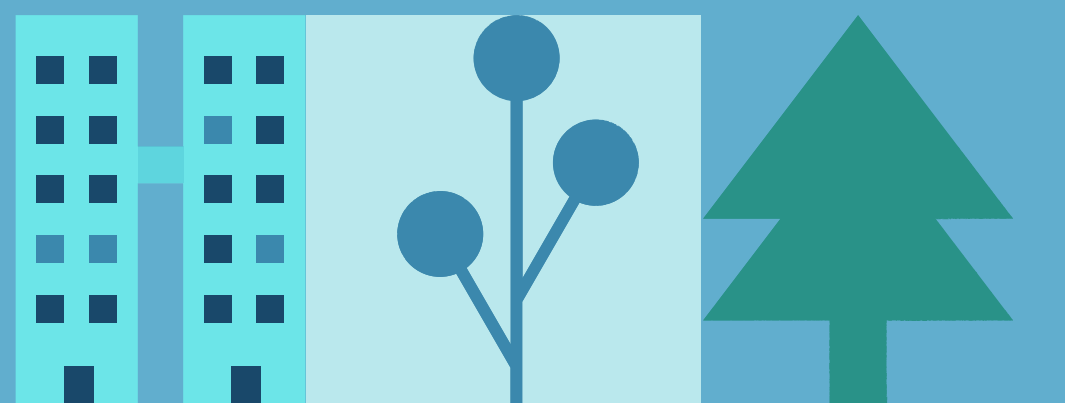


BRAND COMPARISON INDEX 2023

BANKY



Obsah



01
úvod

02
Metodologie

03
Shrnutí
výsledků

04
Síla měřených
značek v oboru

05
BC Index

06
BC Index
výkonnost
sledovaných
značek v oboru

07
BC Index
demografická
analýza

08
Doplňkové
ukazatele
výkonnosti
značek

09
Ukazatele
výkonnosti
značek
– podnikatelé

10
Mediální
chování
zákazníků

11
Diagnostika
silných a
slabých
stránek

12
Doporučení
pro AirBank

13
Slovníček
pojmů

O čem je BC Index?



Vitalita

Každá značka má v rámci indexu změřenou:

- znalost / povědomí
- zákaznickou zkušenost
- preferenci / oblíbenost
- spokojenost



NPS

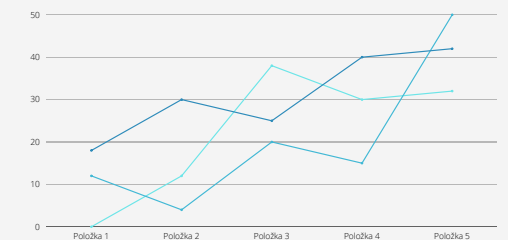
Zákazníci hodnotí možnost doporučit dané značky svému okolí, takže jsme schopni poskytnout informace o:

- NPS
- promotérech
- detractorech



Benchmark

Můžete srovnávat výsledky svých zákaznických výzkumů s našimi. Můžete také využít možnost srovnat se s jiným oborem nebo jen výběrem některých značek.



Monitoring

Výzkum probíhá každý rok, takže jsme schopni sledovat trendy. Seznam oborů a značek je aktualizován průběžně.

BRAND COMPARISON INDEX

SPOKOJENOST
DOPORUČENÍ
OBLÍBENÁ ZNAČKA



Úvod

Brand Comparison Index vznikl v roce 2019 jako jednotná a standardizovaná míra pro vybrané obory B2C trhu.

Vždy přináší pohled zákazníků na trh v posledních 12 měsících.

V jednotlivých letech dochází k mírným změnám, protože některé značky zanikají a jiné naopak vznikají. Také se snažíme zařazovat každý rok některé novinky – v roce 2021 byly dodány otázky na útratu v rámci zákaznického vztahu, v roce 2022 jsme rozšířili oblast spokojenosti také o pohled zaměstnanců na svého zaměstnavatele.

