

Восприятие имиджа банков их реальными и потенциальными клиентами (итоги 2009 года)

Пресс-релиз

Исходя из данных регулярного исследования компании Profi Online Research «Мониторинг розничного рынка. Банки» * эксперты определили видение россиянами некоторых составляющих имиджа ряда банков, оперирующих на отечественном рынке. Каждый банк оценивался клиентами, которые пользуются его услугами. По отношению к каждому утверждению респонденты могли выбрать один из 5 вариантов ответов, находящийся в диаметре от «полностью соответствует» до «совершенно не соответствует». В опросе респонденты оценивали более 20 банков, однако в данном мониторинге мы рассматриваем только ТОП-7 самых известных банков: «Сбербанк», «ВТБ24», «Райффайзен банк», «Банк Москвы», «Альфа-банк», «Уралсиб Банк» и «Банк Русский Стандарт».

Больше всего согласных с тем, что «**банк имеет много банкоматов и отделений по городу**», оказалось по отношению к «Сбербанку». Порядка 2/3 участников исследования отметило, что абсолютно согласно с таким утверждением в отношении данной организации. Следом за «Сбером» идут «ВТБ24» и «Уралсиб Банк»: почти 1/3 участников опроса (33% и 32% соответственно) выразила свое полное согласие, с тем, что отделений и банкоматов у этих баков де хватает. В наименьшей степени соответствует данному утверждению мнение респондентов о «Райффайзен Банке» (см. рис. №1). Это и не удивительно, ведь у него отделений значительно меньше в сравнении, например, со «Сбером» или «ВТБ24». Зато по качеству и оперативности обслуживания «Райффайзен банк» оказывается лидером (см. рис. №2).

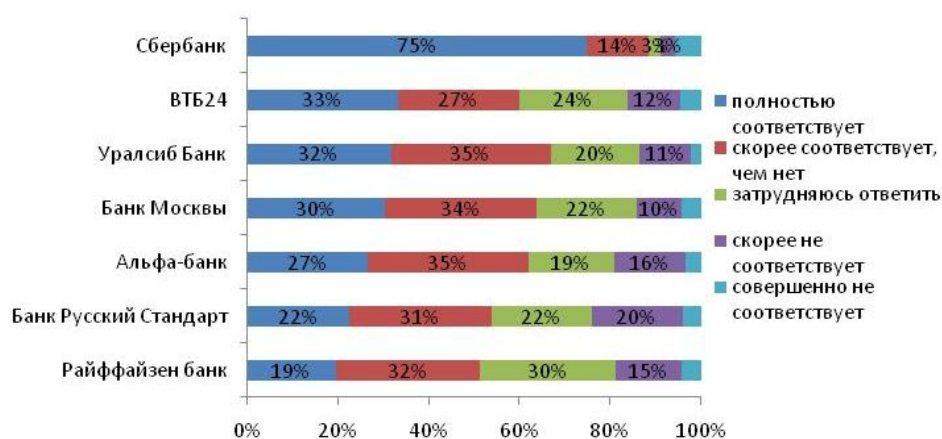


Рис. №1: Банк имеет много банкоматов и отделений по городу

* Исследование «Мониторинг розничного рынка. Банки» проводится ежеквартально. В нем участвуют российские граждане в возрасте от 21 до 55 лет, принимающие финансовые решения или участвующие в принятии решений в семье. Общая выборка – 7 100. Исследование проводится методом интерактивного опроса среди респондентов Онлайн панели компании Profi Online Research, проживающих в 13 самых крупных российских городах (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Челябинск, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Уфа, Екатеринбург, Самара, Омск, Пермь, Волгоград).

Почти 1/3 участников исследования выразили свое полное согласие с тем, что «Райффайзен банк» и «Альфа-банк» **«быстро решают все вопросы и проблемы клиентов»** (32% и 30% соответственно). Среди оценивавших «Банк Москвы» оказалось много тех, кто затруднился дать свою оценку, а о «Сбербанке» приблизительно каждый десятый склонен думать, что данное утверждение скорее этому банку не соответствует (см. рис.№2).

