

## AKO PRACUJÚ BANKY S KLIENTOM NA SOCIÁLNEJ SIETI?

Spoločnosť MARKET VISION SLOVAKIA uskutočnila začiatkom septembra prieskum zameraný na hodnotenie reakčných časov bánk na sociálnej sieti Facebook. V analýze výsledkov sleduje presnosť, užitočnosť poskytnutých informácií a prácu s potenciálnym zákazníkom. Výsledky analýzy prekvapili a zistené boli viaceré nedostatky najmä v oblasti práce s klientom, ktorý prejaví predajný potenciál.

### NAJRÝCHLEJŠIA JE NA FACEBOOKU VÚB BANKA

*„V porovnaní reakčných časov dopadla najlepšie VÚB banka, ktorá odpovedala na správu klienta v priemere za 23 minút. Tento výsledok je podstatne lepší ako priemer trhu, ktorý je na úrovni 11 hodín a 25 minút. Priemerný výsledok celého trhu je dôsledkom niektorých subjektov, ktoré na otázky klientov odpovedajú až po niekoľkých dňoch“,* uviedol Peter Gernát, člen FINECIM teamu MARKET VISION SLOVAKIA. Veľmi dobré výsledky v porovnaní reakčných časov dosiahla aj Slovenská sporiteľňa a UniCredit Bank. Ich priemerné reakčné časy dosahovali hodnoty vysoko nad priemerom trhu.

### Z FACEBOOKU NA POBOČKU

V jednom prípade klient vo svojej otázke zisťoval informáciu o podmienkach poskytnutia hypotekárneho úveru, resp. spotrebného úveru (v prípade bánk, ktoré neposkytujú hypotéky). Potenciálny zákazník kontaktoval banku na sociálnej sieti, aby zistil, či vôbec spĺňa podmienky poskytnutia úverového produktu.

Spomedzi bánk oslovených vo veci hypotekárneho úveru, iba mBank, UniCredit Bank a Sberbank Slovensko uviedli, či klient spĺňa podmienky poskytnutia hypotéky. UniCredit Bank si dokonca bližšie zistila situáciu klienta a konkretizovala podmienky poskytnutia úveru. Z konverzácie vyplynulo, že úver je možné tomuto klientovi poskytnúť. Banka v závere pozvala klienta na pobočku a do správy pripojila rezervačný formulár. Ostatné banky odkázali klienta na návštevu pobočky bez toho, aby mu poskytli odpoveď na jeho otázku alebo ponúkli možnosť rezervácie termínu stretnutia. *„V prípade klienta so záujmom o spotrebný úver sa reakcia bánk veľmi nelíšila. Niektoré odkázali klienta na pobočku podobne ako v prípade hypotéky, iné iba uviedli, či je úver možné poskytnúť“,* hodnotí Peter Gernát.

### DESIGN ŠTÚDIE

Prieskum bol realizovaný formou Facebook mailingu v rámci pravidelného nezávislého monitoringu bankového trhu - FINECIM. V prieskume bolo kontaktovaných 11 profilov bánk pôsobiacich Slovensku. Do porovnania boli zaradené: ČSOB, mBank, OTP banka, Poštová banka, Raiffeisen bank, Sberbank Slovensko, Slovenská sporiteľňa, Tatra banka, UniCredit Bank, VÚB banka a ZUNO.

Spoločnosť MARKET VISION SLOVAKIA pôsobí na slovenskom trhu od roku 2005 a v rámci poskytovaných služieb sa špecializuje na oblasti Mystery Shoppingu, Competitive Intelligence a Customer Intelligence. Projekty pravidelne realizuje v odvetviach ako sú poisťovníctvo, bankovníctvo, automotive, telekomunikácie, retail a to tak na Slovensku, v Českej republike ako aj v celom regióne CEE. Agentúra je členom medzinárodných asociácií MSPA, IMSA a SCIP.

Viac informácií o štúdií Vám poskytneme:

Peter Gernát  
FINECIM team



**MARKET VISION SLOVAKIA s.r.o.** – Market Intelligence Provider  
Ružová dolina 6, 821 08 Bratislava  
t +421 255 410 643, m +421 948 212 242 [www.marketvision.sk](http://www.marketvision.sk)