

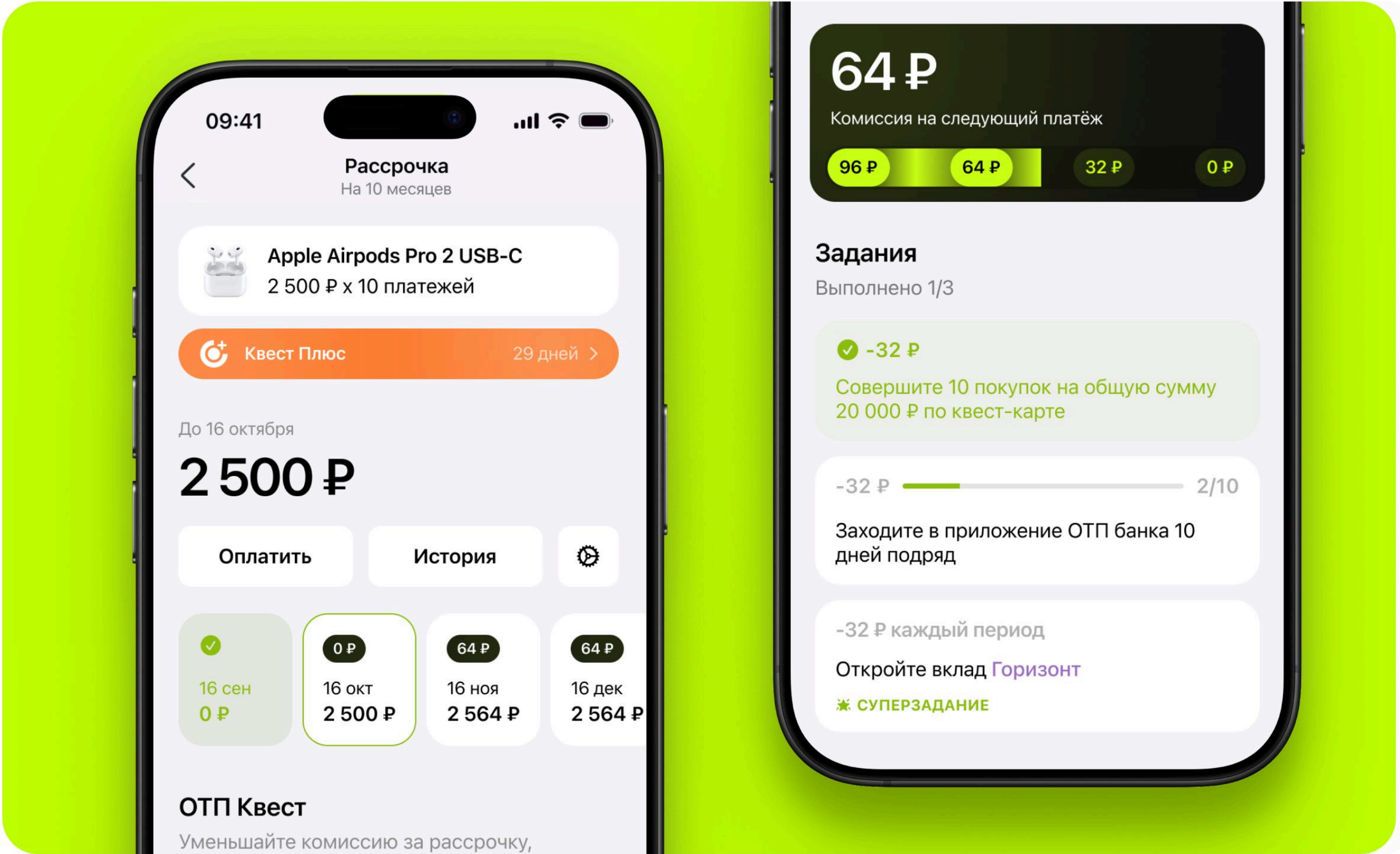
Сжигайте комиссию любой рассрочки, выполняя простые задания



С новой дебетовой картой ОТП Квест



Обслуживание и открытие	0₽
Комиссия за рассрочку	до 0%
Кэшбэк по карте	5%



Проблема

Рост популярности рассрочек и магазинов-партнеров оборачивается для банков падением маржинальности, а иногда и убытками

