

На пути к банку мечты: лучше в него не ходить

В компаниях, которые регулярно проводят мониторинг выполнения стандартов обслуживания методом «Тайный покупатель» и опрашивают клиентов, измеряя их удовлетворенность, часто сталкиваются с парадоксальной на первый взгляд ситуацией. Проверяемые стандарты обслуживания выполняются хорошо, а удовлетворенность клиентов низкая. И наоборот.

Одна из причин, по которой подобные ситуации могут складываться, — не все стандарты обслуживания и продаж, включенные в анкеты проверок для тайных покупателей, влияют на клиентскую удовлетворенность. Этот разрыв особенно заметен для банков, где в последнее время много внимания уделяется продажам дополнительных продуктов, что удлиняет время консультации и создает очереди. Недовольство клиентов зачастую связано с тем, что, во-первых, им навязывают банковские продукты в больших количествах, которые их не интересуют, а во-вторых, время ожидания в несколько раз превышает время консультации по прямому запросу.

Но есть и другие причины. Например, связанные с переходом клиентов на удаленные каналы взаимодействия с банками.

Результаты нашего опроса, проведенного весной 2016 на базе тайных покупателей, подтвердили, что все реже клиенты приходят в банковские офисы — только 30 % из 1322 респондентов указали офис, как основной канал взаимодействия с банком (Диаграмма 1). 56 % выбирают преимущественно личные интернет-кабинеты. Таким образом, их отношение к банку и удовлетворенность обслуживанием зависит прежде всего от удобства пользования этим ресурсом (Диаграммы 2 и 3). Между тем во многих банках тайные покупатели продолжают проверять только офисы. Рекомендуем банкам больше внимания уделять всем популярным каналам взаимодействия с клиентами.

Диаграмма 1. Каким каналом связи вы преимущественно пользуетесь для взаимодействия с вашим банком?

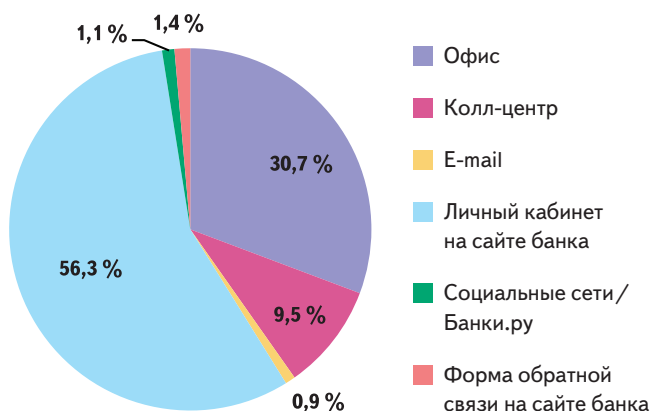


Диаграмма 2. Оцените качество обслуживания в выбранном вами канале.

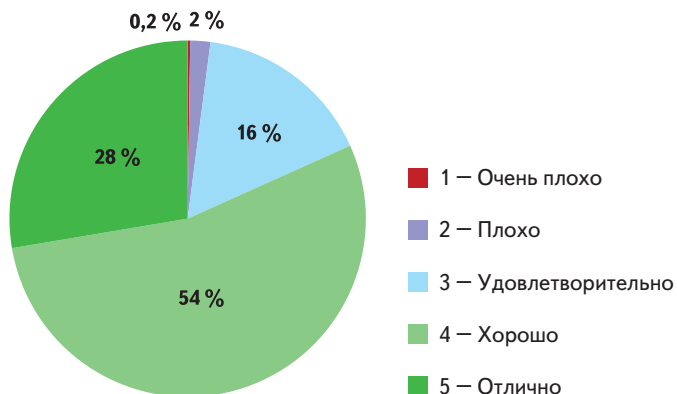
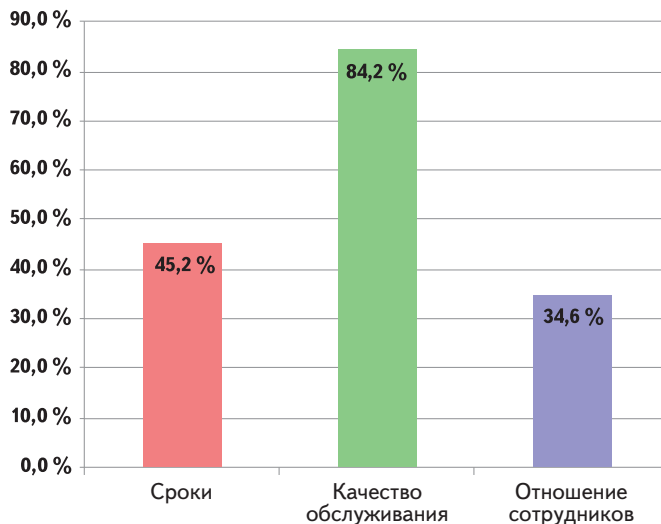


Диаграмма 3. При взаимодействии с банком что для вас наиболее важно?



К слову, наши результаты очень созвучны недавно опубликованным в СМИ данным онлайн-опроса WSJ, в котором приняли участие 2100 респондентов из разных стран. Так для 80 % респондентов самое главное в банке — удобный доступ к счету через интернет и хорошее мобильное приложение. Банковские отделения важны для 35 % респондентов. В 2015 году число обращений к счету при помощи банковских мобильных приложений впервые превысило число обращений в банковские отделения (данные Javelin Strategy & Research).