Slovo Jany Hamanové

Rok 2023 je už pátým ročníkem BC Indexu, a to si zaslouží krátké bilancování. Rok 2019 byl posledním „normálním“ rokem, který jsme zažili, aniž jsme si to tehdy uvědomovali. Pro samotný index to bylo velké štěstí, protože máme benchmark k období, které následovalo a k normálnosti mělo velmi daleko – první a druhý rok covidu a následně rok 2022, kdy začala válka na Ukrajině a posunula naše vnímání zase do jiné dimenze.

Rok 2023 je druhým rokem války a druhým rokem po pandemii, zákazníci v uplynulých

12 měsících žili v kontextu vysoké inflace, obav z ekonomické recese, zvýšených nákladů na život, a to vše se do určité míry propsalo také do jejich vnímání zkušenosti

s jednotlivými značkami.

Navíc se kolem nás objevují nové technologické výzvy – AI, robotizace, digitalizace. Možná je to poslední úvodní slovo, které do reportu BC Indexu vymýšlel živý člověk

a možná je to poslední report BC Indexu, který psal živý člověk. Uvidíme při šestém ročníku 😊



Jana Hamanová

ředitelka, jednatelka SC&C

METODOLOGIE



Metodologie

Celkem: 4 298 respondentů

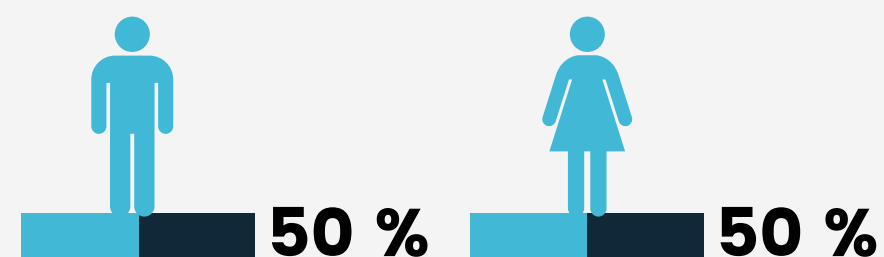
Sběr dat: 09.03.2023 – 28.03.2023

Průměrná délka dotazníku: 40 minut

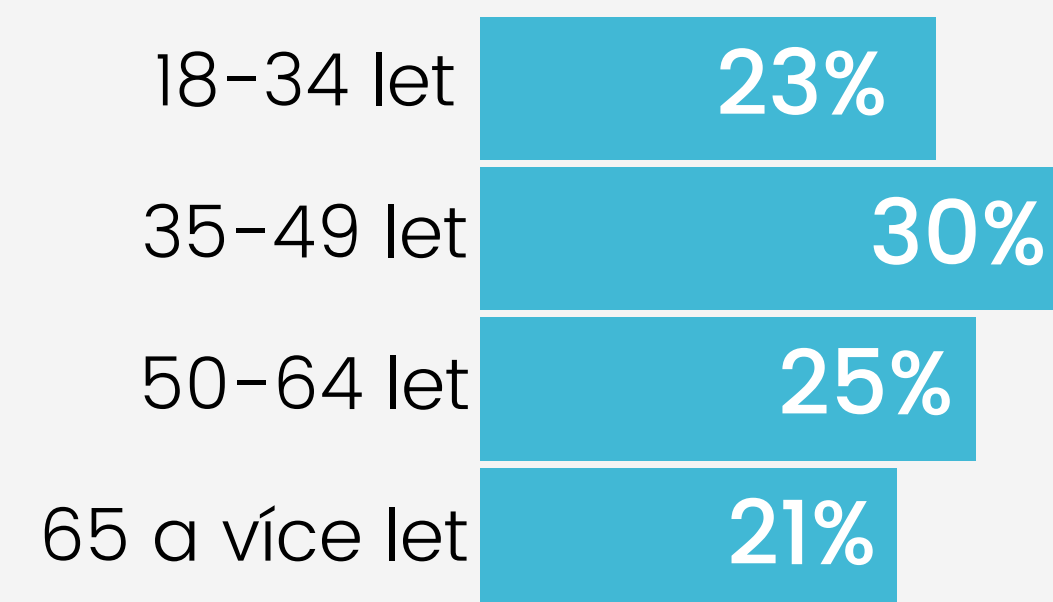


