



Jak banki obsługują klientów w swoich placówkach? PKO Bank Polski z najlepszą obsługą.

W lipcu i sierpniu w ramach 1. w tym roku fali badania w 14 bankach sprawdziliśmy, jak wygląda obsługa nowego klienta zainteresowanego otwarciem konta osobistego. To już 6. roczna edycja projektu Instytucja Roku, w ramach którego w pierwszym kwartale 2021 r. wyłonimy zwycięzców w kategorii Najlepsza jakość obsługi klienta w placówce.

W ramach 6. edycji Instytucji Roku zostaną zrealizowane 3 fale badania i obejmą różne produkty dla klienta indywidualnego. Podczas każdego pomiaru (z przekazanej przez każdy bank listy 50 placówek lub w przypadku braku zgłoszenia wybrane losowo z dostępnej listy na stronie internetowej banku) eksperci dokonają wizyty i oceny w 10 wybranych placówkach. Uzyskany wynik z 10 audytów sumuje się i ma wpływ na wynik banku. **O nagrodzie – przyznaniu tytułu Instytucji Roku zdecyduje średni wynik z trzech fal badania. Jeśli będzie on na poziomie min. 80%, wówczas bank otrzymuje tytuł Instytucji Roku.**

Oprócz wyróżnienia dla banku, będą również przyznane indywidualne wyróżnienia za najlepszą obsługę w placówce. **O tytuł ten „walczy” 700 placówek bankowych.** Placówka, która osiągnie w danej fali wynik na poziomie min. 80% przechodzi do drugiego etapu, gdzie w ciągu roku zostanie poddana kolejnej weryfikacji i jeśli również osiągnie wynik minimum 80% **zostanie wyróżniona indywidualnie tytułem Najlepsza Placówka Bankowa w Polsce.** Lista placówek, które osiągnęły wynik powyżej 80% i przeszły do drugiego etapu znajduje się poniżej. Wynik drugiego pomiaru nie wpływa na wynik banku, decyduje on wyłącznie o tym, czy dana placówka otrzyma indywidualny tytuł **Najlepsza Placówka Bankowa w Polsce.**

Badanie przeprowadzono w tradycyjnej eksperckiej formule, oceniając 6 etapów: pierwsze wrażenie, płynność obsługi, powitanie, komfort obsługi, rozmowę z doradcą oraz zakończenie. Dodatkowo szczególną uwagę zwrócono na obsługę zgodnie z obowiązującymi zaleceniami w zakresie obsługi klientów podczas COVID-19.



Liderem w zakresie jakości obsługi tej edycji badania jest PKO Bank Polski. W pierwszej lidze z wynikiem powyżej 80% uplasowały się również: BNP Paribas Bank Polska, Santander Bank Polska, Getin Bank, Alior Bank, ING Bank Śląski oraz Bank Millennium. Do drugiego etapu z wynikiem powyżej 80% przeszły 74 placówki.

Poziom przygotowania do obsługi klienta bankowego w czasie epidemii jest wysoki, jednak patrząc na cały rynek do poprawy jest wiele kwestii związanych z bezpieczeństwem klientów podczas obsługi. Jedynie 60% klientów przyznało najwyższe oceny w kryterium dobrego przygotowania placówki do obsługi, a aż 18% klientów przyznało oceny negatywne. Lepiej oceniono poczucie bezpieczeństwa podczas obsługi – 69% klientów przyznało najwyższe oceny a najniższe 18%.

Podstawowym zabezpieczeniem każdego pracownika w placówce są maseczki lub przyłbice, obecne tylko w 78% wizyt. Zdecydowanie częściej widać było pracowników w maseczkach (67%) niż w przyłbicach. Przesłona w formie pleksi była popularna, ale wystąpiła rzadziej niż się spodziewaliśmy (80%). Gorzej zabezpieczone były osobne pokoje spotkań, gdzie pleksi występowało już tylko w 71% przypadków. Klienci zwracali uwagę także na niepożądane zachowania np. pracowników bez jakichkolwiek zabezpieczeń, zakładanie maseczek tylko do obsługi klienta, a zdejmowanie ich w trakcie poruszania się po placówce czy propozycję napoju (11%). Nie obyło się bez zauważenia podczas wizyt naszych ekspertów sytuacji problemowych – pojawiających się w placówkach klientów bez maseczki i odmowa obsługi. Tutaj szczególnie doceniano odpowiedzialne podejście personelu placówek za zdrowie własne i innych klientów.

Stosunkowo rzadko spotykaliśmy się z obsługą w rękawiczkach (tylko ¼ wizyt). Dla klientów kluczową kwestią poza standardową maseczką była dostępność płynu do dezynfekcji i korzystanie z niego podczas wizyty w banku. Płyn do dezynfekcji był dostępny w 91% placówek. Na stanowisku po stronie pracownika widać go było w 61% wizyt, natomiast dostępność dla klienta przy stanowisku obsługi wystąpiła już tylko w 45% kontaktów. Elementem, na który klienci zwracali szczególną uwagę poza dostępnością był fakt korzystania z płynu podczas kontaktu z klientem. Biurko przed obsługą zdezynfekowano tylko w ¼ wizyt. Pracownicy dezynfekowali ręce przed obsługą w 29% rozmów, natomiast klienci byli poproszeni o dezynfekcję rąk jedynie w 18% kontaktów.

