



Usługi dodane dla produktów bankowości detalicznej - standard idealizacyjnej teorii

Piotr Szawiec

Marcin Idzik

luty '2006

RESEARCH INTERNATIONAL



Programy lojalnościowe - fakty i akty.

**Percepcja programów lojalnościowych, usług dodanych
do produktów / usług bankowości detalicznej.**

CO WIEMY O PROGRAMACH LOJALNOŚCIOWYCH?

Jakie programy lojalnościowe znają Polacy ?



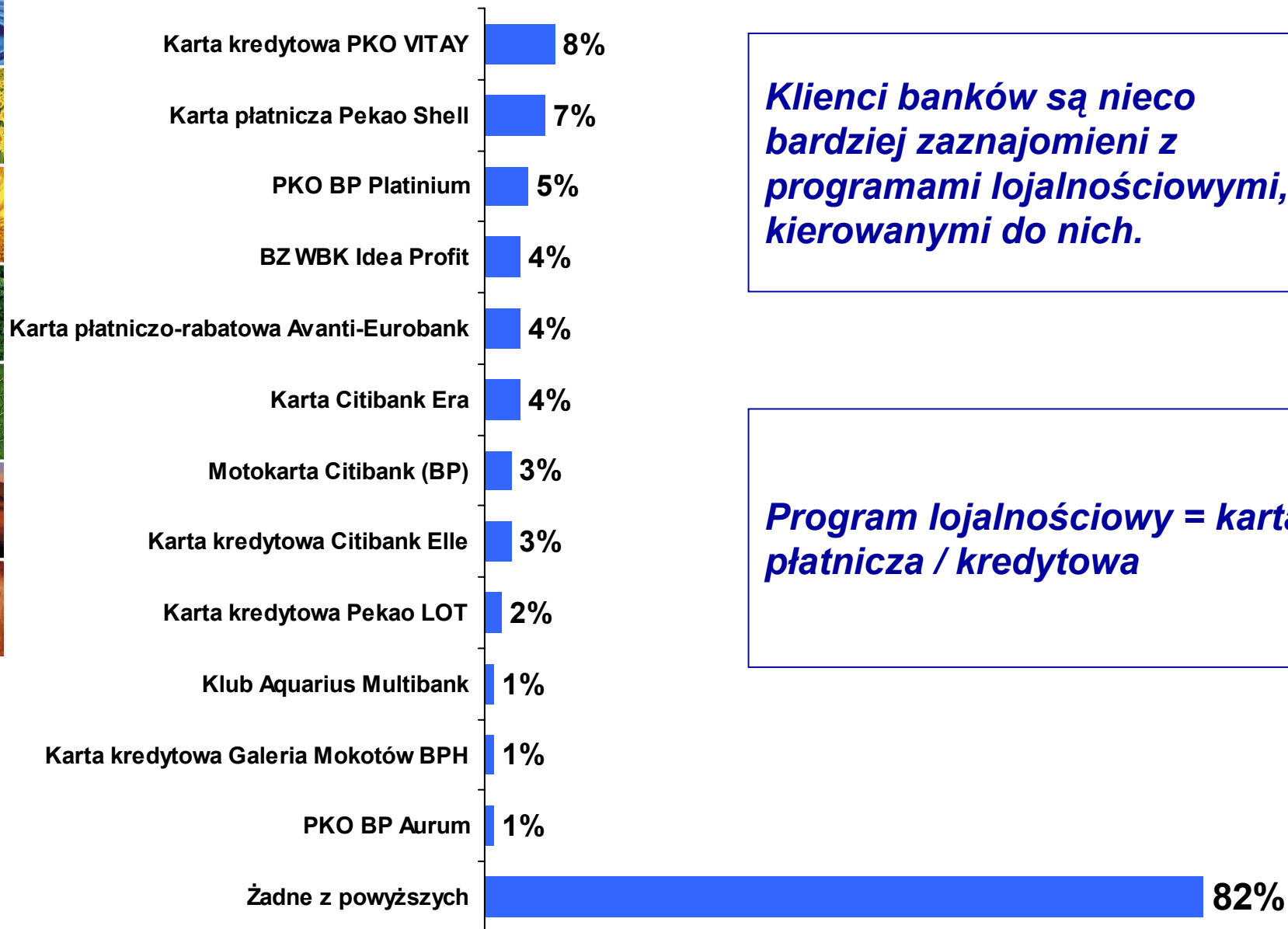
Do relatywnie najbardziej znanych należą programy stacji benzynowych, telefonii komórkowej oraz hipermarketów

Zdecydowana większość Polaków nie potrafi wymienić spontanicznie żadnego programu lojalnościowego!

N=958

CO WIEMY O PROGRAMACH LOJALNOŚCIOWYCH W BANKACH?

Jakie programy lojalnościowe znają klienci banków?



