

## **Gdzie warto założyć konto oszczędnościowe? Alior Bank liderem 3 fali badania jakości obsługi klienta w placówkach.**

**W październiku w ramach 3. fali badania „Instytucji roku 2018” w 16 bankach sprawdziliśmy, jak wygląda obsługa nowego klienta zainteresowanego otwarciem konta oszczędnościowego i ulokowaniem swoich oszczędności. Przeanalizowaliśmy również atrakcyjność oferty kont oszczędnościowych dla nowego klienta.**

Badanie przeprowadzono w tradycyjnej eksperckiej formule, oceniając 6 etapów: pierwsze wrażenie, płynność obsługi, powitanie, komfort obsługi, rozmowę z doradcą oraz zakończenie. Eksperti odwiedzili 160 placówek. W roku 2018 to trzecia z czterech fal badania. Średni wynik z 4 fal pozwoli w styczniu 2019 roku wyłonić zwycięzców Instytucji roku 2018. Tytuł Instytucji Roku 2018 otrzymają te banki, których średni wynik z 4 fal badania wyniesie min. 85%.

Liderem w zakresie jakości obsługi jest **Alior Bank**, zaraz za nim do pierwszej ligi dołączyły: **Euro Bank**, **Bank Millennium**, **ING Bank Śląski**, **mBank**, **Getin Bank** oraz **Bank BGŻ BNP Paribas**.

**Jak wygląda obsługa klienta, który chce założyć konto oszczędnościowe w placówkach bankowych?  
Jakie błędy najczęściej popełniają banki, a co robią dobrze?**

Podjmując z klientem rozmowę na temat ulokowania oszczędności Banki powinny zwrócić uwagę na dobrą analizę potrzeb klienta, czyli przede wszystkim na okres lokowania środków, dostępność, kwotę, ochronę kapitału i skłonność do ryzyka.

Doradcy przedstawiają ofertę kusząc najczęściej atrakcyjnym oprocentowaniem, jednak często zapominają wspomnieć o warunkach, jakie należy spełnić aby z tej promocji skorzystać, oraz o podstawowych kosztach związanych z wypłatą czy przelewem środków z konta oszczędnościowego.

Zazwyczaj konta oszczędnościowe prowadzone są bezpłatnie, jednak w ich przypadku liczba bezpłatnych wypłat czy przelewów ogranicza się bardzo często do jednego w miesiącu. Warto również pomyśleć o materiałach przekazywanych klientom, aby nie były to luźne kartki z odręcznym pismem Doradcy, na których często brakuje kluczowych do spełnienia warunków oraz informacji co po zakończeniu promocji.



INSTYTUCJA ROKU  
2018

## **Co powinny robić banki, aby pozyskiwać klientów zainteresowanych otwarciem konta oszczędnościowego?**

Banki, aby pozyskać nowych klientów na konto oszczędnościowe konkurują między sobą nie tylko atrakcyjnym oprocentowaniem, ale również kwotą maksymalną do jakiej obowiązuje promocja oraz okresem jego naliczania. Warto również zwrócić uwagę czy istnieje konieczność otwarcia konta osobistego, które może generować dodatkowe koszty.

Dostęp do bankowości elektronicznej bez konieczności posiadania konta osobistego to kolejny argument. Istotna jest również maksymalna kwota przelewu w bankowości elektronicznej, gdyż lokując duże kwoty w niektórych bankach możemy mieć problem z wykonaniem przelewu na całą kwotę w tym samym dniu, a w placówce bardzo często za wykonanie przelewu pobierane są opłaty.

## **Klienci często szukają jak największego zysku, a więc – promocji. Jak zatrzymywać u siebie takie osoby?**

Aby zatrzymać w banku klientów, którzy skorzystali z promocji, warto przygotować dla nich specjalną ofertą na kolejny okres. Standardowe oprocentowanie jest o wiele niższe niż promocyjne, dlatego w przypadku braku kolejnej atrakcyjnej oferty, część klientów jest skłonna poszukać na rynku nowej promocji i przelać środki do innego banku. Niektóre banki przygotowały się na taki właśnie scenariusz i w przypadku, gdy klient zleca taki przelew przez bankowość internetową, system podpowiada, że bank przygotował dla niego specjalną ofertę i zachęca do dalszego pozostawienia środków.

