

Исследование имиджа банков среди физических лиц (affluent segment)

Предложение, GfK Ukraine



Анастасия Косович, Anastasia.Kosovych@gfk.com

Лидия Кулыба, Lidiya.Kuliba@gfk.com

Project Background



Физические лица из сегмента «Affluent» – один из привлекательных для банков сегментов. И в сравнении с mass они:

- имеют больший опыт взаимодействия с банками
- пользуются большим количеством банковских услуг
- готовы больше платить за банковские услуги

Но для того, чтобы понимать как строить коммуникацию с этим сегментом, важно понимать:

- особенности его финансового поведения
- имиджевое восприятие банков среди представителей этого сегмента
- предпочтительные каналы коммуникации с банками

Задачи и методология исследования

Задачи исследования

Задачи исследования – ответить на следующие вопросы:

- Какие банки знают, с какими сотрудничают, какие считают привлекательными для будущего сотрудничества
- С какими банками начали / прекратили сотрудничать за последний год, причины
- Насколько удовлетворены сотрудничеством со своим банком и насколько готовы рекомендовать его другим (NPS), причины низких и высоких оценок
- Знание страны происхождения капитала банков
- Оценка имиджа банков по различным аспектам их восприятия
- Оценка общей репутации банков на рынке Украины
- Критерии выбора основного банка
- Источники информации о банковских услугах и предпочтительные каналы коммуникации с банками
- Оценка доверия к банковской системе в целом



Методология исследования

- **Определение сегмента «Affluent»:** население в возрасте 25-50 лет, которое проживает по всей Украине (включая города и села) с личным доходом больше 10 000 грн. или суммарным размером депозитов в банках от 200 000 в гривневом эквиваленте. Исключаются из анализа население «рабочих» должностей
- **Метод опроса:** онлайн интервью
- **Частота:** 2 волны в 2017 году (март и сентябрь)
- **Предыдущие волны исследования:** март 2016 года, сентябрь 2016 года
- **Размер выборки 1й волны:** 600 интервью
- **Результаты:**
 - Отчет в Power Point
 - Таблицы в Excel
- **Язык отчетности:** украинский

Сроки предоставления результатов

	Таблицы	Отчет
1 волна	До 17.04.2017	До 28.04.2017
2 волны	До 17.10.2017	До 27.10.2017

Почему GfK Ukraine?

GfK Ukraine: наш опыт в сфере исследований

GfK Ukraine работает на рынке маркетинговых исследований с **1995** года.

С 1998 года – часть группы GfK.

GfK Ukraine - лидер маркетинговых исследований в Украине:

- 180 сотрудников
- более 1 000 интервьюеров по всей стране
- 150 операторов на студии CATI
- 40 региональных бригадиров

CATI студия – 70 мест

CAPI – более 40 планшетов для проведения интервью

CAWI – 34 000 участников онлайн-панели

Consumer Panel – 5 000 домохозяйств

Retail & Technology panel – 4 502 торговых точек



Ежемесячно:

- 15 000 личных интервью
- 15 000 телефонных интервью (CATI)
- 6 000 онлайн интервью (CAWI)
- 60 ФГД и 40 ГИ

GfK Ukraine: наши клиенты (2010-2016 гг.)



Спасибо за внимание!

Анастасия Косович, Anastasia.Kosovych@gfk.com

Лидия Кулыба, Lidiya.Kuliba@gfk.com