Struktura respondentů

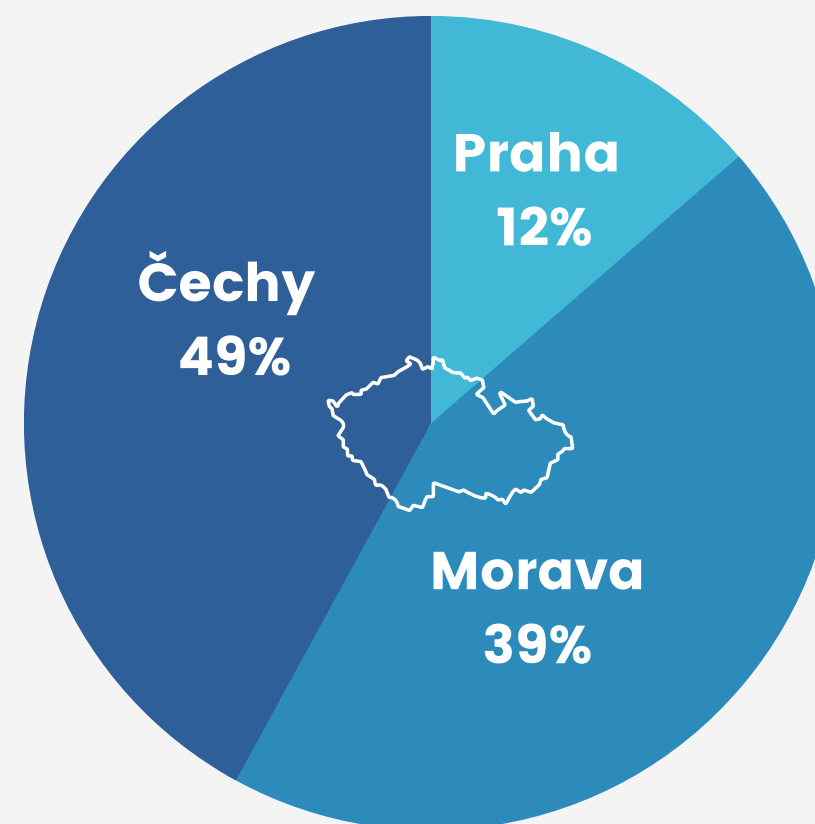
Pohlaví



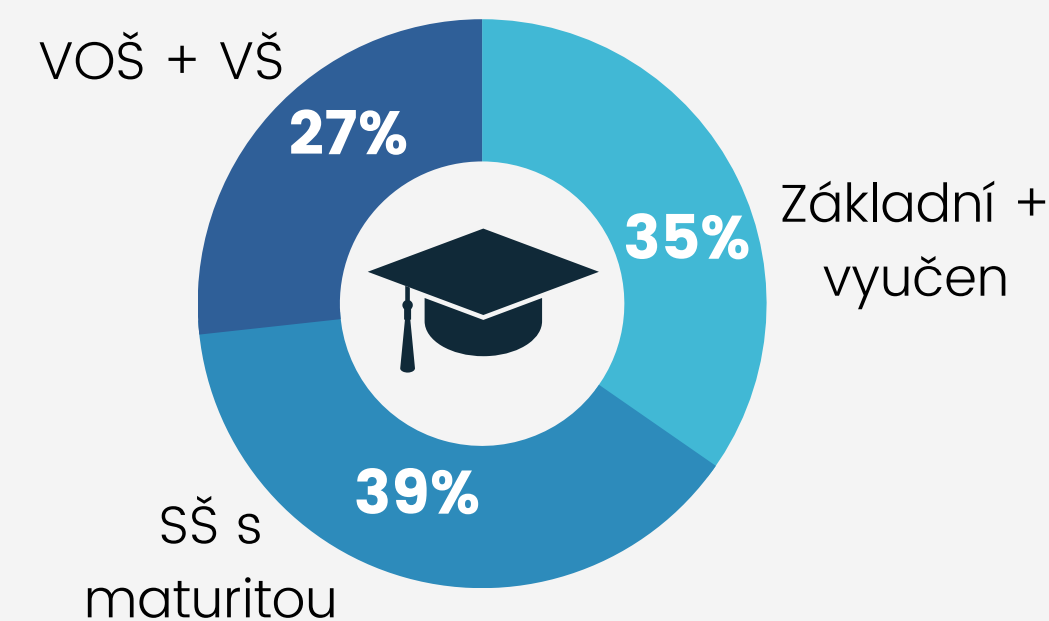
Věkové kategorie



Region



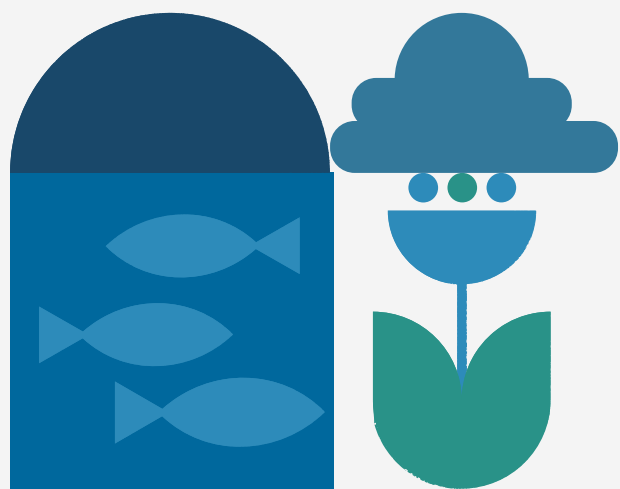
Vzdělání



SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ



Shrnutí výsledků



Značka Airbank má v oboru nadprůměrný BC Index podle výsledků za rok 2023.

Současně má: nadprůměrnou podporovanou znalost a nadprůměrné využívání značky.

Míra spokojenosti a doporučení zákazníků je vysoká. V obou kategoriích se umístila vysoko nad průměrem oboru. Stejně jako v dalších sledovaných oblastech, Air bank vede oborové žebříčky. U podnikatelů také získává vysoká hodnocení.

Podprůměrných výsledků dosahuje BC Index u některých sociodemografických skupin: u mužů nebo starší věkové skupiny 65+ let.

Shrnutí výsledků



- Nadprůměrný výsledek BC Indexu
- Podprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a nejnižší míra konverze
- Nadprůměrná míra spokojenosti a doporučení zákazníků



- Nadprůměrný výsledek BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Nadprůměrný výsledek v síle značky a nejvyšší míra konverze
- Průměrná míra spokojenosti zákazníků, podprůměrná míra doporučení



- Podprůměrný výsledek BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Nadprůměrný výsledek v síle značky a nadprůměrná míra konverze
- Podprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Nadprůměrný výsledek BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a průměrné využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Nadprůměrný výsledek v síle značky a podprůměrná míra konverze
- Nadprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Nejnižší výsledek BC Indexu
- Podprůměrná znalost a využívání značky
- Má více detractorů než promotérů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a nejnižší míra konverze
- Nejnižší míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Podprůměrný výsledek BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a využívání značky
- Má více detractorů než promotérů
- Podprůměrná míra konverze
- Podprůměrný výsledek v síle značky a nadprůměrná míra konverze
- Podprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Podprůměrný BC Index v oboru
- Podprůměrná znalost a využívání značky, nejnižší v oboru
- Má více detractorů než promotérů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a nadprůměrná míra konverze
- Podprůměrná míra spokojenosti zákazníků, ale nadprůměrná míra doporučení