Zmianie uległ sposób obsługi klienta i prezentacji oferty. Zdecydowanie rzadziej korzysta się z materiałów innych niż ulotki (tablety, telefony komórkowe, ekrany) – takich urządzeń użyto w niewiele ponad 20% rozmów. Klienci zwracali uwagę na dezynfekcję tych urządzeń, którą można było spotkać





jedynie w 40% przypadków. Wciąż popularna jest praca na papierowych materiałach marketingowych. Niestety w dalszym ciągu w 52% placówek materiały były dostępne dla każdego klienta, na ogólnodostępnych standach.

Wrażenie z obsługi było niższe niż w okresie przed pandemią. O ile w większości banków standardy obsługi zostały utrzymane, o tyle po części są one nieadekwatne do dzisiejszych czasów, a dodatkowo przed pracownikami pojawiły się nowe wyzwania związane ze sposobem obsługi klienta.

Nie zmieniła się kwestia oczekiwania na obsługę. Oczekiwaliśmy sprawniejszej obsługi wynikającej z migracji klientów do zdalnych kanałów kontaktu, a tymczasem w dalszym ciągu w połowie przypadków należało oczekiwać na obsługę. Pozytywnie oceniono formę oczekiwania – w 94% udało się oczekiwać wewnątrz placówki. W podobnym odsetku wizyt zapewniono miejsca siedzące do oczekiwania, tylko sporadycznie oczekiwano na stojąco. W tych elementach nie widać istotnych zmian względem obsługi przed pandemią. Klienci zwracali za to uwagę na pośpiech pracowników i pobieżne potraktowanie sprawy klienta. Czas, jakim dysponuje klient na rozmowę ustalano rzadziej niż w okresie przed pandemią, ale spadek wynosi tylko 10 p.p. Z kolei w ocenie poczucia, że doradca poświęcił klientowi tyle czasu ile trzeba widoczne były spore spadki w subiektywnej ocenie klientów (aż 16% wizyt oceniono w tym zakresie negatywnie).

Zainteresowanie potrzebami klienta pozostało na podobnym poziomie, choć bardziej widoczna jest obserwowana od dawna zmiana podejścia – w tej edycji wyraźnie zaznaczony etap pytań na początku spotkania wystąpił tylko w nieco więcej niż połowie wizyt. Do prawie 1/3 urósł odsetek rozmów, w których oczekiwania klienta ustalane są w naturalny sposób podczas całego spotkania. Normą było korzystanie z materiałów na tym etapie rozmowy (61%), w 16% wizyt doradcy prosili klienta o zaznaczanie na materiale, co rodzi problemy ze sterylnością kartek i długopisów a także z przekazywaniem sobie karty pod pleksi. Skuteczność etapu diagnozy oczekiwań pozostała na podobnym poziomie. Doradcy biegle rozpoznają podstawowe oczekiwania, natomiast problematyczne jest wyjście poza niezbędne minimum informacji i pełna diagnoza sprawy klienta.

Prezentacja oferty rachunku nie różniła się istotnie, jeśli chodzi o podstawowe informacje związane z ROR. Zmianę zaobserwowaliśmy w produktach dodatkowych. Niskooprocentowane oferty depozytowe, choć nadal obecne w rozmowach, ustąpiły miejsca produktom kredytowym. Pozytywnie zaskoczyła nas często pojawiająca się oferta limitu w rachunku (63%, to o 20 p.p. więcej niż w 2019) i karty kredytowej (57%, również o kilkanaście p.p. więcej niż w 2019).



Aplikacje mobilne w ujęciu użytecznego przedstawienia jej klientowi zostały ocenione tak samo jak w 2019 roku. Pokazuje to, że w dalszym ciągu na rynku nie ma ani dobrego pomysłu ani dobrej wiedzy doradców w zakresie wyeksponowania tego, co najbardziej użyteczne dla klienta w aplikacji każdego banku. Pandemia znacznie ograniczyła możliwość prezentowania aplikacji w wersji demo na urządzeniu, jednak jak pokazują wyniki to nie narzędzie do prezentacji jest kluczem do sukcesu.

Pozytywnie zaskoczyła nas postawa sprzedażowa, którą oceniono na dokładnie takim samym poziomie jak w 2019 roku. Wynik 85% wizyt, w których po rozmowie proponowano sprzedaż pokazuje duże pole do poprawy, biorąc jednak pod uwagę okres pandemii, zachowanie ubiegłorocznego poziomu zaangażowania pracowników powoduje utrzymanie się orientacji na sprzedaż.