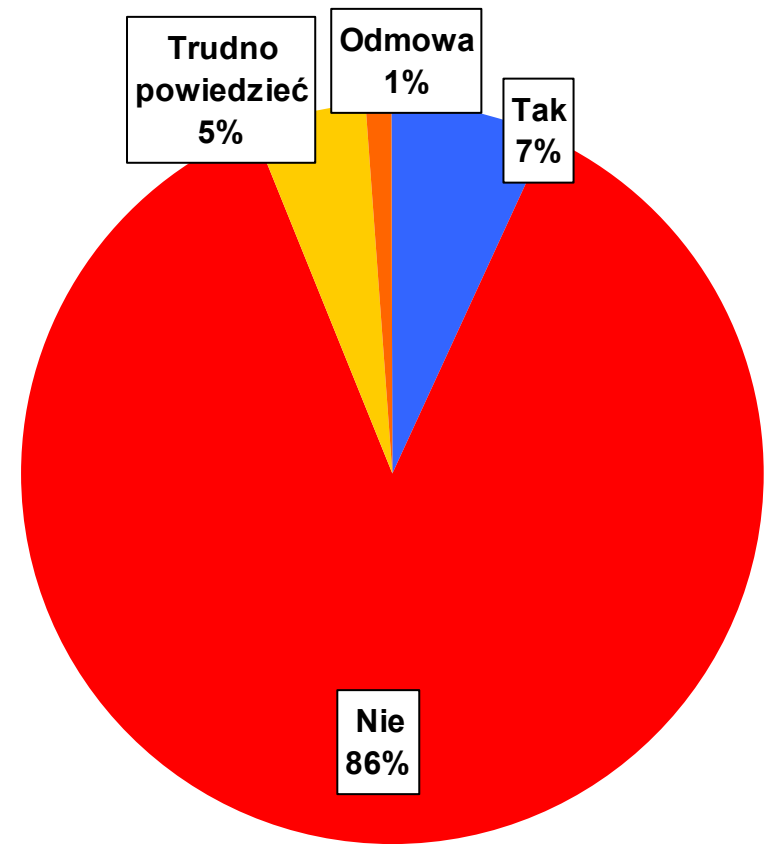
Klienci banków są nieco bardziej zaznajomieni z programami lojalnościowymi, kierowanymi do nich.

Program lojalnościowy = karta płatnicza / kredytowa

UCZESTNICTWO POLAKÓW W PROGRAMACH LOJALNOŚCIOWYCH



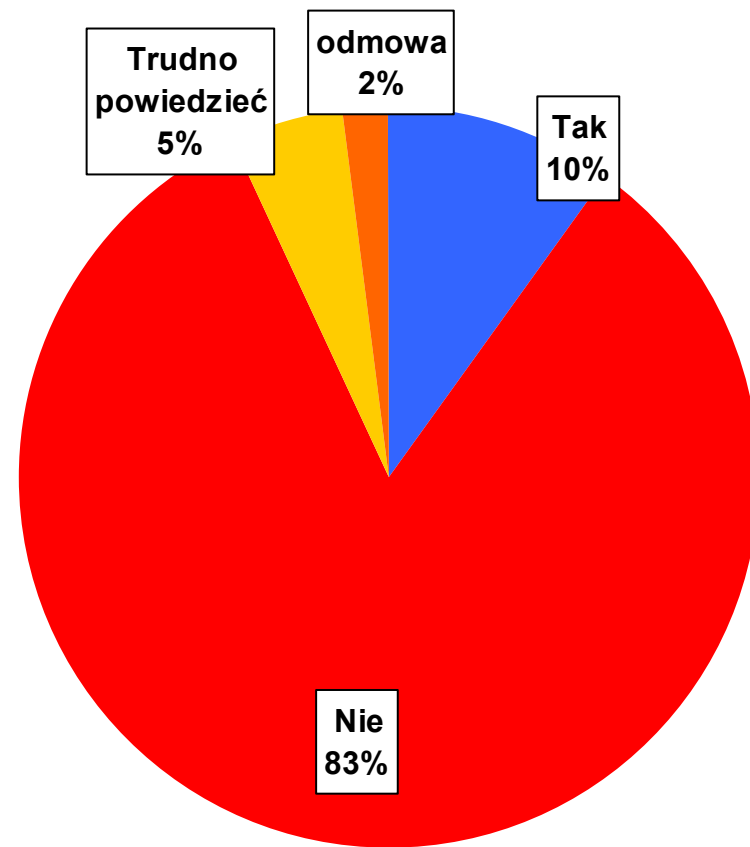
Uczestnictwo Polaków w programach lojalnościowych jest bardzo niskie.



UCZESTNICTWO KLIENTÓW BANKÓW W PROGRAMACH LOJALNOŚCIOWYCH



Nieco lepiej jest w przypadku klientów banków



PROGRAM LOJALNOŚCIOWY - NA CZYM TO POLEGA?

Klienci banków

kredyt bez odsetek pod warunkiem spłaty w określonym terminie

31%

mogę płacić tą kartą za zakupy

26%

zniżki podczas płacenia kartą kredytową

20%

zbiera się punkty, które następnie wymienia się na nagrody

11%

nisko oprocentowany kredyt

9%

mogę skorzystać z kredytu

6%

ubezpieczenie karty

3%

możliwość otrzymania prezentu/ np.telefonu/ pod warunkiem dokonania zakupów za określoną sumę

3%

Poziom wiedzy klientów jest bardzo niski

Większość klientów myli cechy produktu bankowego (karty) z cechami programu lojalnościowego.