Предложение

Карта рассрочки, комиссия по которой гасится активностью в приложении и использованием другими продуктами банка

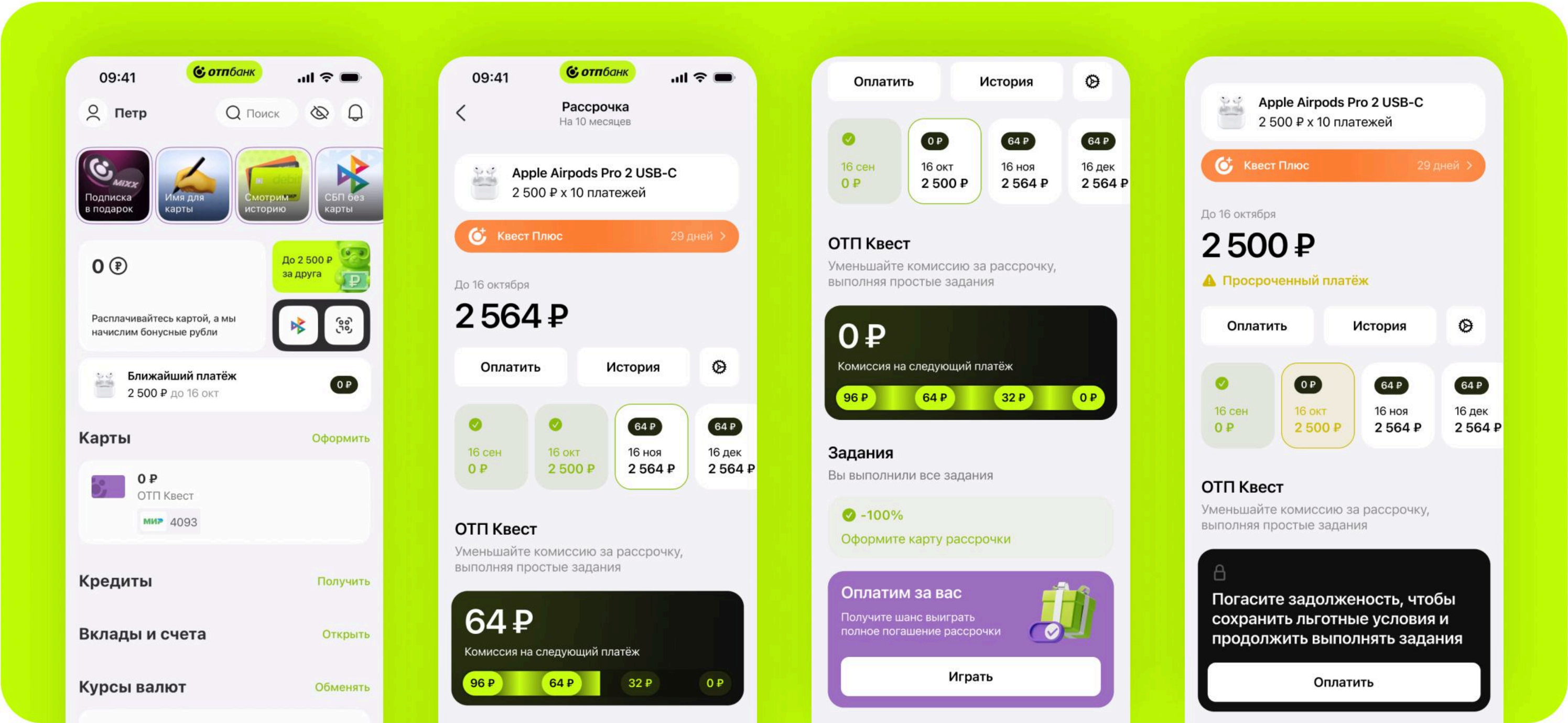
Ценность

Карта в первую очередь приводит в банк новых активных клиентов, за счёт чего увеличивается использование других продуктов.

Полученная от партнёров комиссия частично направляется на покрытие рассрочки, заменяя традиционный формат скидок.

