

Tisková zpráva (z průzkumu STEM/MARK), kontakt: Kamil Kunc, kunc@stemmark.cz,
V Praze 9.12. 2009

Elektronicky se zákazníci komunikují nejlépe největší banky – Česká spořitelna a Komerční banka.

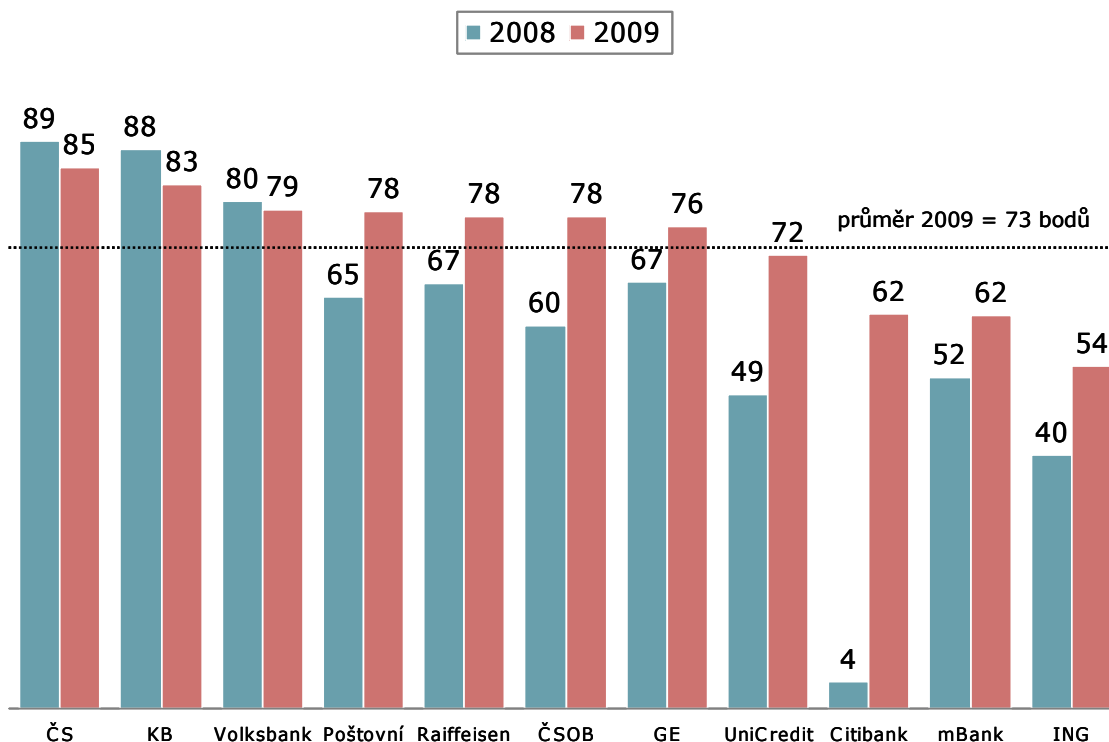
Komunikace bank se zákazníky po e-mailu se stále zlepšuje.

Důraz a důležitost, kterou banky přikládají elektronické komunikaci se zákazníky, neustále roste. Potvrzují to i výsledky průzkumu, který opět po roce, v říjnu 2009, zopakovala agentura STEM/MARK.

Pořadí bank sestavené podle kvality obsahu odpovědí v kombinaci s rychlostí e-mailové komunikace se zákazníky (e-CPI indexu, e-mail Customer Performance Index), se meziročně v zásadě nezměnilo. Rozdíly mezi více po sobě jdoucími bankami jsou malé a bankovní domy vytvářejí tři skupiny s obdobným hodnocením.

Graf: Hodnota e-CPI indexu komunikace (max.=100 bodů)

Zdroj: STEM/MARK



Na prvním místě zůstává Česká spořitelna následovaná Komerční bankou.

V druhé skupině, kolem průměrné hodnoty indexu, jsou Volksbank, Poštovní spořitelna, Raiffeisenbank, ČSOB a GE Money Bank.

V třetí skupině, pod průměrnou hodnotou indexu, se nacházejí banky UniCredit Bank, Citibank, mBank a ING.