## **Gdzie oferta była najkorzystniejsza?\***

Chociaż badanie przeprowadzono w październiku, większość promocji nadal obowiązuje. Analizując ofertę dla nowych klientów założyliśmy dwa scenariusze. W **pierwszym chcieliśmy ulokować na koncie oszczędnościowym 100 000 zł na 4 miesiące i w przypadku, gdy wymagane jest posiadanie konta osobistego byliśmy skłonni ponieść koszty związane z jego obsługą.**



INSTYTUCJA ROKU  
2018

**Najwięcej, bo aż 731 zł dał nam zarobić Alior Bank.**

Nazwa banku	Zysk netto po 4 miesiącach
Alior Bank	<b>731.46 zł</b>
ING Bank Śląski	<b>677.11 zł</b>
Credit Agricole	<b>647.00 zł</b>
Getin Bank	<b>637.77 zł</b>
Bank Millennium	<b>620.90 zł</b>
eurobank	<b>543.39 zł</b>
Santander Bank Polska	<b>534.31 zł</b>
Bank Ochrony Środowiska	<b>473.56 zł</b>
Nest Bank	<b>451.91 zł</b>
Raiffeisen Polbank	<b>314.07 zł</b>
Plus Bank	<b>290.64 zł</b>
Bank Pekao S.A.	<b>289.94 zł</b>
Bank BGŻ BNP Paribas	<b>226.19 zł</b>
Bank Pocztowy	<b>205.41 zł</b>
PKO Bank Polski	<b>148.60 zł</b>
mBank	<b>108.05 zł</b>

**W drugim scenariuszu szukaliśmy konta oszczędnościowego, do którego nie musimy otwierać konta osobistego i zależało nam na promocyjnym oprocentowaniu w wysokości min. 2%, jak najdłuższym okresie obowiązywania oprocentowania promocyjnego oraz na jak najwyższej kwocie do ulokowania na warunkach promocyjnych.**

Patrząc na najwyższe oprocentowanie zdecydowanie wygrywa Alior Bank proponując 2,7%, jednak mamy tutaj ograniczenie do 100 000 zł, ale okres obowiązywania oprocentowania promocyjnego wynosi 4 miesiące. Jeśli spojrzymy na maksymalną możliwą kwotę do ulokowania to wygrywa Santander Bank Polska, proponując 2,5% do 200 000 zł, jednak okres promocyjny trwa do końca stycznia 2019 r. Atrakcyjną ofertę ma również ING Bank Śląski, bo 2,5% na 4 miesiące do 100 000 zł oraz Bank BGŻ BNP Paribas 2,3% do 25 000 zł do końca listopada.

*\* obliczenia dokonano na podstawie parametrów przekazanych przez Doradców w Placówkach bankowych w miesiącu październiku br.*



Coraz więcej Polaków odkłada pieniądze i są to coraz wyższe sumy. Z raportów TNS wynika, że jeszcze w 2015 roku tylko 37 proc. Polaków deklaroowało, że oszczędza jakąkolwiek kwotę. Na koniec 2017 roku odsetek oszczędzających już się zwiększył – aż 64 proc. naszych rodaków czasami odkładało pieniądze. Trzech na czterech z nich trzyma dziś swoje oszczędności w bankach – to świadczy o dużym zaufaniu do tych instytucji, ale też o rosnącej wiedzy Polaków o finansach i świadomości, że lepiej odkładać pieniądze na czarną godzinę na koncie niż je trzymać w domu. Bez wątplenia to potrzeba bezpieczeństwa finansowego jest największą motywacją do oszczędzania.\*

Polacy chętnie odkładają środki na oprocentowanych kontach oszczędnościowych – wybiera je 21 proc. osób. Jednak wciąż częściej trzymają swoje oszczędności na nieoprocentowanych kontach osobistych – robi tak co czwarta osoba. Pozytywne jest to, że wciąż rośnie kwota, którą Polacy odkładają regularnie – obecnie 67 proc. z nich udaje się odłożyć do tysiąca złotych miesięcznie.\*

\* Dane z raportu TNS „Zoom Finance” 4Q2017 oraz „Audyt bankowości detalicznej” 2015 r.