Мини-игра и формат заданий повышают вовлечение и MAU, вызывая привыкание и заставляя возвращаться в банк снова и снова

Подписка даёт банку возможность дополнительно зарабатывать и частично покрывать комиссии, а клиенту множество выгодных условий, win-win



Проблемы банков

Инсайты на основе открытых исследований Frank Research, “Халва”, NAFI, Обсерватория Финтеха, Tinkoff Research, Deloitte, Совкомбанк, РБК, VC.RU.

1. Падение маржинальности

Рассрочка часто работает за счёт дисконта со стороны магазинов-партнёров (до -5% от чека), что уменьшает доходность для банков и может приводить к убыткам при масштабировании

2. Отсутствие контроля над конверсией

Скидки от партнёров не гарантируют, что пользователь вернётся или воспользуется другими банковскими продуктами.

3. Высокая стоимость удержания

Стимулирование активности клиентов требует постоянных расходов на маркетинг, акции, кешбэк-программы, без устойчивой привязки к экосистеме банка.

4. Риск каннибализации доходов

Использование рассрочек без комиссий снижает интерес к другим продуктам, при этом конверсия в экосистемные продукты низкая.

5. Ограниченная дифференциация

При похожих условиях (3–10 месяцев, кешбэк, подписка) трудно удержать внимание молодёжной аудитории без нового UX и формата вовлечения.

Сегменты ЦА

На основе интервью, опросников и открытых исследований



Экономные

Ищет способ сэкономить на крупных покупках без переплат. Ценит простоту, прозрачные условия, не хочет платить проценты, готов выполнять понятные задания, если это даёт прямую выгоду.



Геймифицированные

Молодёжь с высоким уровнем вовлечения в приложения, привыкшая к прогресс-барам, уровням, достижениям. Видит ценность в "заработке" выгоды, а не получении её пассивно.



Финансово осознанные

Начинает управлять личными финансами, пробует разные инструменты. Подписка и рассрочка — понятный формат. Задания — способ обучиться новому



Импульсивные

Часто совершает покупки "здесь и сейчас", не планирует. Рассрочка — возможность не ограничивать себя. Подписка — вторична, но скидки и продление рассрочки мотивируют остаться.



Максимизаторы выгоды

Постоянно сравнивает предложения банков, использует кешбэк, кэш-офферы, кредитки. Готов оплачивать подписку, если выгода перекрывает стоимость.

Рынок POS-кредитов и карт рассрочки

Инсайты на основе открытых исследований Frank Research, “Халва”, NAFI, Обсерватория Финтеха, Tinkoff Research, Deloitte, Совкомбанк, РБК, VC.RU.

1. Снижение POS-кредитования

Рынок POS-кредитов в РФ сократился на 15–20% в 2023 году из-за ужесточения условий и сокращения партнёрских сетей

2. Рост карт рассрочки

Количество активных пользователей карт рассрочки в России превысило 12 млн, из них «Халва» — более 8 млн клиентов, и доля продолжает расти

3. Спрос на подписочную модель

43% пользователей финансовых сервисов в России готовы платить подписку ради прозрачных условий и бонусов

4. Популярность геймификации

Более 60% молодёжи (18–30 лет) активнее используют банковские продукты, включающие простую систему квестов и баллов

5. Критичность UX и прозрачности

62% клиентов банков отказываются от участия в программах, если условия рассрочки или кэшбэка запутанные

6. Платёжная дисциплина падает без мотивации

После окончания грейс-периодов до 35% клиентов уходят с карты рассрочки из-за отсутствия стимулов продолжать

Конкуренты

Халва, Т-Банк, ВТБ, Альфа, Сбер, Русский стандарт, МТС

Все карты монетизируют клиента, но не используют его поведение для возврата и вовлечения



ОТП Квест-карта

Дебетовая карта с возможностью беспроцентной рассрочки за выполнение простых заданий в приложении



Для банка

Клиент становится активным пользователем банка и его экосистемы

Для клиента

Можно полностью покрывать сумму комиссий за рассрочку лишь за счёт своей активности



Как это работает?

