

Критерии выбора банка при решении открыть дебетовую карту (итоги 4Q09)

Пресс-релиз

В ходе регулярного исследования «Мониторинг розничного рынка. Банки»^{} компания Profi Online Research выявила основные факторы, оказывающие влияние на принятие решения наших соотечественников о выборе банка для открытия дебетовой карты.*

Данные исследования продемонстрировали, что на конец 2009 года дебетовыми картами владело 37% из 7100 опрошенных. Анализ показал, что основные критерии, на которые обращают внимание респонденты при выборе банка, так или иначе связаны со стоимостью, а также с удобством обслуживания карты, что подразумевает низкие тарифы на обслуживание, % комиссии за снятие денег в банкоматах других банках, наличие возможности пополнять счет через банкоматы и удобство снятия наличных. В связи с финансовым кризисом для населения возрасла важность участия банка в системе страхования вкладов. Все вышеуказанные условия оказались значимы более чем для половины участников исследования (см. рис. №1).

Следует отметить, что для жителей регионов количество критериев, которым они придают значение, оказалось больше, чем для москвичей. Если для московских клиентов важны стоимость обслуживания, возможность открывать дополнительные карты и их внешний вид, то в регионах больше обращают внимание на количество банкоматов в городе, возможность дистанционной работы со счетом (например, посредством телефона или Интернета), наличие овердрафта, а также рекомендации друзей, знакомых или родственников (см. рис. №1).

^{*} 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).

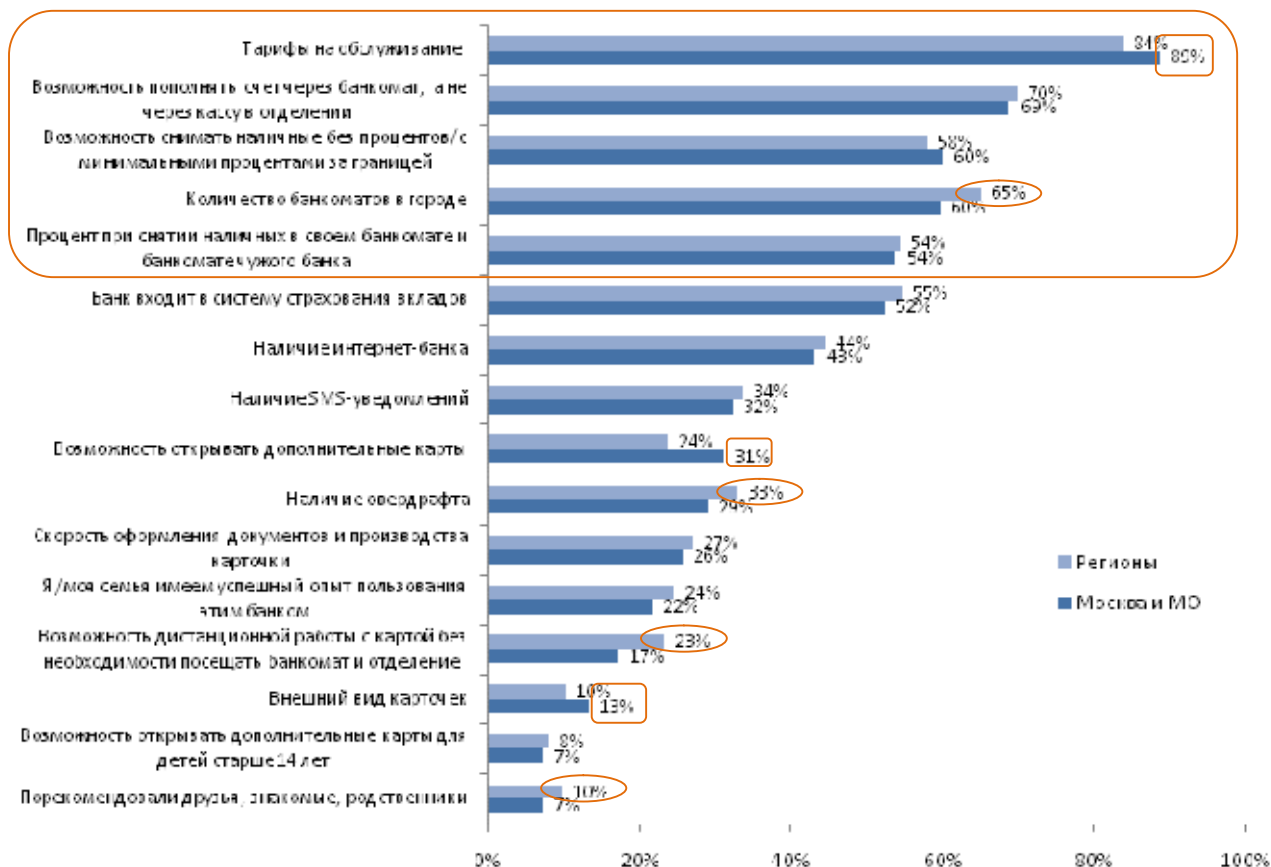


Рис. №1: Если Вы решите открыть дебетовую карту, какие основные параметры будете учитывать при выборе банка?

