

ОБЫГРАТЬ В КЭШБЭК

ПОЧЕМУ ТАК СЛОЖНО ЗАРАБОТАТЬ НА БАНКОВСКИХ ПРОГРАММАХ ЛОЯЛЬНОСТИ



Банки активно продвигают свои продукты, предлагая весьма заманчивые программы лояльности с выгодным кэшбэком. На практике обыграть банк и получить за свои покупки действительно большое вознаграждение нереально — банки ограничивают выплаты кэшбэка различными способами.

Сегодня продвижение на российском рынке банковских карт, в первую очередь дебетовых, невозможно без программ лояльности. Это могут быть начисление бонусов, скидки от партнеров или кэшбэк. В большинстве банков предпочитают смешанные варианты. «Изначально программы лояльности прорабатывались банками как средство увеличения транзакционной активности по карте», — рассказывает главный управляющий директор Совкомбанка Андрей Спиваков. Однако сейчас, отмечает эксперт, банки начали пересматривать свой подход к начислению кэшбэка, поскольку покупательское поведение клиентов сильно отличается от ожиданий кредитных организаций. Банковские клиенты стали заводить с десяток карт, чтобы каждую использовать преимущественно в категориях с повышенным кэшбэком. «Проанализировав статистику клиентских трат, банки сначала ограничили размер кэшбэка максимальной суммой, потом стали развивать его подвиды — основной, приветственный (для новых клиентов), для „любимых“ категорий, повышенный за покупки после определенной суммы», — поясняет Андрей Спиваков. — В итоге банки получили своеобразный конструктор, который клиенты стали собирать сами, исходя из своих нужд, тщательно исследовав рынок многочисленных категорий». Эта «игра» позволила держателям карт самим выбирать и переходить между необходимыми и наиболее желанными категориями. Чтобы выиграть в этой игре существенные суммы, необходимо четко знать ее правила.

Кэшбэк не бесконечен

Кэшбэк (или бонусные баллы) может быть категорийный, то есть начисляться в повышенном размере по покупкам в определенных категориях — «Рестораны», «АЗС», «Супермаркеты» и т. д. Его размер может достигать до 10%. Может быть базовым, за все остальные покупки (обычно 1%). Кроме того, кэшбэк может быть по партнерским программам, то есть от определенных магазинов (до 30%). Но главное — он в большинстве случаев конечен.

Максимальная сумма кэшбэка в большинстве банков ограничена. По словам Андрея Спивакова, в настоящее время в среднем по рынку кэшбэк редко превышает 6–7 тыс. руб. в месяц. Впрочем, подобное ограничение не является закрытой информацией. По словам начальника управления перекрестных продаж и развития отношений с клиентами банка «Ренессанс-Кредит» Никиты Вобликова, предельный размер кэшбэка всегда указан в условиях обслуживания карты, и зависит он от многих показателей, в том числе и от стоимости обслуживания

карты. По словам начальника управления дебетовых карт и программ лояльности ХКФ-банка Георгия Сорокина, кэшбэк по оплате покупок кредитными картами обычно выше, чем по дебетовым, хотя все зависит от программ лояльности конкретного банка. При этом, отмечает эксперт, в отдельных банках размер партнерского кэшбэка не ограничен.

Легко злоупотребить

Второй скользкий момент с кэшбэком — это риск показаться банку злоупотребляющим программой лояльности. И в итоге не получить ничего. Большинство банков смотрят на соотношение операций с повышенным начислением кэшбэка и остальных операций. И если соотношение банк не устроит — в кэшбэке могут отказать. Эксперты отмечают, что порой, по мнению банка, допустимое с точки зрения банка соотношение транзакций с повышенным начислением кэшбэка — не более 40% в общем объеме. Хотя идеальное же соотношение, с точки зрения кредитной организации, 20–30% операций с повышенным кэшбэком и, соответственно, 70–80% — обычных.

Банки в правилах пользования картами эти пропорции обычно не указывают. Потому клиенты банков время от времени сталкиваются с проблемами начисления кэшбэка. По словам Никиты Вобликова, информация о необходимом соотношении трат в любимых категориях и стандартных не публична, формулировки про злоупотребление расплывчатые, и потому заранее угадать «правильное» соотношение не всегда возможно.

Так, в начале года были жалобы клиентов Альфа-банка, не получивших кэшбэк в категории «АЗС» (10%). В договорах с клиентами был пункт 1.12, который давал право банку приостановить начисление кэшбэка в случае злоупотреблений со стороны клиента. В Альфа-банке пояснили, что изначально программа лояльности разрабатывалась в расчете на среднестатистического клиента, однако увидели рост тех владельцев карт, которые нацелены на получение именно выгоды, что приводит к убыткам банка. «Банк вынужден либо ухудшать программу лояльности для всех, либо, следуя четким и прозрачным правилам, ограничить сверхлимитное получение бонусов только небольшой части клиентов, обычно это 1–2%, которые злоупотребляют программой», — отметили в банке.

ТЕКСТ **Марина Копырина**
ФОТО **Reuters**

КОЛИЧЕСТВО ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ, ЭМИТИРОВАННЫХ КРЕДИТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, ПО ТИПАМ КАРТ Источник: ЦБ.

