

Kwestia zadowolenia

EUGENIUSZ ŚMIŁOWSKI

Śledząc liczne wypowiedzi internautów na forach, czatach i listach dyskusyjnych podejmujących tematykę bankową odnosi się przygnębiające wrażenie, że zdecydowana większość klientów banków odczuwa dyskomfort i jest niezadowolona z usług świadczonych przez banki. W badaniach sondażowych wykonywanych na reprezentatywnych próbach klientów, niezależnie czy to indywidualnych, czy korporacyjnych wyłania się diametralnie odmienny poziom satysfakcji klientów banków, zdecydowanie bardziej optymistyczny. Nie oznacza to oczywiście, że ankietowani klienci banków nie doznają różnorodnych niedogodności i przykrych zdarzeń w codziennych relacjach z bankami.

Zdarzenia i doznania

We współpracy z bankami najbardziej dokuczliwe dla klientów indywidualnych i osób prowadzących działalność gospodarczą są kolejki. Trzecia część klientów doświadczyła sytuacji oczekiwania na obsługę w placówce dłużej niż 15 minut. Klienci korporacyjni najczęściej sygnalizują kłopoty z obsługą elektroniczną rachunku oraz nawiązaniem kontaktu z pracownikami banku. Korzystając z usług bankowych osoby prywatne mają też relatywnie często trudności ze zrozumieniem treści regulaminów i umów oraz są zaskakiwane większymi opłatami za usługi niż tego oczekiwali.

Jakichkolwiek przykrych zdarzeń i sytuacji w relacjach z bankami w ciągu ostatniego roku doznało łącznie 37 proc. indywidualnych klientów banków i prawie dwie trzecie badanych firm. Podmioty gospodarcze zatem częściej aniżeli osoby prywatne sygnalizują zdarzenia mogące wpływać na poziom satysfakcji z usług bankowych. Ale jednocześnie odsetek klientów, którzy doświadczyli przykrych zdarzeń w 2007 roku, jest niższy aniżeli rok czy dwa lata wcześniej.

Klienci indywidualni

W ramach Audytu Bankowości Detalicznej monitorowany jest bardzo szczegółowo poziom zadowolenia z warunków i obsługi konta osobistego. Z ocen wynika, że klienci indywidualni najczęściej deklarują zadowolenie z bankowości elektronicznej (zlecenia, przelewy



przez internet i telefon), z posiadanej karty płatniczej, uprzejmości i pomocy im udzielanej przez pracowników banków oraz dostępu do informacji o stanie i historii rachunku. W przypadku tych obszarów odsetek

Satysfakcja...

...to najogólniej zadowolenie klienta ze spełnienia określonych oczekiwań wsparte zrozumieniem jego obecnych i przyszłych potrzeb. Według Kotlera satysfakcja klienta zależy od tego, jak postrzega on dostarczaną przez produkt lub usługę wartość w odniesieniu do swych oczekiwań. Przed dokonaniem zakupu produktu lub usługi, każdy klient formułuje pewne oczekiwania, niekoniecznie zresztą w sposób uświadomiony, będące swoistym konglomeratem potrzeb klienta, obietnic oferującego, różnych informacji o produkcie i jego producencie oraz opinii innych nabywców lub jego użytkowników. Satysfakcja ma szczególne znaczenie w przypadku banków i innych przedsiębiorstw usługowych, ponieważ zadowoleni klienci z dużym prawdopodobieństwem będą powtarzać zakupy i poinformują o swych dobrych doznaniach i pozytywnych doświadczeniach innych potencjalnych nabywców. Wynika to ze specyfiki usług charakteryzującej się, również wg Kotlera, ich niematerialnością, nierozłącznością procesów konsumpcji i świadczenia, zmiennością, nietrwałością i niemożnością nabycia prawa własności.

FOT. DREAMSTIME

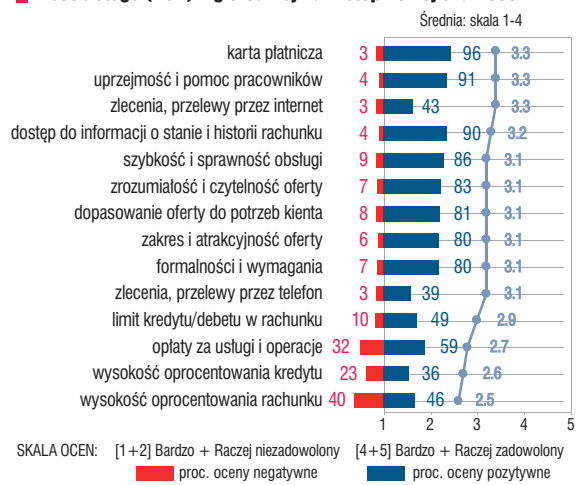
deklarujących niezadowolenie kształtuje się poniżej 5 proc. Najwięcej powodów do niezadowolenia dostarcza posiadaczom kont osobistych wysokość oprocentowania rachunku i kredytu w rachunku oraz opłat za usługi i operacje.