N=65



87%

wskazań to typowe cechy produktów

38%

**wskazań to
cechy programów
lojalnościowych**

?

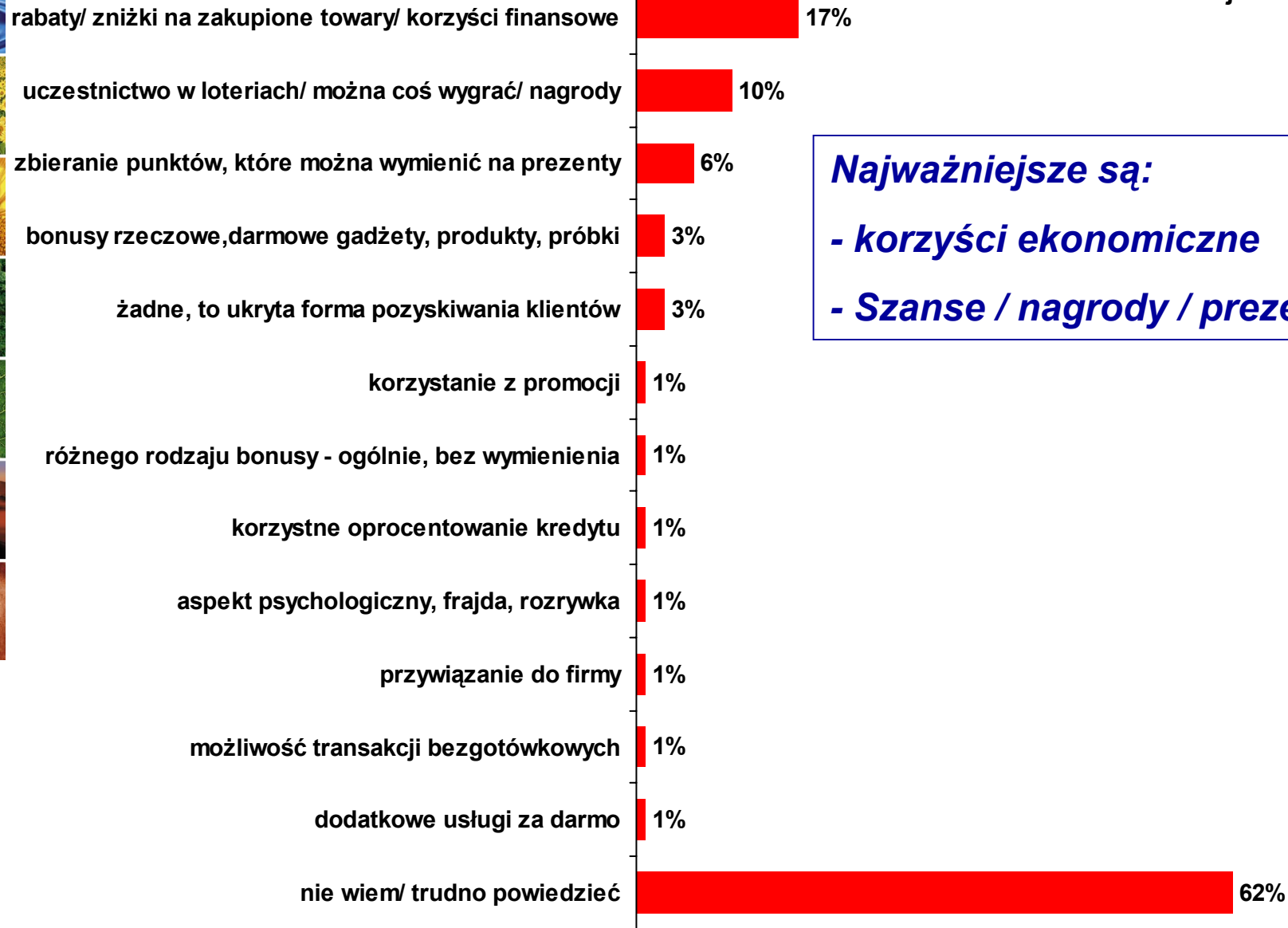


Usługa dodana - radość klienta, czy źródło dodatkowych przychodów

Korzystanie z usług dodanych, ich rola w potęgowaniu satysfakcji

PROGRAM LOJALNOŚCIOWY – CO NAM DAJE – KORZYŚCI ?

Klienci banków
Jakie korzyści, Pana(i) zdaniem, czerpią ludzie z uczestnictwa w programach lojalnościowych?