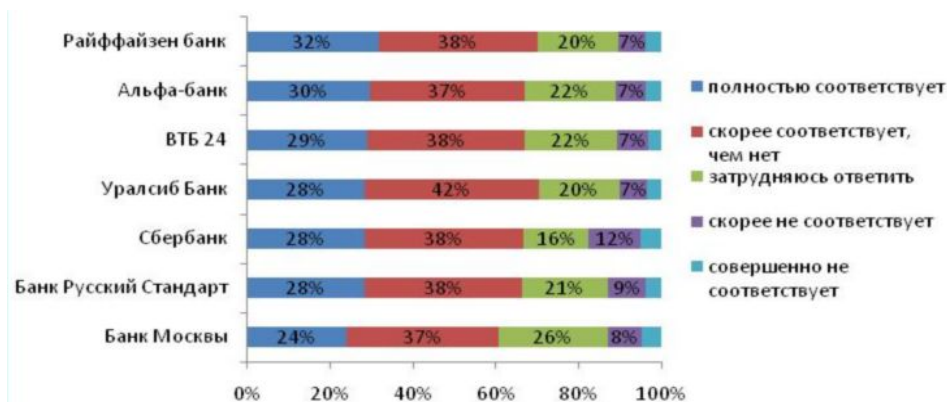


Рис. №2: Банк быстро решает все проблемы и вопросы клиентов

Исследование продемонстрировало, что не менее 60% опрошенных склонны считать, что представленные для оценки банки **«предоставляют лучшее обслуживание»**. Больше всего положительных мнений было высказано в адрес «Райффайзен банка» (70%) и «Сбербанка» (66%). В качестве обслуживания «Банка Москвы» доля сомневающихся составила почти 1/3. Каждый же десятый, оценивающий «Банк Русский Стандарт» и «Сбербанк», выразил свое несогласие с тем, что они имеют высокий уровень сервиса (см. рис. №3).

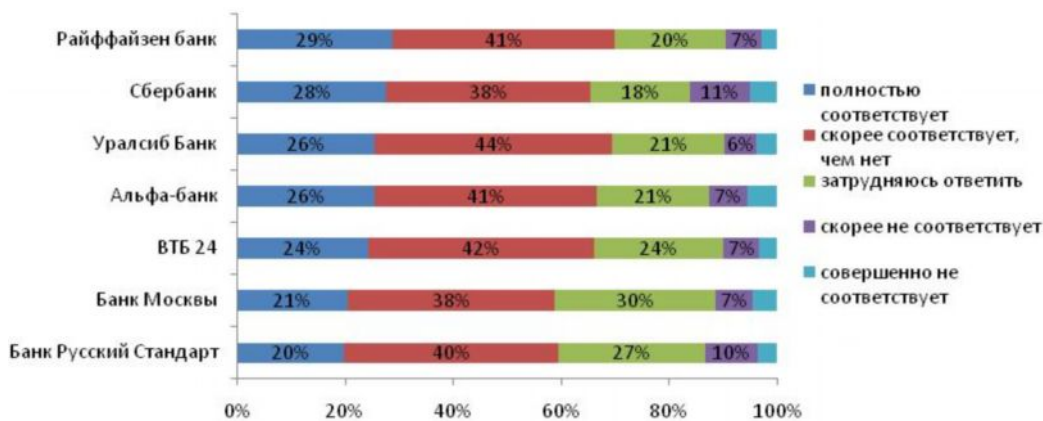


Рис. №3: Банк предоставляет лучшее обслуживание

Более половины участников исследования полностью уверены в том, что «Сбербанк» является **«банком для малообеспеченных слоев населения»**. Вероятнее всего на формирование такого имиджа повлияло большое количество пенсионеров, которые являются клиентами этой организации. На другой стороне поля оказались «Альфа-банк» и «Райффайзен банк». Имидж этих компаний менее всего ассоциируется у респондентов с тем, что к их услугам прибегают люди, имеющие низкий доход. Наибольшее замешательство в оценке данного критерия вызвали «ВТБ24» и «Уралсиб». Более 40% участников исследования затруднились дать оценку этим компаниям (см.рис. №4).