Jeśli jednak zestawimy osutki deklarujących niezadowolenie z omawianych obszarów obsługi i warunków prowadzenia rachunku w latach 2007 i 2006, to obserwujemy kilkukrotny spadek liczby niezadowolonych, przekładający się na nieznaczną poprawę średnich poziomu zadowolenia.

Klienci korporacyjni

Obsługa kont firmowych oraz warunki współpracy przedsiębiorstw z bankami są z kolei drobiazgowo oceniane w Audycie Bankowości Mikrofirm i MŚP. Monitoring obejmuje 27 aspektów

Poziom zadowolenia z warunków i obsługi konta osobistego (ROR) wg średniej na 4-stopniowej skali ocen



Źródło: Pentor, Audyt Bankowości Detalicznej 2007 (N=5926)

współpracy. Przedsiębiorcy są najbardziej zadowoleni z relacji z pracownikami banków, oceniając najwyższe kompetencje i życzliwość pracowników. Równie bardzo są usatysfakcjonowani z dyskretności obsługi, obsługi w ramach bankowości elektronicznej oraz szybkości dokonywania rozliczeń.

Przeciętne zadowolenie wzbudzają elementy kosztowe związane z prowadzeniem rachunku i korzystanie z nowych produktów bankowych. W najmniejszym stopniu są zadowoleni z liczby miejsc parkingowych, ale z pozostałych elementów o charakterze logistycznym są już bardziej zadowoleni (usytuowanie i liczba placówek).

Z porównania poziomu zadowolenia osób prowadzących działalność gospodarczą oraz małych i średnich wynika, że

Czynniki i zdarzenia wpływające na poziom satysfakcji klientów banków

N=	Osoby prywatne 530	Mikrofirmy 1000	MŚP 600
Dłuższe niż 15 minut oczekiwanie na obsługę w placówce banku	35	34	18
Kłopoty z obsługą rachunku przez internet lub telefon	5	17	29
Brak możliwości kontaktu z bankiem przez internet, telefon	7	17	23
Brak elastyczności w rozwiązaniu zgłaszanego problemu	5	15	17
Większa opłata za usługę od oczekiwanej	11	13	12
Odmowa udzielenia kredytu	7	11	12
Niekompetentne zachowanie pracownika	-	11	12
Trudność ze zrozumieniem regulaminu usług	15	13	9
Niestosowne obciążenie rachunku	4	7	13
Nieterminowa realizacja zlecenia	6	9	8
Poczucie bycia petentem, uciążliwym klientem	8	8	6
Odmowa uruchomienia kredytu odnawialnego	3	6	5
Brak życzliwości, niechęć personelu	9	5	4
Zmiana warunków prowadzenia rachunku bez poinformowania	3	4	3

Źródło: Pentor, Audyt Bankowości Detalicznej, Mikrofirm i MŚP 2007



Bankowa - lider w swoim segmencie

Nowa idea - nadzór oparty na ryzyku



Analiza wybranych spółek sektora finansowego
po wskaźnikach cena/zysk oraz cena/sprzedaż



Obowiązkowe ubezpieczenia rolnicze

w następnych numerach

GAZETA BANKOWA

FINANSE • BANKI • UBEZPIECZENIA

drobni przedsiębiorcy są generalnie mniej zadowoleni z usług banku aniżeli właściciele i menedżerowie firm większych. Znajduje to odzwierciedlenie w poziomie akceptacji stwierdzenia „współpraca naszej firmy z bankiem ma charakter partnerski”. Podziela je 75 proc. przedstawiciele mikrofirm i 85 proc. firm małych i średnich, neguje odpowiednio 16 i 8 proc.

Oceny zgeneralizowane

Oprócz pytań sondujących poziom zadowolenia z różnych obszarów współpracy z bankiem ankietowani klienci banków dokonują zgeneralizowanych ocen satysfakcji i to w różnej konfiguracji i na różnych skalach.

Jedną z takich zgeneralizowanych ocen jest stosunek do stwierdzenia „jestem w pełni usatysfakcjonowany z ogólnej jakości usług świadczonych przez mój bank”. Aprobuje je 65 proc. klientów indywidualnych, 76 proc. reprezentantów mikrofirm i 80 proc. przedstawiciele przedsiębiorstw małych i średnich. Odsetek niezgadających się wynosi natomiast odpowiednio 8, 13 i 9 proc.

Inne stwierdzenie „doświadczam zbyt wielu trudności i niedogodności w korzystaniu z usług mego banku” podziela 7 proc. klientów indywidualnych, 14 proc. właścicieli mikrofirm i 9 proc. reprezentantów MŚP. Ważną miarą satysfakcji jest skłonność do rekomendowania swego banku przyjaciołom i innym przedsiębiorcom. Chętnie poleci swój bank takim osobom 56 proc. klientów indywidualnych, 70 proc. właścicieli mikrofirm i 74 proc. menedżerów MŚP.