Распределение в зависимости от места жительства респондентов

Отметим, что для мужчин и женщин критерии выбора банка не во всем схожи. Так, для женской аудитории больше оказались более важны такие параметры как возможность пополнять счет через банкомат (76% против 65%), количество банкоматов в городе (67% против 61%), успешный опыт пользования услугами банка (29% против 20%). В свою очередь представители сильного пола больше ценят предложения компаний, имеющих Интернет-банкинг (47% против 41%) и овердрафта (36% против 26%). Также отмечается более важное для мужчин значение вхождение банка в систему страхования вкладов, а для женщин %при снятии наличных (см. рис.№1.1).

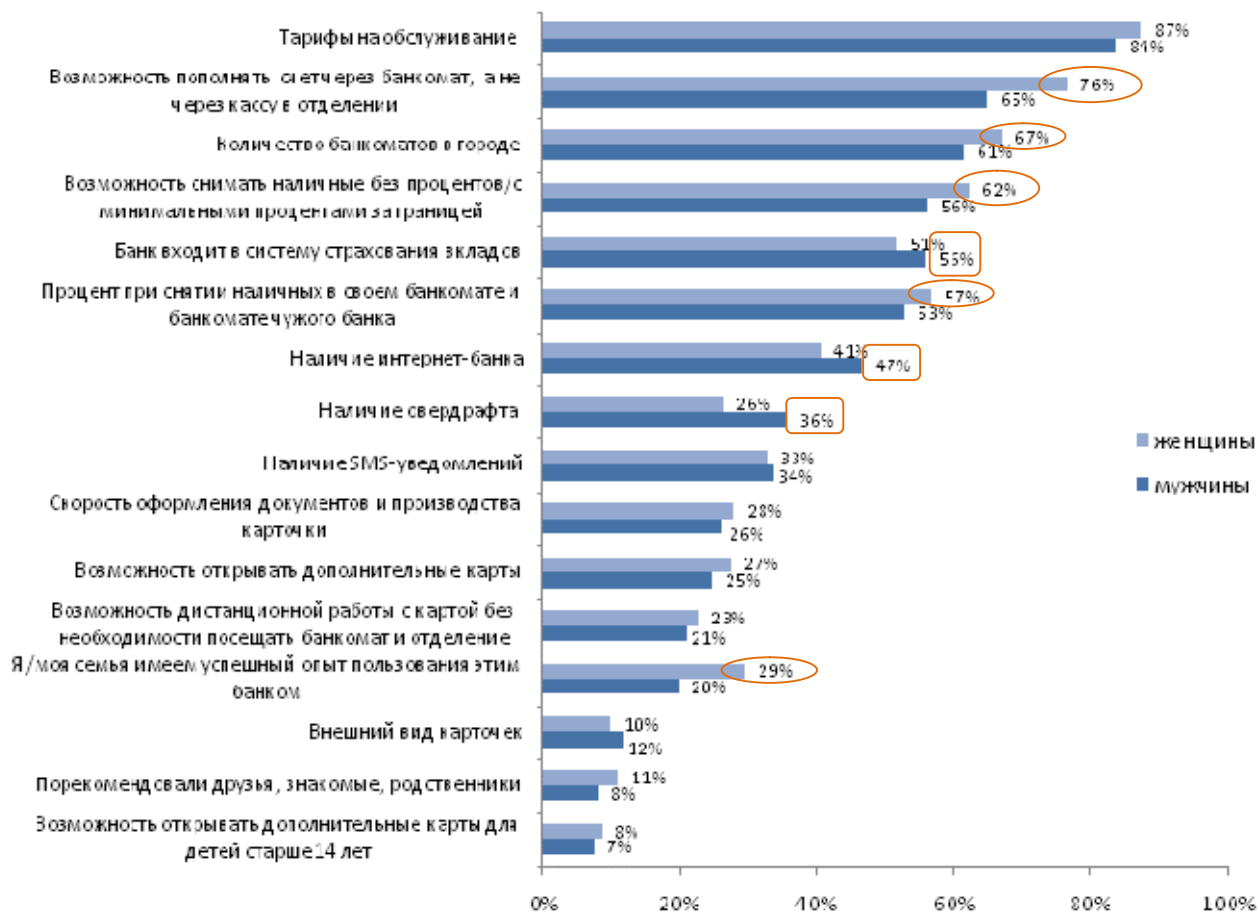


Рис. №1.1: Если Вы решите открыть дебетовую карту, какие основные параметры будете учитывать при выборе банка?
Распределение в зависимости от пола респондентов