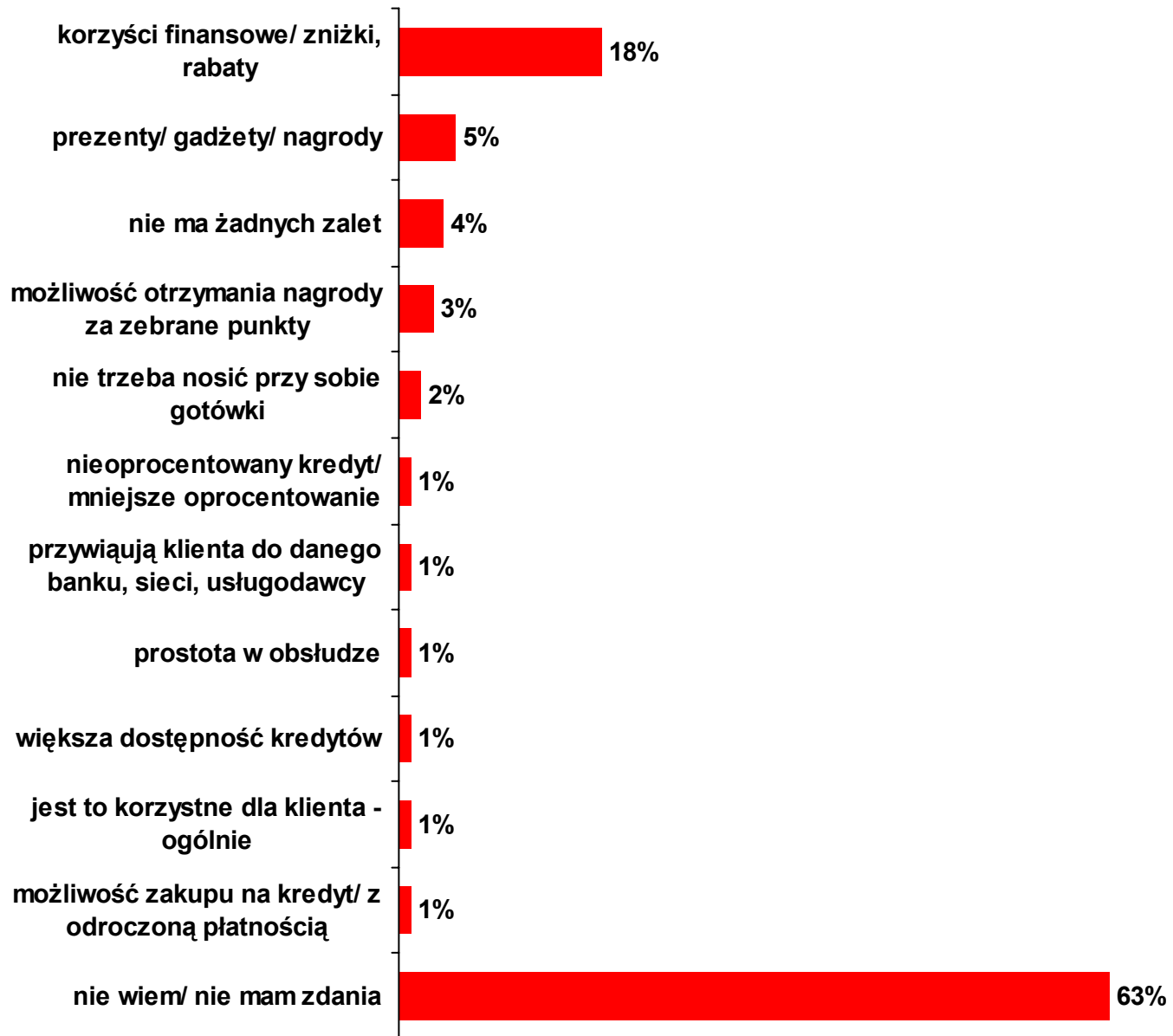
Najważniejsze są:
- korzyści ekonomiczne
- Szanse / nagrody / prezenty

N=611

PROGRAM LOJALNOŚCIOWY - CO NAM DAJE - ZALETY

Klienci banków

Jakie są Pana(i) zdaniem ZALETY programów umożliwiających uzyskiwanie rabatów przy zakupach opłacanych kartą?

