

Gdyby Polacy mieli wystawić ocenę swoim bankom 73% dałoby im 4 lub 5 w pięciostopniowej skali. To najwyższy wynik w Europie. Najmniej zadowoleni ze swoich banków są Niemcy – ponad połowa naszych zachodnich sąsiadów stawia swojemu bankowi notę 1 lub 2. Najnowsze badanie firmy doradczej Ernst & Young pokazuje również, że zaufanie Polaków do sektora bankowego w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie zmieniło się, podczas gdy w skali globalnej zdecydowanie spadło.

Firma doradcza Ernst & Young pod koniec roku 2010 przeprowadziła badanie klientów banków detalicznych w 26 krajach świata. Wzięło w nim udział 20 566 klientów banków, w tym reprezentatywna grupa 1000 klientów z Polski. - Wyniki badania potwierdzają większość teorii ekspertów. Zaufanie do instytucji finansowych w USA nadal spada. Tak samo jest w Wielkiej Brytanii i Niemczech, a główne przyczyny spadku są wciąż związane z kryzysem – mówi Iwona Kozera, Partner Zarządzający Grupą Rynków Finansowych w Ernst & Young – Polska w badaniu pozytywnie zaskakuje. Jesteśmy zadowoleni z naszych banków. Wynika to głównie z tego, że były one mniej dotknięte kryzysem niż ich spółki matki i inne globalne marki finansowe. Oczekiwania Polaków wobec instytucji finansowych są też zdecydowanie niższe niż w krajach zamożniejszych. To kolejna przyczyna naszego zadowolenia z banków – dodaje Iwona Kozera.

„Bankujemy” w jednym banku – najtańszym

Statystyczny polski klient banku detalicznego korzysta z usług tylko jednego banku – tak orzekło 47% badanych (ponad 80% korzysta z usług mniej niż 3 banków). Ma w nim średnio 2,6 produktu – czyli poniżej średniej europejskiej wynoszącej 2,9. Polacy twierdzą, że najbardziej cenią w banku jego wysoką reputację i spersonalizowane podejście do obsługi, ale jednocześnie zmieniają banki głównie z powodów cenowych. Aż 60% polskich klientów, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zmienili bank lub planowali go zmienić, podaje cenę jako główną motywację do zmiany. Więcej wrażliwych na cenę klientów jest tylko na Węgrzech (72%). W lepiej rozwiniętych krajach Europy zachodniej klientów zmieniających banki z powodów cenowych jest zdecydowanie mniej – tylko 15% w Wielkiej Brytanii, 21% w Holandii, 27% we Francji.

- Nasze badanie pokazuje, że sektor bankowy w Polsce będzie jeszcze dojrzał. Wraz z nim rosnąć będzie świadomość konsumentów. Cena jest najważniejszym czynnikiem zmiany dostawcy usług w krajach rozwijających się – dotyczy to każdego rodzaju usług i finanse nie są tu wyjątkiem. Z kolei klienci w krajach rozwiniętych bardziej stawiają na jakość. W Polsce, w miarę bogacenia się naszego społeczeństwa, ten element będzie w przyszłości zyskiwał na znaczeniu kosztem ceny – komentuje Iwona Kozera.

Polacy najbardziej zadowoleni w Europie

Prawie 3/4 Polaków wystawia swojemu głównemu bankowi (temu, w którym mają najwięcej produktów) 4 lub 5 w pięciostopniowej skali ocen. Wynik ten jest najwyższym w Europie i jednym z trzech najwyższych na świecie. Wyżej swoje banki oceniają tylko Amerykanie (77% zadowolonych klientów, mimo dużego spadku zaufania), tak samo Kanadyjczycy (73%). Tylko 6% Polaków oceniłoby swój główny bank na 1 lub 2, co jest z kolei bezkonkurencyjnie najniższym wskaźnikiem wśród wszystkich przebadanych przez Ernst & Young krajów. Polacy są też najlepszymi adwokatami swoich banków w Europie. Wskaźnik skłonności do rekomendacji wśród rodzimych klientów banków wyniósł 3,2 (w czterostopniowej skali) i był najwyższy wśród krajów europejskich. Niższy jednak niż w USA, Kanadzie czy Indiach.

Najbardziej zadowoleni jesteśmy z usług bankowości elektronicznej. Aż 89% klientów jest usatysfakcjonowanych ze swojego e-bankingu, a 80% z obsługi świadczonej za pośrednictwem oddziałów. Gorzej wypadają bankowość mobilna (53% zadowolonych klientów) i call – center (50%).

- Przez ostatnie lata wiele banków w Polsce dużo inwestowało w kanały elektroniczne jako efektywne kosztowo. Pod względem dostępu do bankowości internetowej i zakresu oferowanych w tym kanale usług nie mamy się czego wstydzić i klienci to doceniają. Potencjalną przyczyną niskiej oceny usług call center jest natomiast nacisk jednostek

call center na efektywność obsługi, niekiedy kosztem jej jakości. Jak najkrótszy czas trwania rozmowy jest jednym z kluczowych wskaźników pomiaru sukcesu – tłumaczy Piotr Frankowski, Menadżer w Grupie Rynków Finansowych w Ernst & Young.

Zaufanie spada (globalnie). Polska „zieloną wyspą”

Aż 44% badanych w skali globalnej stwierdziło, że ich zaufanie do banków spadło w ciągu 12 miesięcy wstecz od daty przeprowadzenia badania. W Europie największy spadek zaufania do banków zanotowano wśród Brytyjczyków (63% ufa swoim bankom mniej niż przed rokiem), Niemców (61%) oraz Hiszpanów (58%). Dla porównania, spadek zaufania do sektora bankowego wyraził tylko co 4 Polak. Mniejsze zaufanie do banków wyraża również ponad połowa Amerykanów (55%).

Co ciekawe, głównym powodem niezadowolenia Brytyjczyków jest polityka wewnętrzna banków, które wypłacają ogromne bonusy swoim menadżerom pomimo trudnej sytuacji finansowej niektórych instytucji i konieczności sięgania po rządowe dofinansowanie (80% wymieniło ten powód jako główną przyczynę spadku zaufania). Z kolei Niemcy stwierdzili, że coraz mniej wierzą w zdolność banków do skutecznej ochrony ich aktywów i danych. Polacy okazali się bardziej pragmatyczni od zachodnich sąsiadów. Wśród niezadowolonych klientów banków, aż 55% stanowiły osoby nieusatysfakcjonowane poziomem produktów i usług.

Statystyki pokazują, że brak zaufania do instytucji finansowej staje się coraz bardziej istotnym powodem zmiany banku. Statystycznie co czwarty Europejczyk podaje brak zaufania jako główną przyczynę rezygnacji z usług. W Wielkiej Brytanii więcej klientów zmienia bank z przyczyn braku zaufania niż z powodu niższej ceny usług (20% - brak zaufania, 15% - cena). Aż 27% Francuzów, Holendrów i Niemców decyduje się na zmianę banku z powodu niższego zaufania. Tylko 16% Polaków brak zaufania motywuje do rozważenia rezygnacji z usług banku.

Ernst & Young