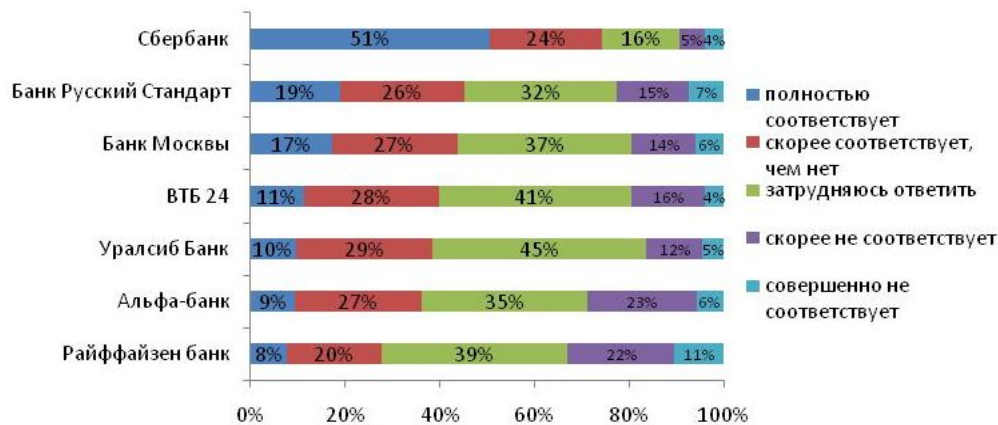


Рис. №4: Банк для малообеспеченных людей

Среди более половины опрошенных «Райффайзен банк» был признан «**банком для активных людей**». За ним, с отставанием в 5 процентных пунктов, следует «ВТБ24». Третье место в данном рейтинге занял «Альфа-банк» (45% голосов). Больше всего тех, кто не склонен думать о кредитной организации в данном ключе, оказалось среди респондентов, оценивавших «Сбербанк» и «Банк Русский Стандарт». Впрочем, по отношению к последнему, более ¼ опрошенных не смогли определиться со своим мнением. Схожая ситуация наблюдается и с «Банком Москвы» (см. рис.№5).

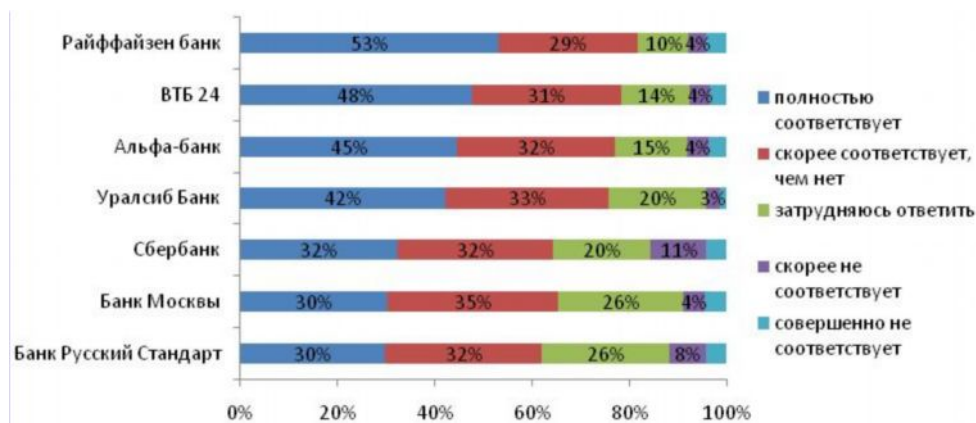


Рис. №5: Банк для активных людей

Наиболее «**навязчивым банком**» респондентами был признан «Банк Русский Стандарт». С этим согласилась 1/3 опрошенных, в то же время данное качество более половины участников исследования другим кредитным организациям не предписали (см.рис.№6).

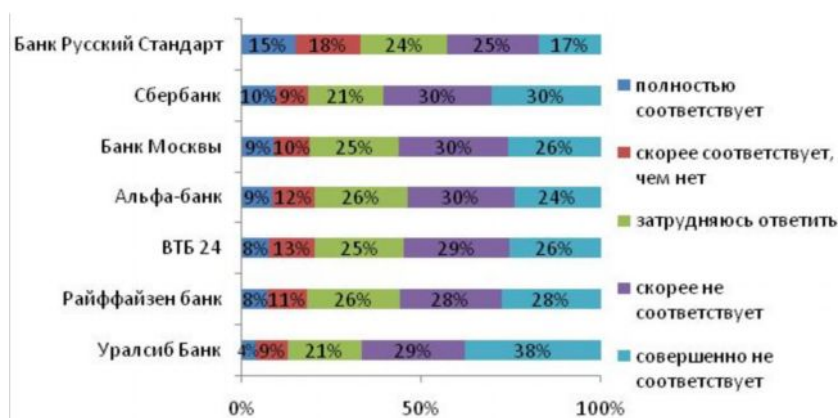


Рис. №6: Навязчивый банк

Информация о компании:

Агентство маркетинговых исследований [Profiresearch](http://Profiresearch.ru) специализируется на Онлайн технологиях. На данный момент собственная панель компании насчитывает более 100 000 респондентов. По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к **Валерии Ериной** – тел.: (495) 930 06 93, valeria@profiresearch.ru