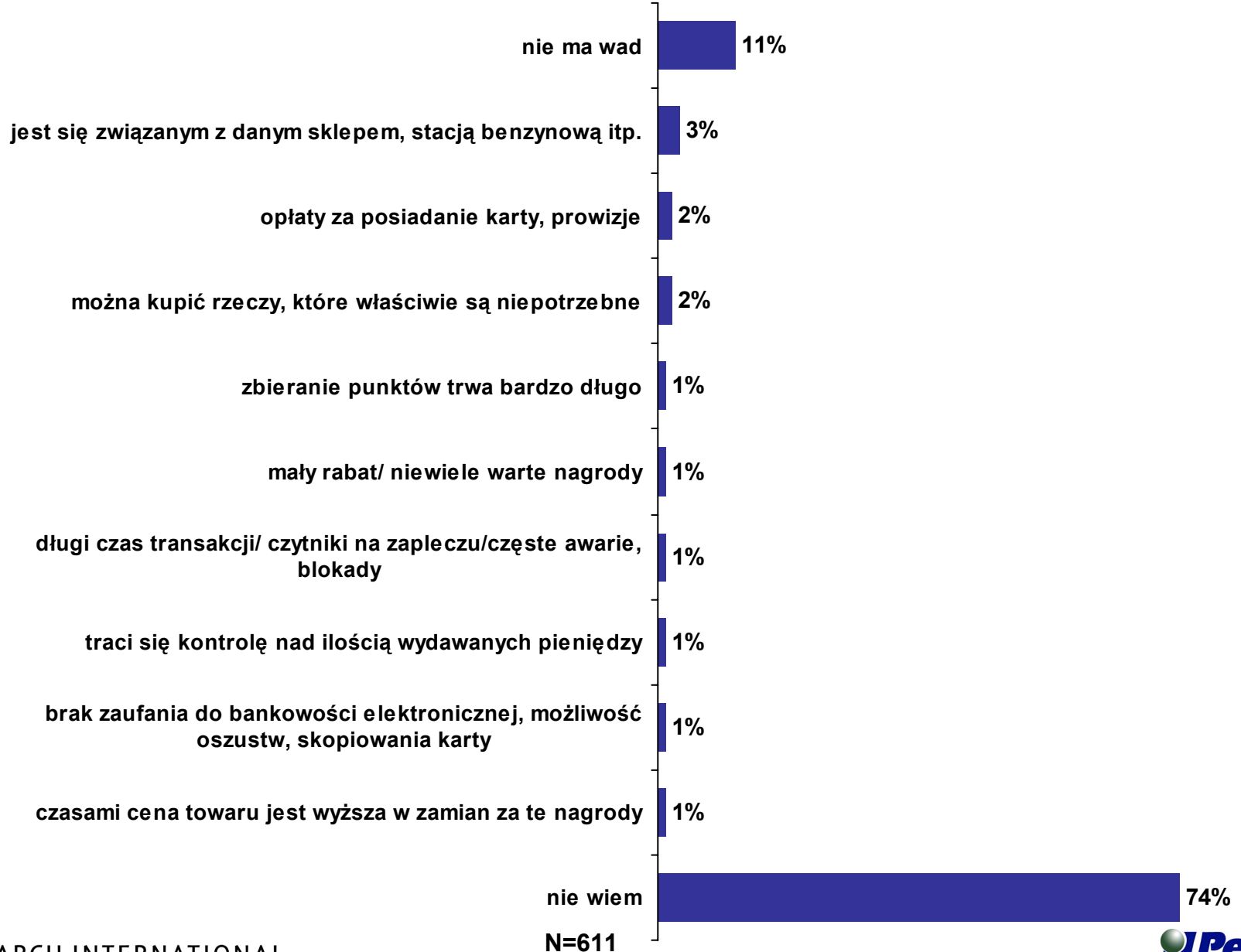


N=611

PROGRAM LOJALNOŚCIOWY - CO NAM DAJE - WADY

Klienci banków

Jakie są Pana(i) zdaniem WADY programów umożliwiających uzyskiwanie rabatów przy zakupach opłacanych kartą?



Klienci korzystający z programu lojalnościowego w banku są bardziej zadowoleni z banku oraz mają poczucie, że bank lepiej interesuje się ich potrzebami

