребительского кредита	18,5 млн шт.
Количество выданных потребительских кредитов	9,3 млн шт.
Средний размер выданного кредита	156,4 тыс. рублей

Конверсионные показатели необеспеченного потребительского кредитования в первом квартале 2024 года

Показатель	Значение
Уровень одобрения (Approval rate). Отношение количества одобренных заявок к количеству всех заявок	36%
Уровень взятия (Take rate). Отношение количества выданных кредитов к количеству одобренных заявок	50%

Ведь, по данным ЦБ РФ, в среднем на одного жителя открыто 7,8 счетов в кредитных организациях, а общее количество счетов с дистанционным доступом составляет 376 744.9 тыс. единиц. Это означает, что средний российский гражданин имеет более трех активных банковских счетов.

Наше исследование посвящено как раз теме привлечения нового клиента из канала «смартфоны» — это третье исследование практики заполнения заявок на потребительские кредиты.

Методика. Что нового?

В целом, мы продолжаем неоднократно описанную методику оценки онлайн-заявок на финансовые продукты от поиска в интернете («Яндекс» и Google Search) на мобильных платформах iOS и Android с использованием основных браузеров (Chrome, Safari, «Яндекс»). Все исследователи не имели открытых счетов в исследуемых банках на протяжении последних пяти лет.

Две трети исследователей имели рейтинг 800+ (ПКР) по оценке НБКИ, что позволило нам проверить сценарии заполнения заявок статистически надежными заемщиками и наблюдать различные реакции и предложения исследуемых банков при обработке дистанционной анкеты. Данные были собраны в период с 22 апреля по 8 мая 2024 года.

В 2024 году мы уделили особенное внимание практике получения согласий при оформлении онлайн-заявки, тщательно собрали все тексты требуемых согласий и проанализировали их с точки зрения читабельности в мобильном устройстве с учетом результатов в подразделе «Валидация», что повлияло на средние веса показателей и рейтинг банков. Лучшую практику в сборе согласий показали те банки, где меньше «галочек» и текста и где согласия хорошо сверстаны для чтения на мобильном телефоне. Также проанализировали и учли все установленные по умолчанию показатели срока и суммы предлагаемых кредитов. Добавили к учету все кнопки «Далее» при заполнении онлайн-анкеты, рассматривая их как объективные клики, число которых достигало на примерах некоторых из банков аж 22 штук (!). Наконец, мы изучили и учли в рейтинге количество полей выбора в полях-рубрикаторах. Например, часть банков в поле «Цель кредита» предлагает выбор из 27 позиций, а часть — только из двух.

Для профессионалов отметим, что мы тестировали только сценарии онлайн-заявки без портала «Госуслуги» и с ним. Мы не тестировали сценарии ответа на СМС для отправки выписки из пенсионного фонда (СМС с номера 0919), прихода в отделение банка с документами и прочие офлайн-сценарии.

27 апреля 2024 года, уже после начала исследования, был опубликован доклад ЦБ для общественных консультаций «Подходы к регулированию дистанционных каналов продаж в целях защиты прав потребителей финансовых услуг (потребительские кредиты (займы) и вклады)», из которого следует, что Банк России обеспокоен возможностью манипуляций практиками продажи через дистанционные каналы финансовых продуктов, не соответствующих интересам потребителей. Регулятор выделил 19 проблемных моментов, в числе которых:

- автоматическое проставление за потребителя любых отметок об ознакомлении/согласии с теми или иными документами, условиями предоставления кредита (займа), дополнительными услугами и (или) проставление единой отметки о согласии с перечнем документов, условий и (или) услуг;
- автоматическое заполнение за потребителя отдельных параметров кредитной заявки (сумма, срок кредита (займа), доход заемщика);
- использование в процессе клиентского пути текстовых формулировок и иных приемов, подталкивающих потребителя к определенному решению (выбору);
- ознакомление с полным комплектом документов по кредиту (займу) и предлагаемым дополнительным услугам только на этапе согласования (подписания) сделки (документов);
- непредоставление возможности сохранить, переслать, распечатать договор потребительского кредита (займа), вклада, а также при необходимости получить бумажный экземпляр.