„W Alior Banku również widzimy rosnące zainteresowanie Polaków oszczędzaniem. Udział salda zgromadzonego na kontach oszczędnościowych na koniec września wzrósł w porównaniu do końca ubiegłego roku aż o 23 proc. To głównie dzięki ofercie Konta Mocno Oszczędnościowego, które zgromadziło do końca września 4,75 mld zł. Średnio na jednym rachunku nasi klienci zdeponowali 47 tys. zł. Oferta Konta Mocno Oszczędnościowego cieszy się ogromną popularnością nie tylko wśród naszych klientów, ale również wśród osób, które dopiero szukają możliwości ulokowania swoich oszczędzania w bankach. Od maja do września br. nasz bank otworzył aż 100 tys. Kont Mocno Oszczędnościowych, z czego co piąty rachunek należy do nowego klienta Alior Banku.” – *powiedziała Małgorzata Bębeniec, Menedżer ds. Produktów Oszczędnościowych w Alior Banku.*

„Od początku istnienia Alior Banku, klient był w centrum uwagi i to z myślą o nim codziennie tworzymy „bank wyższej kultury”. Naszym nadrzędnym celem jest budowanie partnerskich, długofalowych relacji z klientami, tak aby jak najchętniej polecali nas swoim bliskim i znajomym. Nieustannie zmieniamy się i dopasowujemy do oczekiwań klientów, a w ramach zespołu dbającego o jakość obsługi, kwestionujemy status quo i stawiamy sobie poprzeczkę coraz wyżej. Team Customer Experience przykładą ogromną wagę do tego, aby klienci czuli, że dbamy o nich poprzez zapewnienie odpowiedniego poziomu edukacji na temat nowych produktów i rozwiązań technologicznych (bierzemy udział w strategicznych projektach banku - przykładem jest ostatnio wprowadzana nowa platforma bankowości internetowej), efektywną i zrozumiałą komunikację. Z wielkim skupieniem



INSTYTUCJA ROKU  
2018

słuchamy głosu klienta w badaniach satysfakcji NPS (Net Promoter Score) oraz przekładamy zdefiniowane potrzeby na konkretne działania w postaci wdrażanych zmian i usprawnień. Zawsze staramy się szybko diagnozować problemy naszych klientów i rekomendować im najlepsze rozwiązania.” – powiedziała *Agnieszka Szczebiot, Dyrektor Departamentu Relacji z Klientem w Alior Banku.*



INSTYTUCJA ROKU  
2018



INSTYTUCJA ROKU  
2018

## Najlepsza jakość obsługi w placówce

### BANKOWOŚĆ

#### Wynik 3 fali badania

Miejsce  
po 1, 2 i 3 fali  
badania



- 1 Alior Bank
- 2 Euro Bank S.A.
- 3 Bank Millennium
- 4 ING Bank Śląski
- 5 mBank
- 6 Getin Bank
- 7 Bank BGŻ BNP Paribas

- 1
- 2
- 3
- 4
- 7
- 8
- 5



- 8 Raiffeisen Polbank
- 9 Santander Bank Polska
- 10 Nest Bank
- 11 Bank Pocztowy

- 6
- 11
- 9
- 10



- 12 Credit Agricole
- 13 Bank Pekao S.A.
- 14 PKO Bank Polski
- 15 Plus Bank
- 16 Bank Ochrony Środowiska

- 15
- 13
- 12
- 16
- 14

Od 2018 roku wyniki projektu w każdej fali są prezentowane w 3 grupach wynikowych, tzw. „ligach”:

**1 liga**  
- wynik instytucji w zakresie

85% – 100%

**2 liga**  
- wynik instytucji w zakresie

75% – 84,99%

**3 liga**  
- wynik instytucji

poniżej 75%



w ramach lig banki wymieniono w kolejności zgodnie z uzyskanym wynikiem