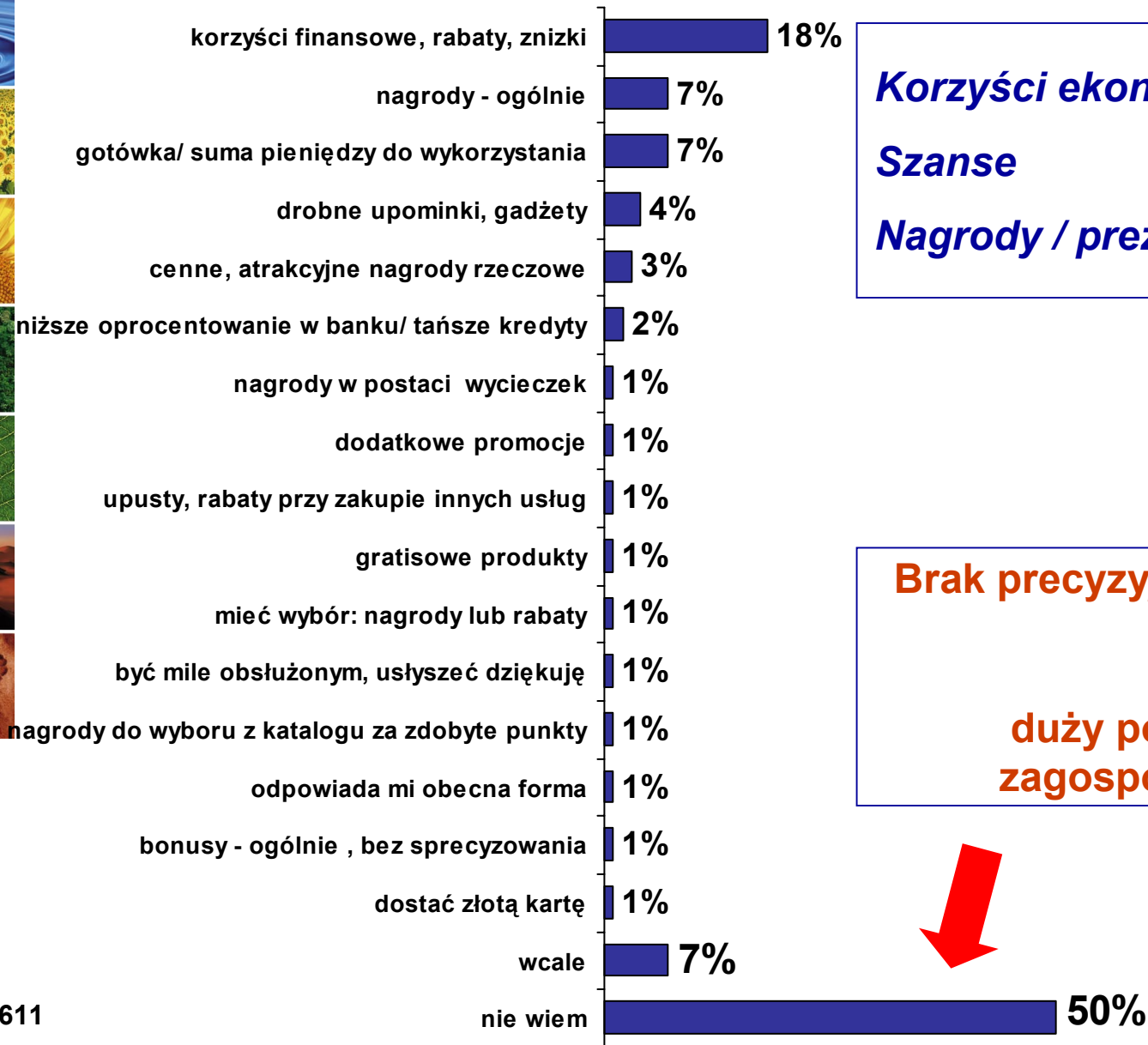




**Co klient otrzymuje za darmo,
za co płaci, a czego oczekuje ?**

W JAKI SPOSÓB NAGRADZAĆ KLIENTA ?

W jaki sposób chciał(a)by Pan(i) być nagradzany będąc uczestnikiem programu lojalnościowego?