1



Клиент оформляет рассрочку на товар и вместе с этим выпускает дебетовую карту

2



Заходит в приложение и видит список простых заданий на месяц, за выполнение которых можно полностью погасить рассрочку

3



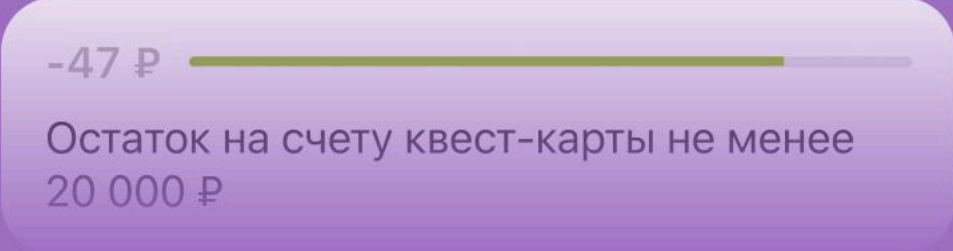
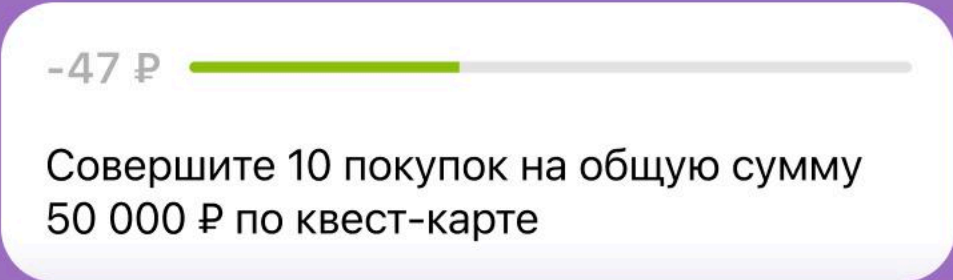
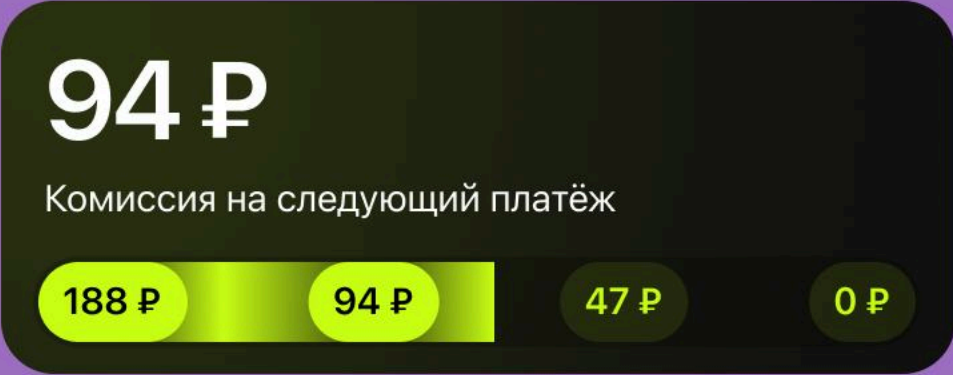
Выполняет эти задания, и комиссия на следующие платежи уменьшается пропорционально его прогрессу

4



Клиент закрывает рассрочку, погасив комиссию своей активностью, привыкнув к карте и банковскому приложению