Z kolei prosząc ankietowanych o dokonanie oceny satysfakcji na skali 10-stopniowej, gdzie 1 oznacza, że jestem zupełnie niezadowolony ze swego banku, a 10 - jestem nim zachwycony, uzyskujemy średnie ocen: klienci indywidualni - 6,9, mikrofirmy - 7,3 oraz MŚP - 7,6

Zatem niezależnie od sposobu pytania o satysfakcję klienci banków wystawiają im oceny odpowiadające szkolnej mocnej czwórce, choć do pełnej satysfakcji wiele jeszcze brakuje. Dominują bowiem znacznie częściej oceny raczej zadowolony niż bardzo zadowolony, a odsetki niezadowolonych, choć niewielkie, mogą istotnie kształtować klimat wobec banków. Specjaliści od marketingu twierdzą bowiem, że o ile klient zadowolony przekazuje swoje dobre zdanie przeciętnie jedynie trzem znajomym, to niezadowolony zakomunikuje to co najmniej 10 innym osobom. ●

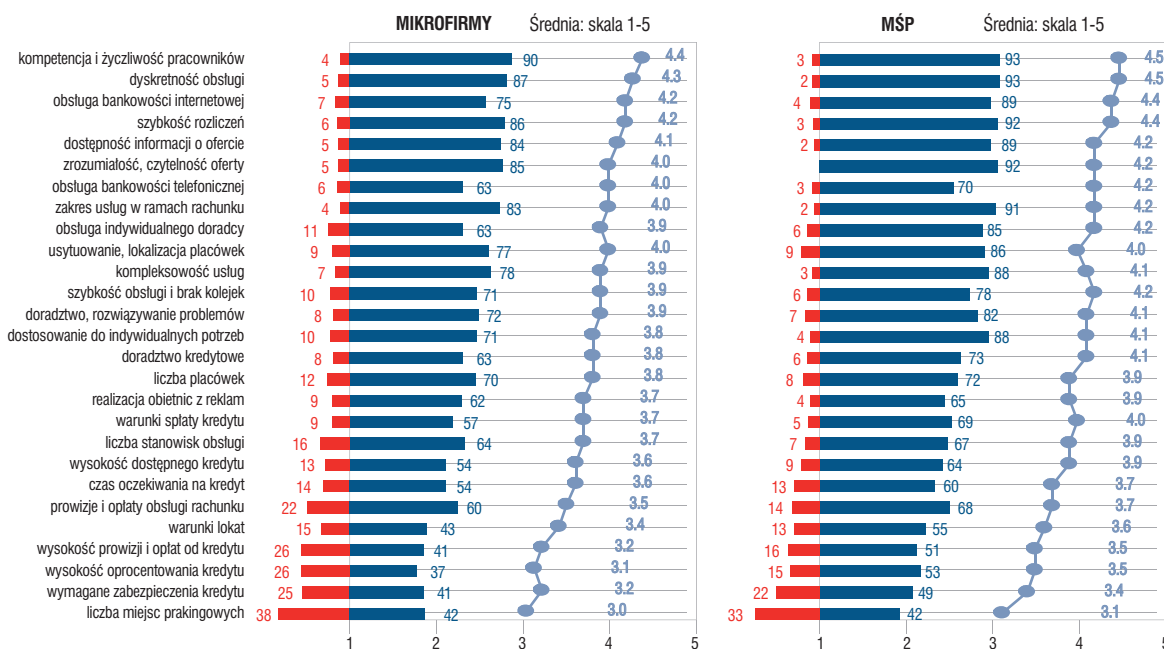
Autor jest prezesem Pentor International Research

Stosunek do stwierdzenia: „Chętnie polec(a)bym swój bank przyjaciołom lub innym przedsiębiorcom”

Wyszczególnienie	Osoby prywatne N=6880	Mikrofirmy N=1000	MŚP N=600
Zdecydowanie zgadzam się	11	14	14
Raczej zgadzam się	45	56	60
Ani zgadzam, ani nie zgadzam się	17	12	13
Raczej nie zgadzam się	11	13	10
Zdecydowanie nie zgadzam się	4	3	2
Brak opinii	12	2	2

Źródło: Pentor, Audyty Bankowości Detalicznej, Mikrofirm i MŚP 2007

Poziom zadowolenia firm z różnych obszarów współpracy z bankiem wg średniej na 5-stopniowej skali



SKALA OCEN: [1+2] Bardzo + Raczej niezadowolony [4+5] Bardzo + Raczej zadowolony
 Nota: procenty nie sumują się do 100, ponieważ pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

Źródło: Pentor, Audyty Bankowości Mikrofirm i MŚP 2007