Shrnutí výsledků II



- Nadprůměrný výsledek BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a průměrné využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a podprůměrná míra konverze
- Nadprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Nadprůměrné výsledky v BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Nadprůměrný výsledek v síle značky a nadprůměrná míra konverze
- Nadprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Podprůměrný výsledek BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a podprůměrná míra konverze
- Podprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Podprůměrný výsledek BC Indexu
- Nadprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a nadprůměrná míra konverze
- Podprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků

Revolut

- N<100
- Nadprůměrný BC Index
- Podprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a nadprůměrná míra konverze
- Nadprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků

TRINITY BANK

- N<100
- Podprůměrný BC Index
- Podprůměrná znalost a využívání značky
- Má více promotérů než detractorů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a podprůměrná míra konverze
- Nadprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků



- Podprůměrný BC Index
- Nadprůměrná znalost, ale podprůměrné využívání
- Má více detractorů než promotérů
- Podprůměrný výsledek v síle značky a podprůměrná míra konverze
- Podprůměrná míra spokojenosti i doporučení zákazníků

SÍLA MĚŘENÝCH ZNAČEK V OBORU

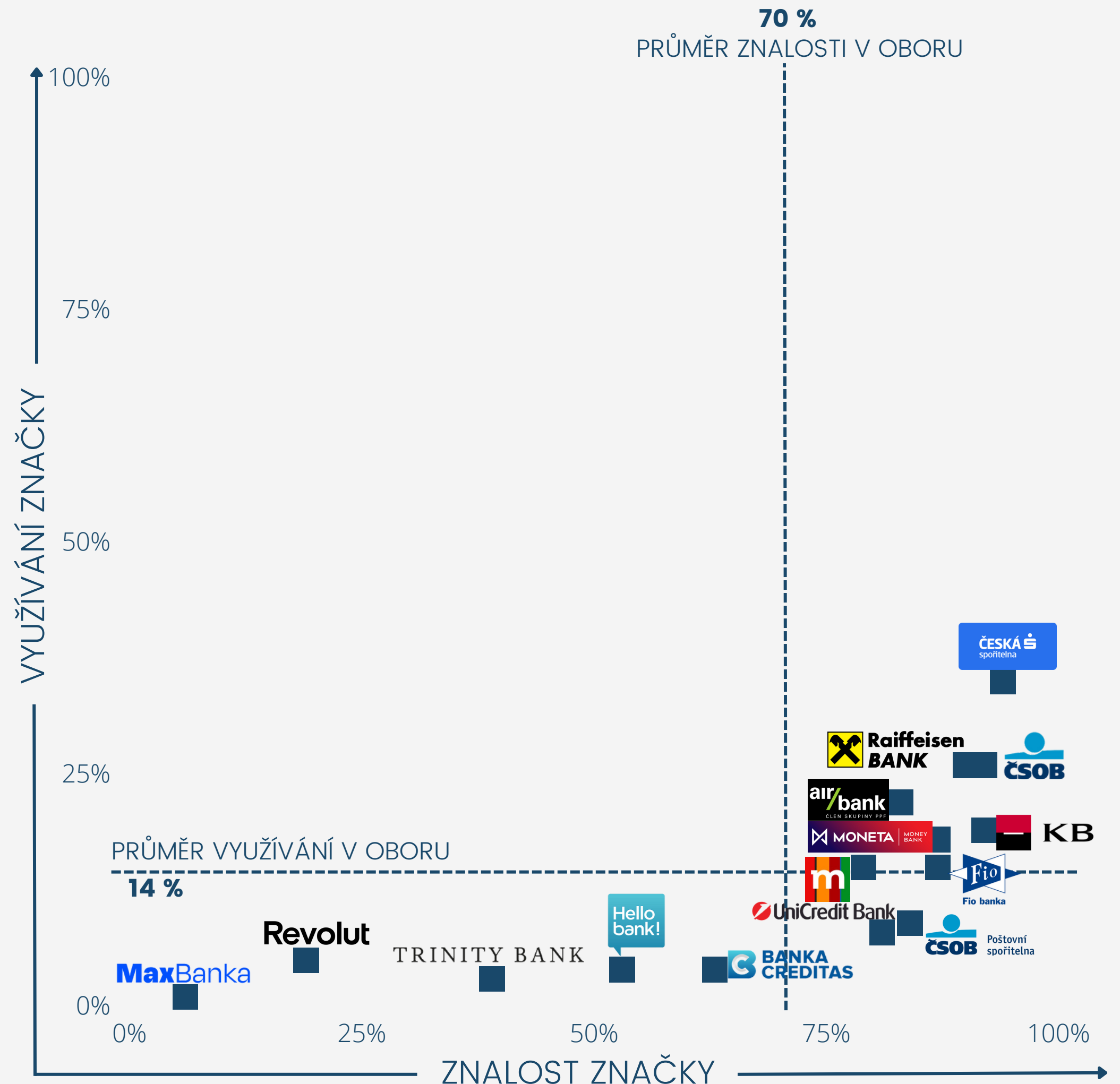


Mapa znalosti a využívání značek

- Značky s nejvyšší mírou znalosti patří zároveň mezi nejvyužívanější – Česká spořitelna, ČSOB a Raiffeisen bank.
- Airbank má také nadprůměrnou míru znalosti – 83 %, ale má o 10 % méně zákazníků než Česká spořitelna a ČSOB. Má vysoký potenciál pro zvýšení počtů zákazníků.
- Nadprůměrnou znalost mají Komerční banka, Moneta, mBank, Fio banka, ČSOB Poštovní spořitelna, UniCredit Bank. Díky tomu mají všechny předpoklad pro zvýšení podílu zákazníků.



Které z uvedených bank znáte alespoň podle jména?
Z následujících bank vyberte prosím ty, u kterých jste klientem, nebo jste klientem byl v posledních 12 měsících.