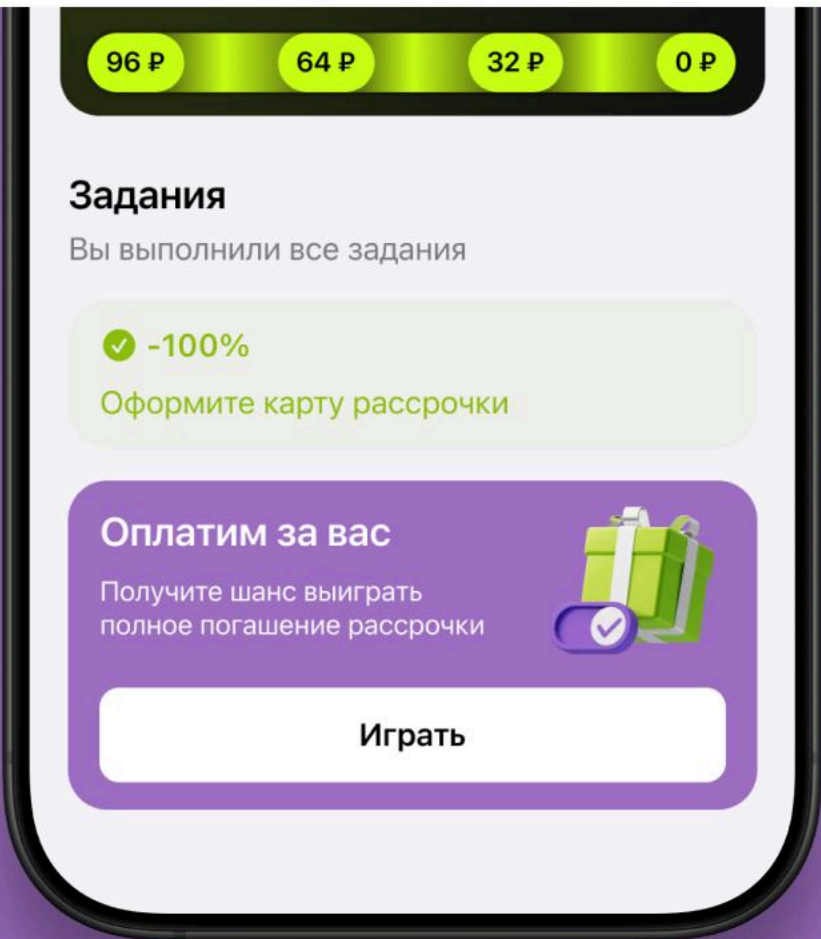
Выдвинули 4 основные гипотезы механик



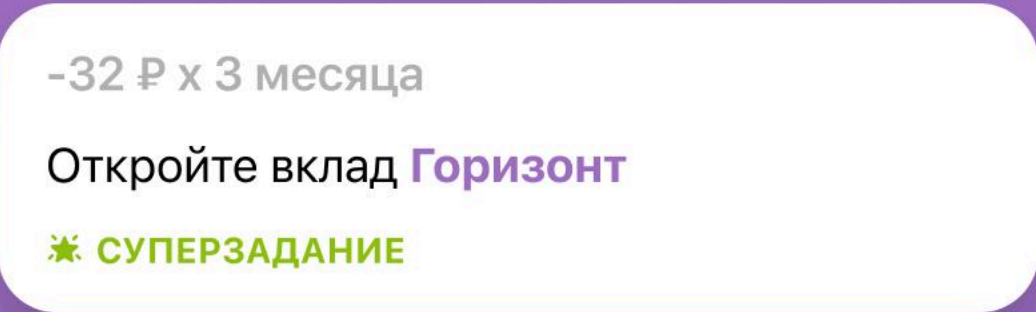
Если внедрить механику беспроцентной рассрочки, выдаваемой при условии регулярной доходогенерирующей активности клиента, и при этом будет списывать кэшбэк на погашение процентов с согласия клиента, то не менее 65% подключившихся клиентов сохранят нужный уровень активности в течение первых 3 месяцев, что обеспечит финансирование рассрочки без потери маржинальности.

Квест Плюс	
Рассрочка у партнеров	До 10 месяцев
Рассрочка в любых магазинах	3 месяца
Кэшбэк	До 10%
Повышенная ставка по вкладам	До +4%
Рефинансирование кредитов	До 24 месяцев
Стоимость подписки	399 Р/мес 3 799 Р/год

Если внедрить платную подписку по модели «Халва.Десятка», то это позволит покрыть банковские расходы на рассрочку за счёт фиксированной платы, а пользователи будут получать лучшие условия, что обеспечит удержание не менее 60% подписчиков в течение 3 месяцев и рост средней длительности рассрочки на 30% по сравнению с бесплатной моделью.



Если после выполнения основного пула заданий пользователь получает доступ к мини-игре с соревнованием за максимальный балл недели, это активирует эффект соревновательности и повышает эмоциональную вовлечённость. В результате среднее время взаимодействия с продуктом может вырасти до 40% в первый месяц, а повторные входы в раздел заданий – не менее чем на 25% в течение 4 недель.



Если мы добавим в механику квеста доп. задания, требующие значимых усилий (например, открытие вклада или оформление кредита), и предоставим за их выполнение возможность списания комиссии за 3 и более месяцев вперёд, то доля клиентов, начавших пользоваться дополнительными продуктами банка, вырастет на 15% в течение 3 месяцев после запуска, при этом не менее 30% пользователей хотя бы раз выберут такое задание.