Korzyści ekonomiczne

Szanse

Nagrody / prezent

Brak precyzyjnych oczekiwań

=

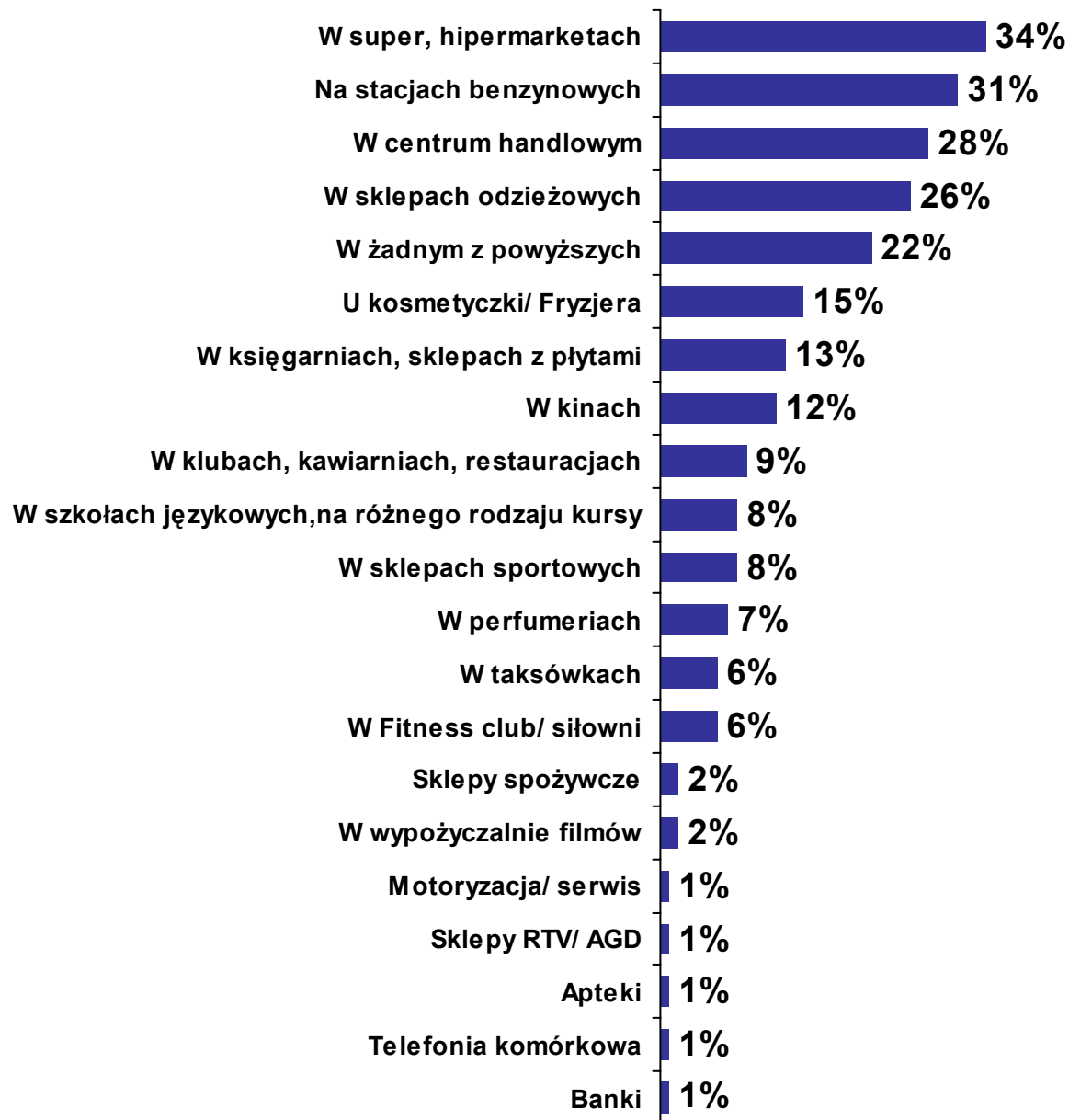
duży potencjał do zagospodarowania



N=611

W JAKI SPOSÓB NAGRADZAĆ KLIENTA ?

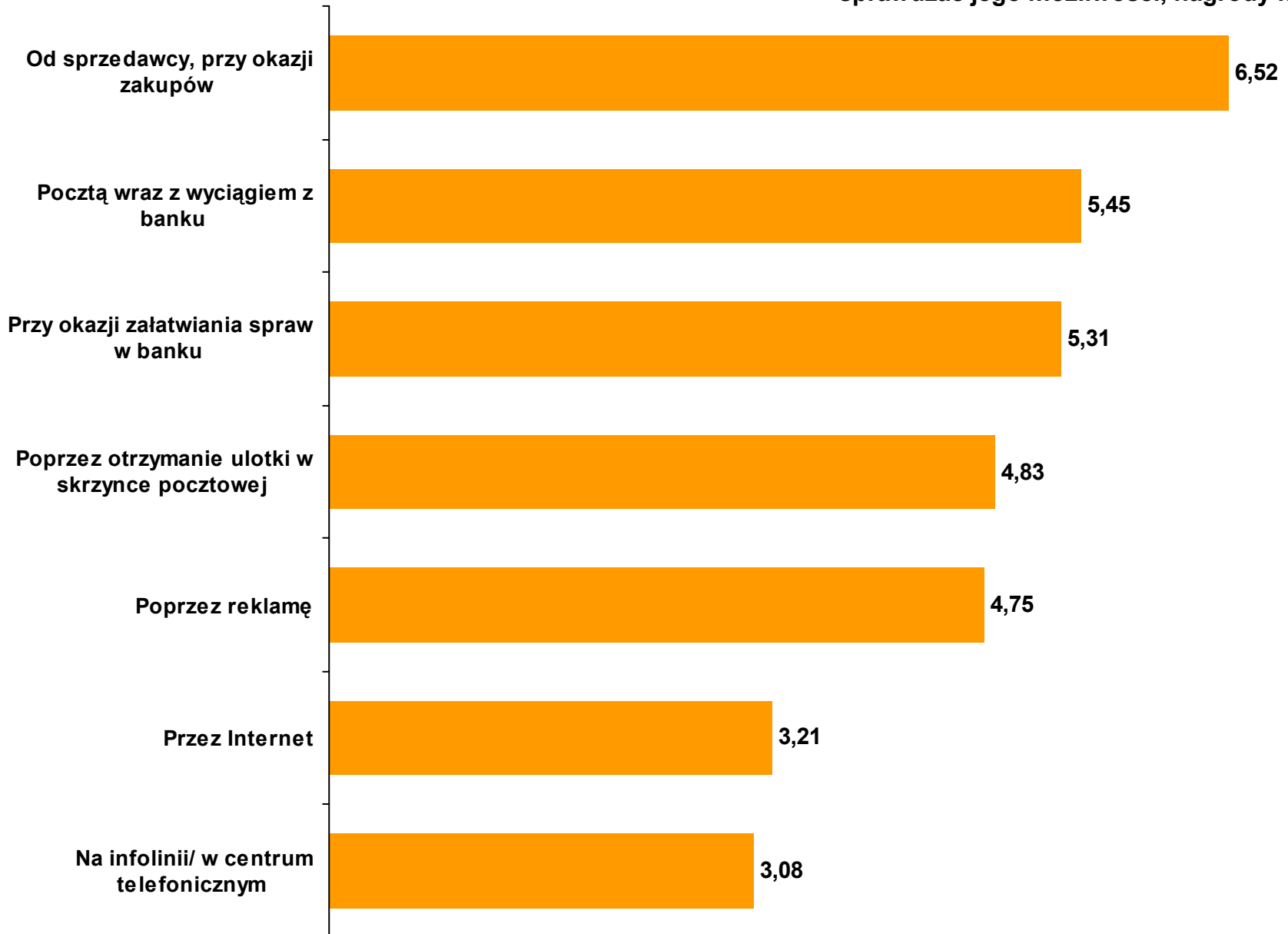
W jakiego typu punktach handlowo-usługowych chciał(a)by mieć Pan(i) zniżki?