Kontakt dla mediów:

Marcin Łukaszewski

Dyrektor Zarządzający, Moje Bankowanie Sp. z o.o.

marcin.lukaszewski@mojebankowanie.pl tel. + 48 604 24 25 92





Nazwa Banku	Placówka z wynikiem powyżej 80%
Alior Bank	Czeladź, ul. Szpitalna 9
Alior Bank	Luboń, UL. ŻABIKOWSKA 56A
Alior Bank	Białystok, ul. Wiejska 47
Alior Bank	Tychy, ul. Niepodległości 188
Alior Bank	Kraków, ul. Masarska 9
Alior Bank	Włocławek, UL. KALISKA 100A
Alior Bank	Tarnów, UL. KRAKOWSKA 53
Alior Bank	Olsztyn, ul. Linki 3/4
Bank Millennium	Sosnowiec, Targowa 13
Bank Millennium	Bydgoszcz, Rataja 11
Bank Millennium	Lublin, Krakowskie Przedmieście 13
Bank Millennium	Kraków, Miodowa 2
Bank Millennium	Włocławek, Pl. Wolności 8
Bank Millennium	Wrocław, Żmigrodzka 9
Bank Ochrony Środowiska	Poznań, ul. Dąbrowskiego 79A
Bank Ochrony Środowiska	Łomża, ul. Sienkiewicza 10
Bank Pekao S.A.	Łódź, H. Sienkiewicza 85/87
Bank Pekao S.A.	Poznań, Stary Rynek 97/98
Bank Pekao S.A.	Limanowa, Jana Pawła II 19
Bank Pekao S.A.	Kraków, Pokoju 1
Bank Pekao S.A.	Skawina, Korabnicka 5a
Bank Pocztowy	Olsztyn, ul. Mikołaja Kopernika 44
BNP Paribas Bank Polska	Poznań, ul. Św. Marcin 71
BNP Paribas Bank Polska	Włocławek, ul. Kaliska 94
BNP Paribas Bank Polska	Wrocław, ul. Świeradowska 51/57
BNP Paribas Bank Polska	Bielsko-Biała, ul. Cechowa 22
BNP Paribas Bank Polska	Strzelce Opolskie, ul. Rynek 5
BNP Paribas Bank Polska	Bystrzyca Kłodzka, ul. Wojska Polskiego 20
BNP Paribas Bank Polska	Bydgoszcz, ul. Fordońska 74
BNP Paribas Bank Polska	Mielec, ul. Obrońców Pokoju 3
Credit Agricole	Limanowa, Rynek 9
Credit Agricole	Strzelce Opolskie, Rynek 10
Getin Bank	Sosnowiec, ul. Modrzejowska 14
Getin Bank	Kraków, Al. Powstania Warszawskiego 12
Getin Bank	Lublin, Okrzei 2
Getin Bank	Kraków, Os. Centrum D2
Getin Bank	Tychy, al.. Piłsudskiego 12
Getin Bank	Kraków, ul. Kalwaryjska 27
Getin Bank	Włocławek, ul. 3-go Maja 38
Getin Bank	Opole, ul. Ozimska 2 lok nr 1A
ING Bank Śląski	Katowice, Chorzowska 107
ING Bank Śląski	Strzelce Opolskie, Ligionia 2





ING Bank Śląski	Mińsk Mazowiecki, Warszawska 88
ING Bank Śląski	Tychy, al. Niepodległości 106
ING Bank Śląski	Piekary Śląskie, ul. Bytomska 77
ING Bank Śląski	Poznań, ul. Półwiejska 2D
ING Bank Śląski	Puławy, Centralna 10
mBank	Sosnowiec, Kościelna 16
mBank	Lublin, ul. Spokojna 2
mBank	Poznań, Matyi 2
mBank	Włocławek, ul. Kościuszki 8
mBank	Kłodzko, Grottgera 8
Nest Bank	Chorzów, Wolności 35
Nest Bank	Piekary Śląskie, Bytomska 72
Nest Bank	Poznań, ul. Głogowska 70
PKO Bank Polski	Gdańsk, al. Rzeczypospolitej 33
PKO Bank Polski	Rzeszów, ul. Obr. Poczty Gdańskiej 12
PKO Bank Polski	Wrocław, ul. Zwycięska 9-23
PKO Bank Polski	Wejherowo, ul. Sobieskiego 227
PKO Bank Polski	Siedlce, ul. Piłsudskiego 74
PKO Bank Polski	Ruciane-Nida, ul. Gałczyńskiego 14
PKO Bank Polski	Radzionków, ul. Szymały 5a
PKO Bank Polski	Poniatowa, ul. Brzozowa 3
PKO Bank Polski	Włocławek, ul. S.Okrzei 64
PKO Bank Polski	Swarzędz, os. H. Cegielskiego 32
Plus Bank	Poznań, ul. Św. Marcin 35
Santander Bank Polska	Chorzów, ul. Wolności 24
Santander Bank Polska	Łódź, al. Piłsudskiego 3
Santander Bank Polska	Białystok, ul. Mickiewicza 50
Santander Bank Polska	Poznań, Plac Wolności 15
Santander Bank Polska	Kraków, ul. Halszki 1a
Santander Bank Polska	Warszawa, ul. Światowida 17
Santander Bank Polska	Opole, ul. Ozimska 6
Santander Bank Polska	Tychy, ul. Bałuckiego 4