Портрет ЦА

Дима 20 лет

Гео

Россия

Интересы

Техника (преимущественно гаджеты), медиасфера

Ценности

Ценит качество; быстрота получения желаемого товара; ищет выгоду

Поведение

Перед покупкой проверяет отзывы, импульсивные покупки (“здесь и сейчас”), покупки в онлайне (удобство превыше всего)

Использование соц. сетей

Telegram, Instagram, ВКонтакте, YouTube, TikTok

Тех. продвинутость

Высокая. Активно пользуется банковскими приложениями, знаком с механикой кэшбека. Онлайн-шоппинг

Стадия жизненного цикла	Осознание потребности	Поиск и сравнение информации	Оформление рассрочки	Активация подписки	Использование карты	Заккрытие рассрочки	Лояльность
Действия клиента	Хочет купить товар (до 50к) Поиск способов приобрести товар	Сравнивает карты разных банков, условия по ним на сайтах, читает отзывы	Оформляет POS-кредит и выпускает цифровую карту для управления рассрочкой, загружает приложение и получает 1 месяц подписки	Заходит в раздел “Ближайший платёж” Видит комиссию на сл месяц Видит задания Соглашается активировать подписку бесплатную	Выполнение заданий, мониторинг прогресса, платит картой, уменьшает ежедневные комиссии	Вносит последний платеж Проверяет статус рассрочки Продолжает пользоваться картой	Продолжает пользоваться картой как дебетовой Получает персональные предложения Оформляет новую рассрочку
Точки касания	Наружная реклама, реклама в магазинах-партнерах и баннеры	Поисковики, опыт друзей/коллег, сайт банков, соцсети	Магазин-партнер банка, мобильное приложение, пуш и емэйл одобрен...	Мобильное приложение, пуш уведомление и емэйл	Мобильное приложение, пуши, экран с рассрочкой и прогрессом	Мобильное приложение, Push-уведомления со спецпредложением, экран с подтверждением закрытия рассрочки	Мобильное приложение, Push-уведомления и емэйл, спецпредложения
Эмоции							
Цели и ожидания	Приобрести желаемый товар сейчас Найти способ купить без больших процентов	Найти максимально выгодные условия с минимальными затратами Разобраться в механике “задние = 0р комиссии”	Быстро и без переплат выплатить нужную сумму; не получить скрытые платежи, не ошибиться	Снизить комиссию масимально Получить понятную механику	Добиться 0 рублей комиссии за месяц Удобно управлять рассрочкой	Убедиться, что рассрочка закрыта Никаких доп платежей	Чтобы условия стали лучше Чтобы активность помогла в будущих рассрочках Повторно получить беспроцентный период
Опасения	Страх быть обманутым на деньги Боязнь кредитных продуктов	Условия окажутся скрытыми Преплата больше, чем обещают	Страх оформить кредитку вместо дебетовой с рассрочкой Страх доп трат Страх слететь с условий	Подписка не окупится Задания слишком сложные Комиссия не снизится достаточно	Не успеет выполнить задания Появятся скрытые списания	Скрытые комиссии после закрытия Что-то “не досчитаи”	Карта станет невыгодной Подписка перестанет окупаться
Боли/барьеры	Ограниченный бюджет Мало знаний о рассрочках	Недостаточно понятно прописаны условия использования Не понимает значимости карты (её оформления)	Непонииание условий выдачи карты Много шагов в оформлении	Нет денег на подписку нет времени выполнять задания	Нехватка денег или времени Не всегда понимает, как задания влияют на выгоду	Тревога, что что-то осталось Недоверние к банкам из-за прошл...	Карта может быть бесполезной без рассрочки Необходимость подписки для выг...

Проект полностью окупится в 2027 году

NPV ~21,8 млн. руб.

DPP 7,65 кварталов

LTV 19 724 руб.

CAC 536 руб.

ARPPU 2175 руб.