N=611

W JAKI SPOSÓB INFORMOWAĆ KLIENTA ?

W jakiej formie chciał(a)by się Pan(i) dowiadywać o ofercie interesującego Pana(ią) programu lojalnościowego, sprawdzać jego możliwości, nagrody itp.?



N=611



Usługi dodane standard w teorii vs. praktyczna perspektywa

POSTAWY WOBEC PROGRAMÓW LOJALNOŚCIOWYCH



N=511

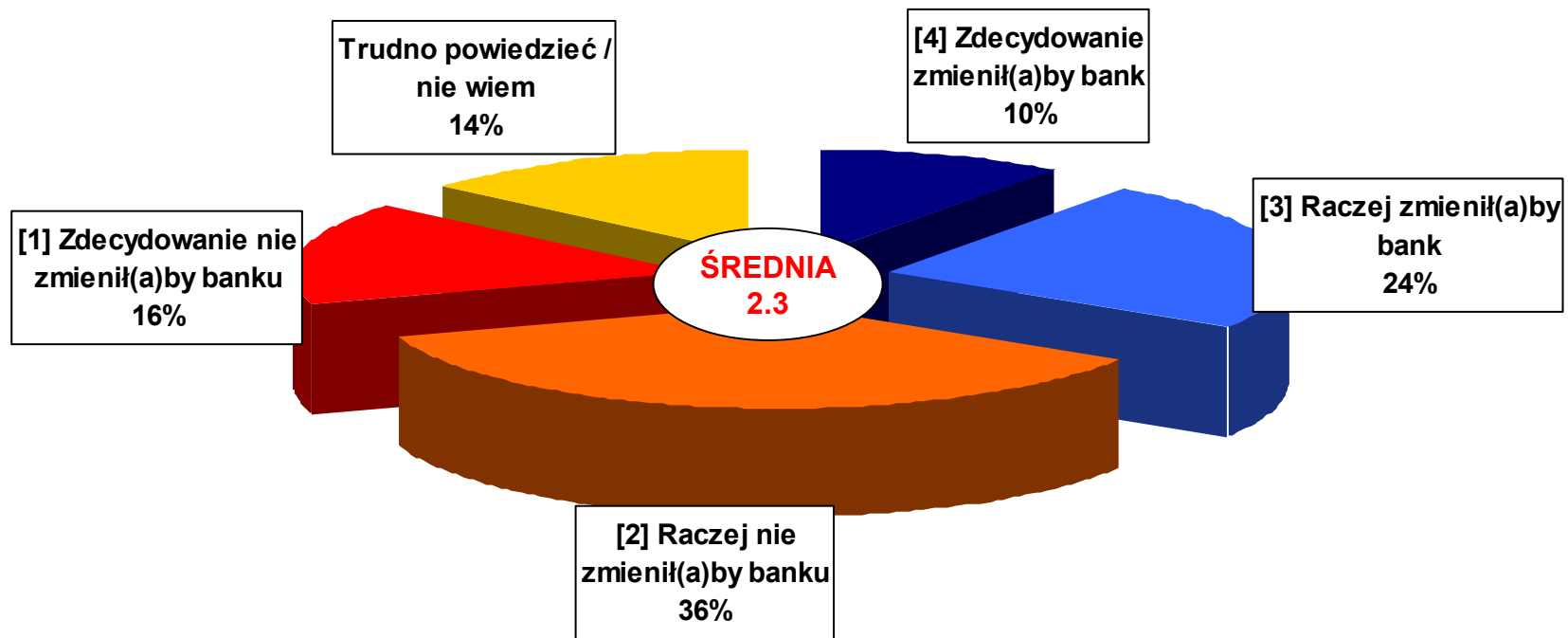
SKALA:

[4]=zdecydowanie tak
[1]=zdecydowanie nie



POSTAWY WOBEC PROGRAMÓW LOJALNOŚCIOWYCH

Jeśli znany bank zaoferowałby Panu(i) interesujący program lojalnościowy, w jakim stopniu był(a)by Pan(i) skłonny(a) zamknąć konto osobiste w obecnym banku i otworzyć takie konto w nowym banku, oferującym atrakcyjny program lojalnościowy? Czy Pan(i) ...





Sam program lojalnościowy nie wystarczy, aby przyciągnąć nowych klientów, ale pamiętajmy, że:

- Klienci korzystający z programu lojalnościowego w banku są bardziej zadowoleni z banku oraz mają poczucie, że bank lepiej interesuje się ich potrzebami**
- Klienci nie są w większości świadomi, co może im zaoferować dobry, rozbudowany program lojalnościowy**