В каждой возрастной группе существуют свои требования, которые ее представители выдвигают к банку, обслуживающему их дебетовые карты. Например, аудитория 21-30 лет в целом рассматривает комплексный спектр факторов при выборе банка, и для них больше, чем для других, оказались важны рекомендации знакомых и друзей (11%). На основании этого можно сделать вывод, что среди молодой аудитории принятие решения о выборе банка в большей степени ориентировано на мнение окружения. Также, что неудивительно, для представителей данной возрастной группы немаловажна и имиджевая составляющая: в этом возрасте на внешний вид карточек обращают внимание почти в два раза больше людей, чем в какой-либо другой возрастной группе (12% против 7%). Также большим плюсом для них является наличие SMS-уведомлений (37%).

Представители старшего поколения (от 45 лет и выше) больше чем остальные ценят предложения банков, имеющих хорошо развитую сеть банкоматов (75%), скорость оформления документов и производства карты (32%), а также предоставление возможности открывать дополнительные карты для своих детей (13%). Также для данной аудитории важно, входит ли банк в систему страхования вкладов.

По всей видимости люди, пережив перестройку, дефолт 1998 года, осторожнее относятся к сотрудничеству с банками, поэтому они больше чем остальные стремятся получить гарантии на сохранность своих денег.

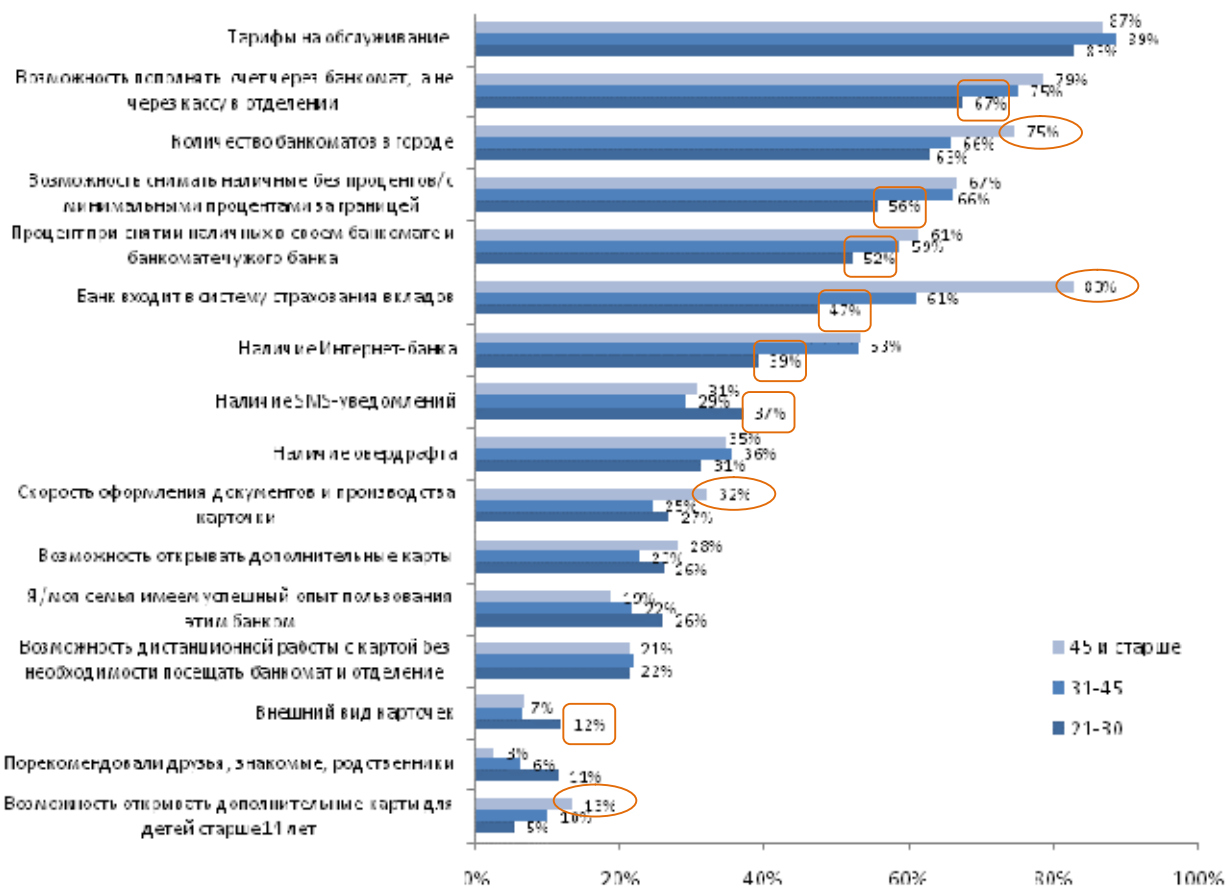


Рис. №1.2: Если Вы решите открыть дебетовую карту, какие основные параметры будете учитывать при выборе банка? Распределение в зависимости от возраста респондентов