Операторы мобильной связи и клиентская удовлетворенность: В офисы ходят только тайные покупатели

В апреле 2016 года мы задали несколько вопросов нашим тайным покупателям об их опыте взаимодействия с мобильными операторами связи. В опросе принял участие 1391 респондент.

Чаще всего абоненты пользуются личным кабинетом на сайте оператора и call-центром. Именно здесь происходит основное взаимодействие с операторами мобильной связи, подключаются/отключаются сервисы и формируется клиентская лояльность (Диаграмма 4).

Диаграмма 4. Каким каналом связи вы преимущественно пользуетесь для взаимодействия с вашим мобильным оператором?

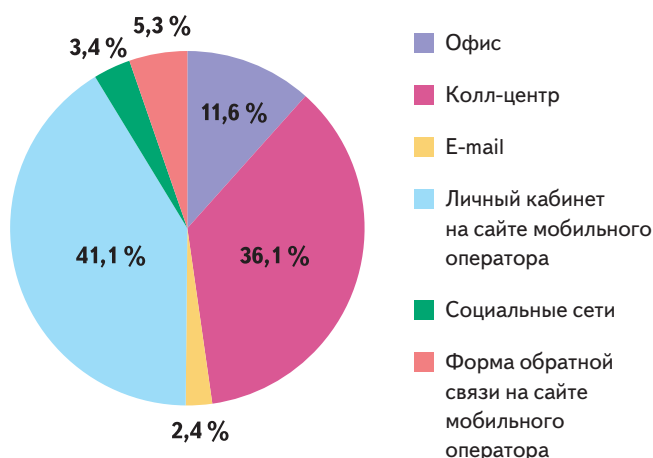
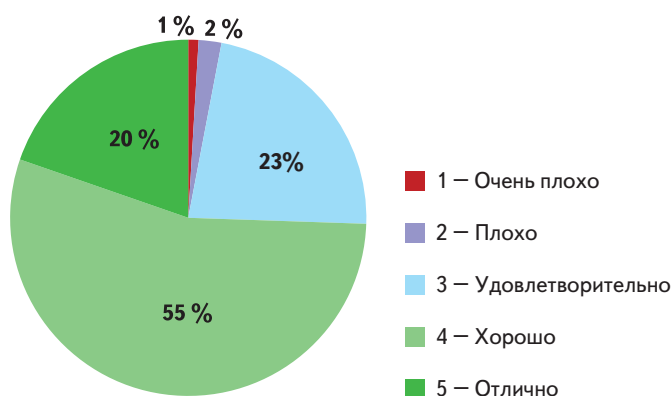


Диаграмма 5. Оцените качество обслуживания в выбранном вами канале.



Результаты опроса показали, что зона роста для повышения качества сервиса у мобильных операторов еще достаточная (Диаграмма 5). 74,5 % респондентов довольны качеством обслуживания своих операторов, но 22,5 % считают уровень обслуживания только удовлетворительным, а 3 % – плохим и очень плохим (Диаграмма 6).

Диаграмма 6. При взаимодействии с мобильным оператором что для вас наиболее важно?

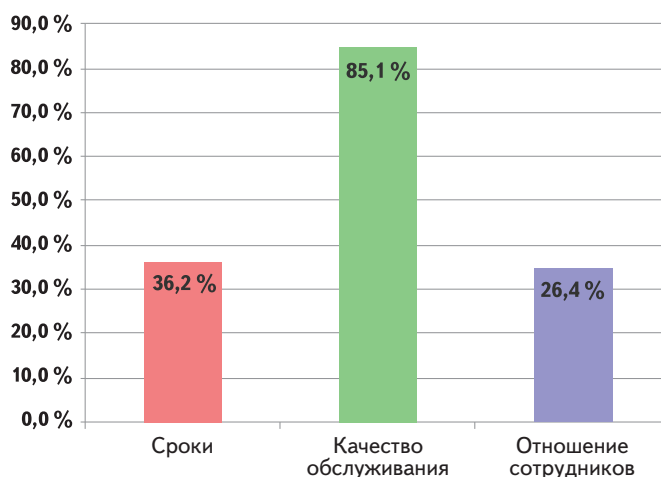


Таблица «Участники опроса»

Оператор связи	Количество респондентов
Билайн	316
МТС	476
Мегафон	322
Теле2	241
другие	33
все операторы	3

Судя по количеству респондентов, посещающих офисы мобильных операторов, – большинство из них именно тайные покупатели. ✨

Елена Филякова

Объявление в интернете:

Флипчарты магнитно-маркерные:

Отличные флипчарты на любой бюджет.
Вежливые менеджеры(!!!)
Быстрая доставка.



Выпускающий редактор: Елена Геннадьевна Филякова **Ответственный секретарь:** Екатерина Денисова
Редакционный совет: Евгений Емельянов, Инна Власова

© Консалтинг-Центр «ШАГ» 2016 <http://www.stepconsulting.ru>
121069, Москва, ул. Малая Никитская, д. 27, стр. 2. Тел. (495) 258–25–02 E-mail: step@stepconsulting.ru
Бюллетень «Жизнь бизнеса» зарегистрирован в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство ПИ №77–14727 от 17 февраля 2003 г.
Перепечатка материалов, опубликованных в информационном бюллетене Консалтинг-Центра «ШАГ», допускается только по согласованию с редакцией.
Подписаться на бюллетень можно через редакцию по телефонам КЦ «ШАГ» и на сайте.

