

## Половина корпоративных клиентов банков готовы сменить поставщика услуг

Москва, 19 февраля 2013 г. — Исследовательское агентство Profi Online Research выяснило причины, по которым банки могут потерять около половины своих корпоративных клиентов.

Исследование, показавшее, что примерно половина (48%) представителей малого и среднего бизнеса могут сменить поставщика банковских услуг, проводилось с использованием новой бизнес-панели B2B Finance среди более чем 3000 представителей малого и среднего бизнеса.



Рис. 1 Причины возможной смены корпоративного банка представителями малого и среднего бизнеса.

Около 27% корпоративных клиентов, рассматривающих возможность смены своей финансовой организации, планируют попробовать услуги нового банка. Еще 22% опрошенных могут перейти к конкуренту, если им предложат более привлекательные условия. Не менее значимые критерии — уровень сервисного обслуживания и качество предоставляемых продуктов и услуг: если они будут неудовлетворительными, клиенты также рассмотрят возможность смены поставщика банковских услуг — 13% и 11% опрошенных соответственно.

Интересным представляется тот факт, что репутация в наименьшей степени влияет на желание корпоративных клиентов перейти к конкуренту — только 3% участников исследования проявили желание сменить текущий банк по причине плохого имиджа своего финансового поставщика.

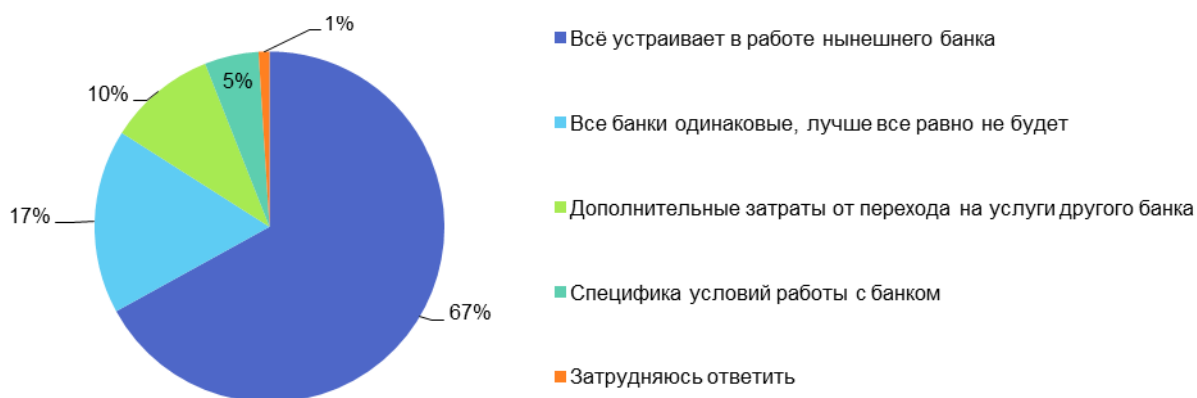


Рис.2 Причины, по которым представители малого и среднего бизнеса не планируют менять свой корпоративный банк.

Другая половина представителей малого и среднего бизнеса (52%) не планирует менять свой основной банк. Причем, каждый пятый из них не будет этого делать, потому что считает, что «все банки одинаковые, лучше все равно не будет».

**B2B Finance** панель компании **Profi Online Research**, использованная при проведении данного исследования — это панель представителей компаний малого и среднего бизнеса, которая применяется для проведения online исследований, касающихся использования финансовых продуктов и услуг в организациях. В настоящее время B2B Finance насчитывает порядка 10 000 участников во всех регионах России. Одна из основных задач B2B панели — перенос маркетинговых исследований корпоративных клиентов из области дорогих, длительных проектов с малой выборкой, в типичный для B2C формат исследований: быстро, по сравнению с традиционными исследованиями дешевле, а размер выборки позволяет получить достоверные и статистически значимые результаты.