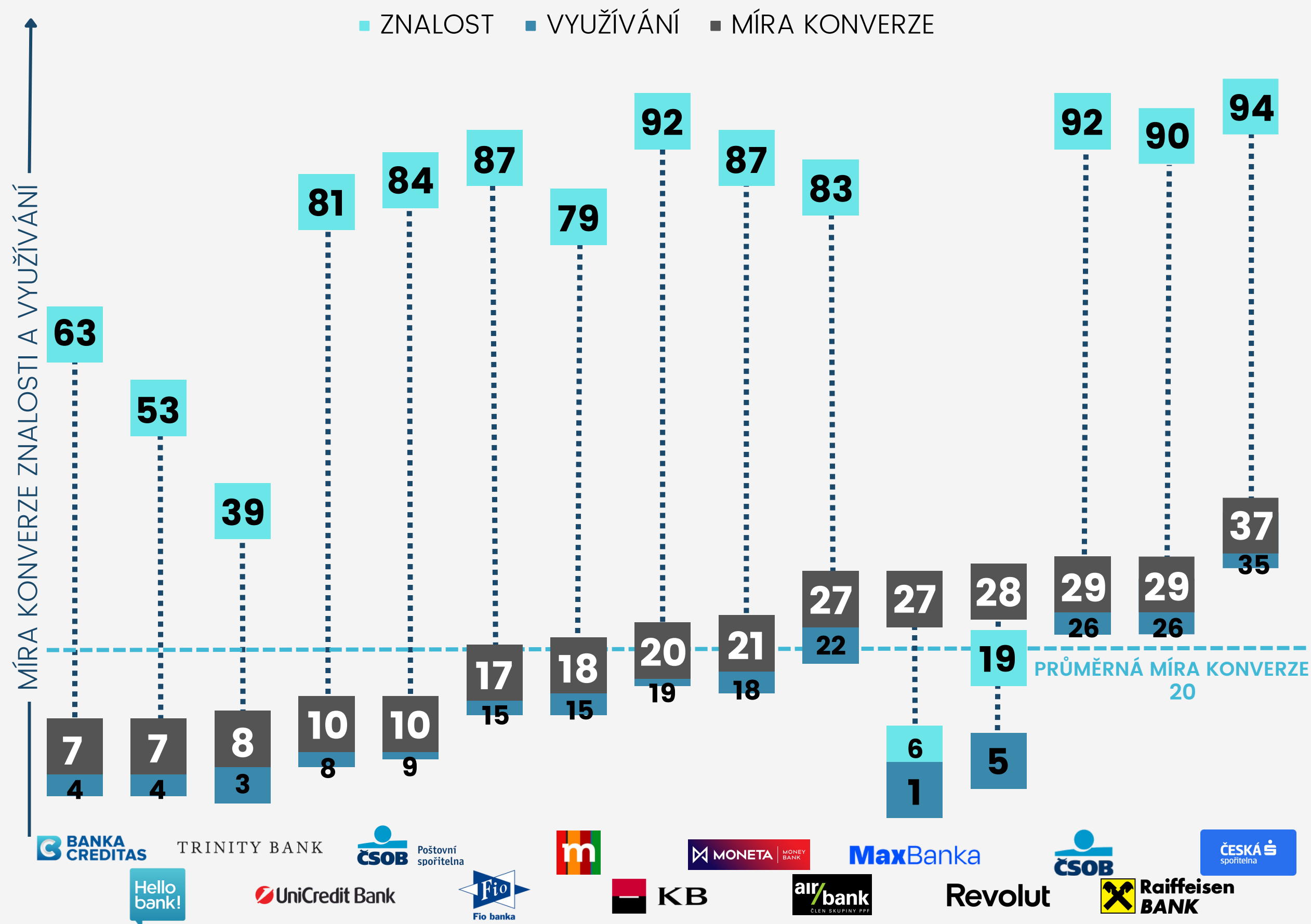


Míra konverze

- Průměrná míra konverze je v bankovním sektoru 20.
- Nejlepším hráčem v oboru z pohledu zákaznické konverze je Česká spořitelna. Na žebříčku o 10 bodů níže se nachází Airbank, stále s hodnotou nad oborovým průměrem.
- Dobrou míru nadprůměrné konverze ukazují také Raiffeisenbank, ČSOB, Revolut a MaxBanka.
- Okolo průměru se pohybují Moneta, KB, mBank a Fio banka.
- Nejhoršími hráči z pohledu míry zákaznické konverze je hned několik bank: Banka Creditas, Hello Bank, Trinity Bank, Unicredit Bank a ČSOB Poštovní spořitelna. Všichni mají míru konverze 10 nebo méně.



Které z uvedených bank znáte alespoň podle jména?
Z následujících bank vyberte prosím ty, u kterých jste klientem, nebo jste klientem byl v posledních 12 měsících.