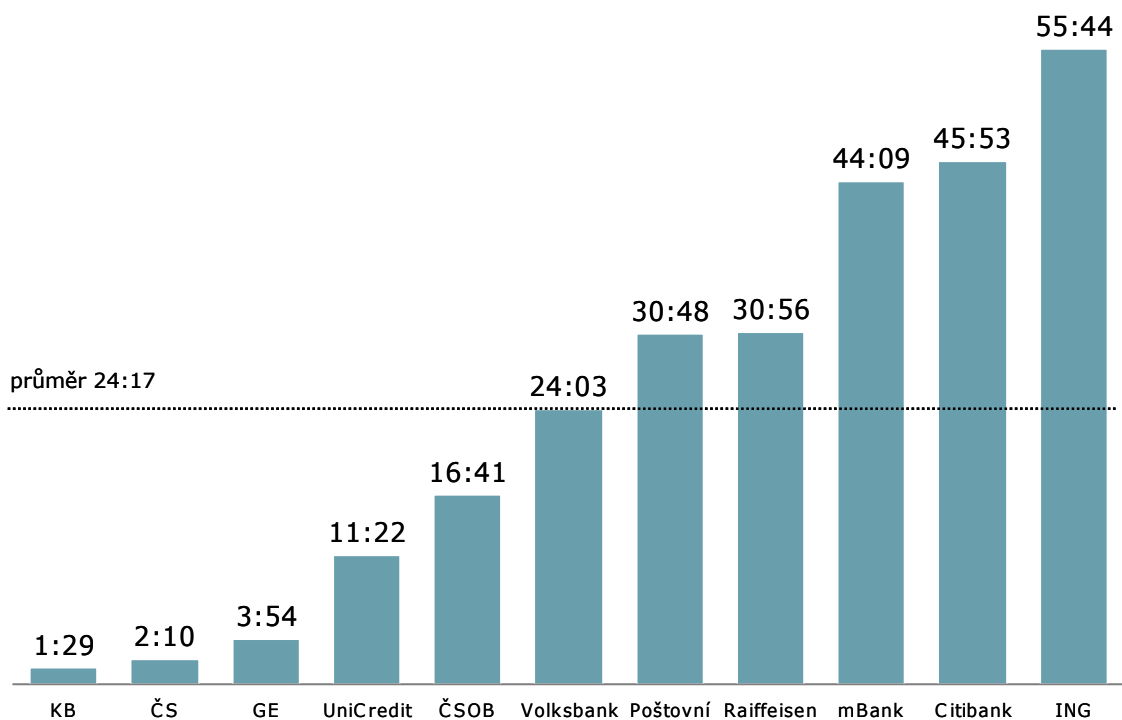
Zvýšení důrazu na elektronickou komunikaci bank ukazuje nárůst hodnoty indexu u všech bank, které byly v roce 2008 hodnoceny hůře. (V grafu jsou to banky od čtvrté pozice dále).

Kromě České spořitelny, Komerční Banky a Volksbank, které byly i loni hodnoceny nejlépe, se indexy kvality e-komunikace významně vylepšily.

Největší zlepšení v e-mailové komunikaci se zákazníci zaznamenali v meziročním srovnání **ČSOB, UniCredit bank a Citibank**.

Nejrychlejší bankou se stala Komerční banka, která dosáhla průměrného času odpovědi na e-mailovou zprávu 1 hodinu a 29 minut. Druhá Česká spořitelna odpovídala v průměru za 2 hodiny a 10 minut. Průměrná délka čekání na reakci ze všech bank byla 24 hodin a 17 minut.

Graf: Průměrná rychlost odpovědi na e-mailové dotazy (v hodinách a minutách)
Zdroj: STEM/MARK



Svížnost odpovědí Komerční banky však v celkovém hodnocení nestačila vyrovnat rozdíl daný hodnocením obsahu, který zajistil České spořitelně prvenství i v roce 2009.

O průzkumu:

Průzkum je komplexním hodnocením komunikace banky s potenciálními klienty formou mystery mailingu. V roce 2009 bylo na kontaktní adresy (nebo webové formuláře) bank rozesláno 26 e-mailů v průběhu 2 týdnů v říjnu 2009. Dotazy byly rozděleny do 5 skupin a týkaly se služeb, produktů, obecných informací, lidských zdrojů a firemního bankovníctví. Výsledný index e-CPI (e-mail Customer Performance Index) ukazuje kvalitu zákaznického servisu a je souhrnem více hodnotících kritérií této komunikace. Do hodnocení vstupuje nejvyšší vahou obsahová stránka a rychlost odpovědi. Doplnujícím kritériem je formální stránka odpovědi a uživatelské hledisko reprezentované dostupností kontaktu na stránkách banky.

Více informací poskytne Kamil Kunc – Client Service Manager STEM/MARK; 777 825 723