ROI 13,6%

Юнит-экономика + переменные расходы								
Год	2026				2027			
Квартал	1-квартал	2-квартал	3-квартал	4-квартал	1-квартал	2-квартал	3-квартал	4-квартал
Расход на рекламу	10860000	11240100	11633503.5	12040676.12	12462099.79	12898273.28	13349712.84	13816952.79
CTR (задаём экзогенно)	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%
Количество привлечённых пользователей (охват рекламы)	20250000	20250000	20250000	20250000	20250000	20250000	20250000	20250000
Выручка	22031142.75	20129992.12	20129992.12	20129992.12	20129992.12	20129992.12	20129992.12	20129992.12
Клики	810000	810000	810000	810000	810000	810000	810000	810000
CR (задаём экзогенно)	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Оформления карт	20250	20691.00816	21141.62068	21602.04672	22072.5	22553.1989	23044.36654	23546.23092
CAC	536.2962963	543.2359753	550.2654539	557.385894	564.5984726	571.9043821	579.3048301	586.80104
ARPPU	2175.915333	1945.771996	1904.29981	1863.711562	1823.988413	1785.111923	1747.064046	1709.827121
ACL (задаём экзогенно, лет)	2.5							
LTV	19724.24675							
AVG PRICE	815.96825	729.6644983	714.1124287	698.8918359	683.9956548	669.416971	655.1490172	641.1851706
Переменные расходы, в т.ч.:	2379375	2425225.816	2472037.068	2519829.672	2568625	2618444.89	2669311.654	2721248.092
Выпуск карты	2025000	2069100.816	2114162.068	2160204.672	2207250	2255319.89	2304436.654	2354623.092
Обслуживание карты	354375	356125	357875	359625	361375	363125	364875	366625

Финансовые драйверы

Рост доходов за счёт подписки, партнёрской комиссии и роста оборота по карте

Снижение оттока за счёт геймифицированной вовлечённости

Рост транзакционности — пользователи совершают в среднем 3+ действия в месяц

Масштабируемость: низкая CAC против высокой LTV при экспансии

shift happens



Давид
Камбетов
@davideeeex

Product Manager



Егор
Замотов
@zam1812

Financier



Геннадий
Овсяник
@Bulbashenk0

Financier



Никита
Сыч
@wayk1ts

Product Designer



Ксюша
Гулько
@K_Kirdusen

Designer

Summary	Анализ	Решение	Механики	CJM	Экономика	Команда	Приложение
Использование существующих модулей банка и поэтапный запуск (сначала базовые функции, затем подписка) может снизить стоимость до 1,5-3 миллионов рублей.							
CAPEX				Постоянные расходы			
Доработка мобильного приложения (4 - 6 мес.), внедрение карты с рассрочкой				Проект будет вынесен на аутсорсинг			
Новые экраны и функциональность			800000	Обслуживание приложения		50000	
Интеграции с внутренними системами			1000000	Технические расходы		8000	
Система кешбэка и расчетов			500000	SMM обслуживание		25000	
Тестирование и доработки			300000				
Всего:			2600000	В месяц:		83000	
Внедрение карты в существующий сайт банка (4 - 6 месяцев)							
Лендинг продукта			500,000.00	Хостинг		10000	
Онлайн-заявка			600,000.00	SSL-сертификат		500	
Личный кабинет (ЛК)			800,000.00	SMM обслуживание		25000	
Кросс-продажи			200,000.00	Веб-аналитика		1500	
Тестирование			300,000.00	Прочие расходы		3000	
Всего:			2,400,000.00	В месяц:		40000	
Сайт с партнёрами (4-6 месяцев)				Хостинг		10000	
Фронтенд			800000	SSL-сертификат		500	
Бэкенд			1200000	SMM обслуживание		25000	
ЛК партнёра			900000	Веб-аналитика		1500	
Интеграции			500000	Прочие расходы		3000	
Админ-панель			400000		Персонал		
Всего:			3800000	В месяц:		40000	
Отдельный промосайт продукта (4-6 месяцев)				Хостинг		10000	
Дизайн и вёрстка			600000	SSL-сертификат		500	
Программирование			900000	SMM обслуживание		25000	
Функциональность			500000	Веб-аналитика		1500	
Интеграции			300000	Прочие расходы		3000	
Контент			200000				
Всего:			2500000	В месяц:		40000	
Итого:			11300000			203000	