Наше исследование оказалось первым независимым объективным исследованием заполнения заявок на потребительский кредит, которое учитывает многие из пунктов обеспокоенности, указанных мегарегулятором.

Как изменились «скорость и дружелюбие»?

За 2023 год все банки в той или иной степени поменяли онлайн-анкету и/или способы коммуникации в каналах SMS/e-mail. Мы не увидели ни одного банка, который оставался бы статичным по всем показателям.

Среднее время заполнения не изменилось за год, если не учитывать используемую нами в 2024 году практику чтения согласий. Она замедляет заполнение анкеты в среднем на 2,4 минуты, и в этом смысле выигрывают банки, где согласия умещаются на 1-2 страницах мобильного экрана с хорошо читаемым текстом. У шести банков некоторые из согласий представлены в форме PDF-файлов, которые трудно прочитать на экране мобильного телефона.

Технологии сбора и обработки данных: лучшую практику «бесшовного» использования данных с портала «Госуслуги» для заполнения анкеты мы обнаружили в сценарии Росбанка.

Внимание на согласия: удобство чтения на мобильных устройствах и количество согласий. Вопросы к текстам согласий и количеству «галочек», которые необходимо поставить для продолжения работы с заявкой на кредит. У шести банков часть согласий — в форме PDF-файлов, которые трудно прочитать с мобильного телефона.

СМС и электронная почта для коммуникации стали использоваться заметно меньше (27%), снизилось количество предложений сопутствующих продуктов (34%). Уменьшилось количество персональных обращений с использованием имени или имени и отчества (22%).

Обратную связь собирают шесть из 16 исследованных банков. Мы выделили лучший опыт по сбору обратной связи.

Утечка данных: если в 2021 году мы констатировали постоянную утечку данных из банков, то настоящее исследование подтверждает, что информационная безопасность работает хорошо. Никто из более 10 исследователей не получил спама в SMS- или e-mail-каналах.

Для кого предназначены результаты

Исследование будет полезно широкому кругу руководителей финансовых институтов, принимающих стратегические решения, в частности членам правлений банков и топ-менеджерам, курирующим:

- продажи;
- цифровую трансформацию;
- цифровой офис, клиентский сервис;
- маркетинг;
- IT и технологическую поддержку продаж и маркетинга;
- информационную безопасность (особенно в части задач привлечения новых клиентов).

Рекомендуем его руководителям следующих подразделений:

- маркетинга (пользовательский опыт, лояльность, стоимость привлечения);
- рисков (используемые для оценки риска заемщика параметры, анкетные формулировки для потребителя);
- финансов (стоимость привлечения);
- цифровых офисов (пользовательский онлайн-опыт, скорость загрузки, технологии, используемые для создания посадочных страниц на платформах);
- клиентских сервисов (показатели лояльности, технологии поддержки онлайн-заявки, чаты, телефон поддержки и т.д.);
- IT (в части используемых технологий, стандартов тестирования и поддержки);
- информационной безопасности (в части доступности содержания полей и записи контактных данных потенциальных пользователей).

И, конечно, рекомендуем это исследование руководителям продукта «Потребительский кредит», если они привлекают или планируют привлекать новых клиентов через интернет-каналы.

Результаты исследования представляют ценность для тех, кто хочет обогнать конкурента в стоимости привлечения мобильных клиентов, уменьшить маркетинговые затраты на привлечение новых клиентов, снизить себестоимость обработки заявок и показатели отказа от заполнения, повысить конверсии, увеличить кросс-продажи. В материалах исследования вы найдете лучший опыт по каждому из показателей, а также сможете запросить экспертную консультацию и рекомендации касательно практики вашего банка. Б.О