Система ценностей, которой придерживаются респонденты разных доходных групп при выборе банка для открытия дебетовой карты, также различаются. Так, для респондентов с ежемесячным доходом свыше 80 000 рублей, гораздо больше, чем для других, при открытии дебетовой карты оказались важны такие параметры, как % при снятии наличных в банкоматах (64%), наличие овердрафта (41%), открытие дополнительных карт (35%), а также их внешний вид. В то же время наличие SMS уведомлений, которые важны для 1/3 представителей менее доходных групп, высокодоходную аудиторию волнует меньше всего (только 1/5 опрошенных).

Отметим, что такие параметры как возможность пополнять счет через банкомат, наличие достаточного количества банкоматов в городе, рекомендации друзей и знакомых, возможность открывать дополнительные счета для детей, а также успешный опыт сотрудничества с банком, важны вне зависимости от дохода респондентов (см. рис. №1.3).

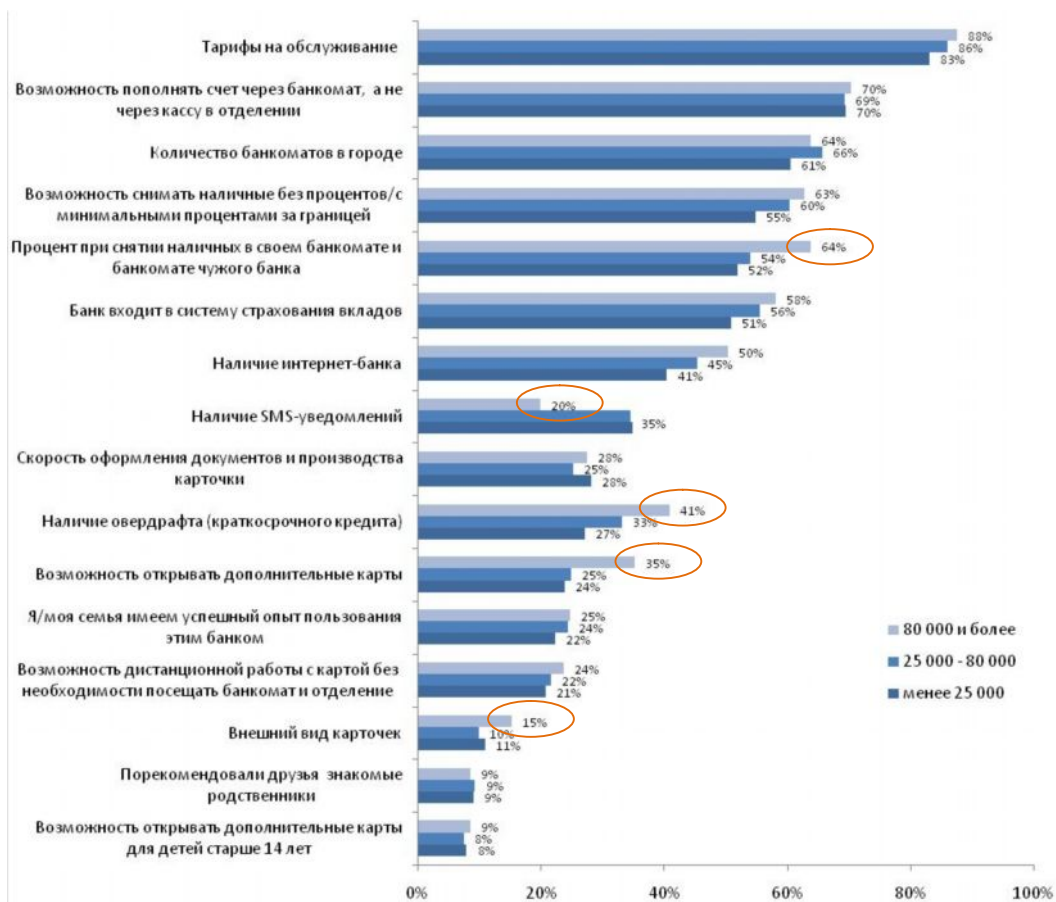


Рис. №1.3: Если Вы решите открыть дебетовую карту, какие основные параметры будете учитывать при выборе банка?
Распределение в зависимости от дохода респондентов

Информация о компании:

Компания Profiresearch.ru работает с 2006 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет-технологиях. На данный момент Online-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