Предполагаемая доля рынка POS-кредитов			2026				2027			
	2024	2025	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Предполагаемая доля рынка	0.80%	0.85%	0.86%	0.87%	0.89%	0.90%	0.91%	0.93%	0.94%	0.96%
Доля POS-кредитов ОТП банк	15%	15.45%	15.58%	15.82%	16.05%	16.29%	16.54%	16.79%	17.04%	17.29%
Среднее кол-во покупок в год	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3
Средний чек тыс, руб	33.2	38.3	39.07	39.85	40.64	41.46	42.29	43.13	43.99	44.87
Средний срок, мес.	7	7	7	7.00%	7	7	7	7	7	7
Коэффициент оборачиваемости	1.36	1.42	0.36	0.37	0.37	0.38	0.38	0.39	0.39	0.40

Период	1	2	3	4	5	6	7	8
	2026				2027			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
	1	2	3	4	5	6	7	8
CAPEX (инвестиции)	11300000							
Постоянные расходы	203000	203000	203000	203000	203000	203000	203000	203000
Расходы на маркетинг	10860000	11240100	11633503.5	12040676.12	12462099.79	12898273.28	13349712.84	13816952.8
Переменные расходы	2379375	2425225.816	2472037.068	2519829.672	2568625	2618444.89	2669311.654	2721248.09
Расходы	24742375	13868326	14308541	14763506	15233725	15719718	16222024	16741201
Доходы	13825990	14798910	17243957	18795351	20657075	22581821	24570724	26631275
EBIT	-10916385	930584	2935416	4031845	5423350	6862103	8348700	9890074
Налог	0	232645.927	733854.0091	1007961.326	1355837.517	1715525.822	2087174.921	2472518.59
Чистая прибыль	-10916385	697938	2201562	3023884	4067513	5146577	6261525	7417556
ЧДП по годам				-4993001				22893171
ЧДП (накоп.)	-10916385	-10218447	-8016885	-4993001	-925488	4221089	10482614	17900170
ЧДП (диск. накоп.)	-11462204	-11265838	-9280546	-6069024	-1181184	5656663	14750091	26446703
Ставка дисконтирования (ROI)	12%							
NPV	13.60%							
PP	21791433							
PI	1.91	7,66 кварталов						
IRR	2.93							
DPP	23%							
	1.91	7,65 кварталов						

12 месяцев	Column2	Column3	Column4	Column5	Column6	Column7	Column8	Column9
Расходы по POS-кредитам								
Год	2026				2027			
Квартал	1-квартал	2-квартал	3-квартал	4-квартал	1-квартал	2-квартал	3-квартал	4-квартал
Доля POS-кредитов ОТП банк	22.0%	23.0%	24.0%	25.0%	26.0%	27.0%	28.0%	29.0%
Кол-во активных пользователей, млн	2000000.00	2100000.00	2400000.00	2566666.67	2766666.67	2966666.67	3166666.67	3366666.67
Кол-во пользующихся POS-кредитами	666666.67	700000.00	800000.00	855555.56	922222.22	988888.89	1055555.56	1122222.22
Средний чек, тыс. руб.	36600.00	37310.00	38040.00	38770.00	39530.00	40300.00	41080.00	41880.00
Макс процент по рассрочке (годовой)	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
Средний срок, мес.	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
Кол-во людей, соблюдающих условие беспроцентной рассрочки	533333.33	560000.00	640000.00	684444.44	737777.78	791111.11	844444.44	897777.78
Выручка банка по POS-кредитам (альт., за весь срок), млн руб.	3,752,276,402.84 Р	4,016,319,787.42 Р	4,679,888,339.81 Р	5,100,925,875.52 Р	5,606,184,587.87 Р	6,128,547,255.95 Р	6,668,321,443.41 Р	7,227,540,487.64 Р
(Ежеквартальный) платёж с одного среднего кредита, руб.	22513.66	22950.40	23399.44	23848.48	24315.98	24789.63	25269.43	25761.53
Эквивалентная месячная ставка к 20% годовых	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Выручка (процентный доход за квартал), млн руб.	13,825,990.44 Р	14,798,909.52 Р	17,243,956.60 Р	18,795,351.10 Р	20,657,074.86 Р	22,581,821.46 Р	24,570,724.18 Р	26,631,275.25 Р
Сумма для обслуживания кредита	#SPILL!							