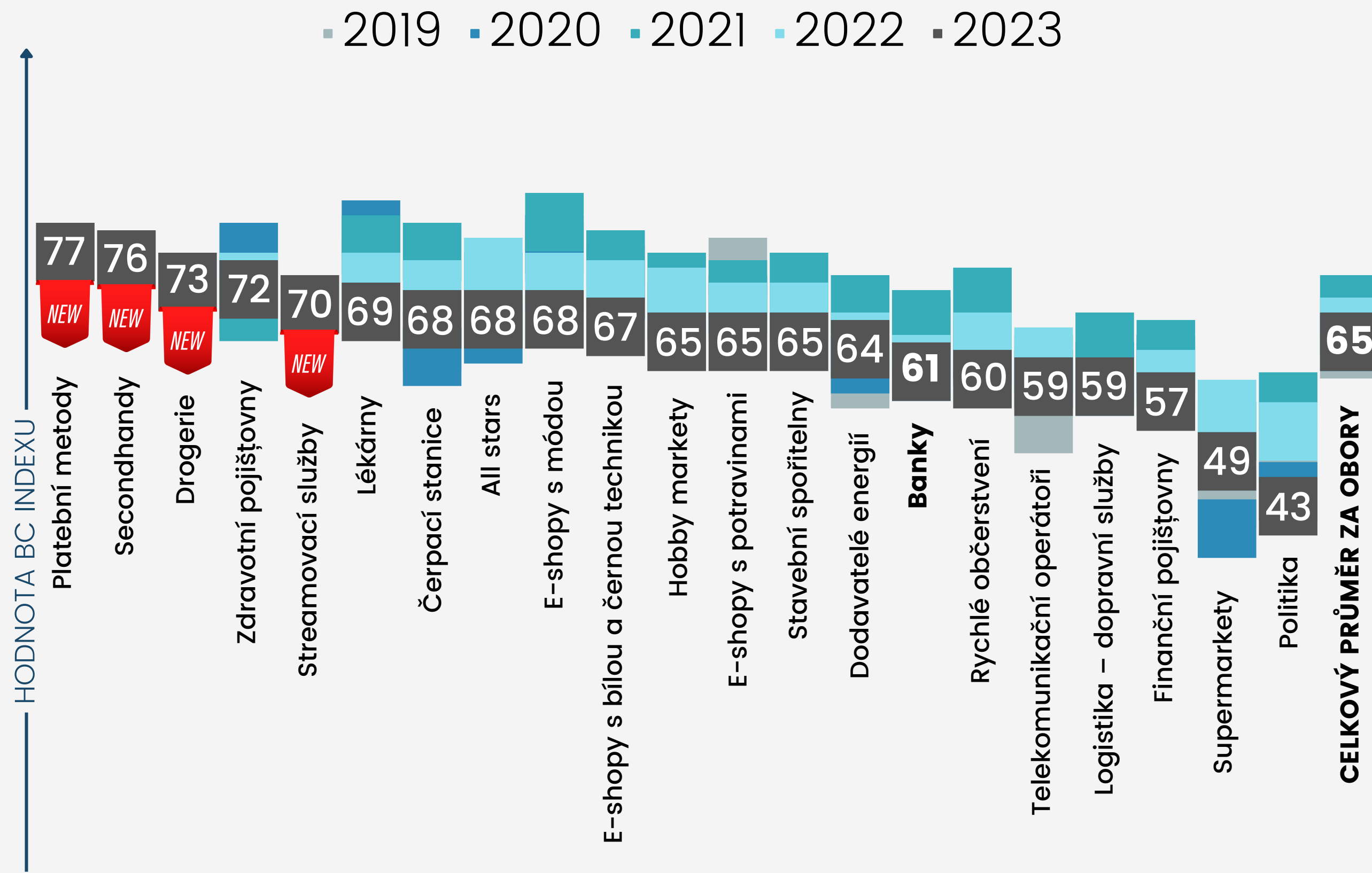


BC INDEX



BC INDEX 2023 za jednotlivé obory

- Obor banky má ve srovnání s ostatními sledovanými obory podprůměrný BC Index: za rok 2023 dosahuje hodnoty 61 (mezioborový průměr Indexu je 65).
- Podle BC Indexu se situace v bankách drží ve stejných hodnotách. V roce 2020 došlo k mírnému poklesu BC Indexu (61), ve srovnání s rokem 2019 (67), ale do roku 2021 se Index postupně vrátil (68) na hodnoty před pandemií covid-19. V letech 2022 a 2023 dosáhl index BC pro banky hodnot jako během pandemie (62-61). Celkový pokles indexu může být odrazem změn ve společnosti a na trhu, např. z důvodu vysoké inflace a celkové nespokojenosti zákazníků.

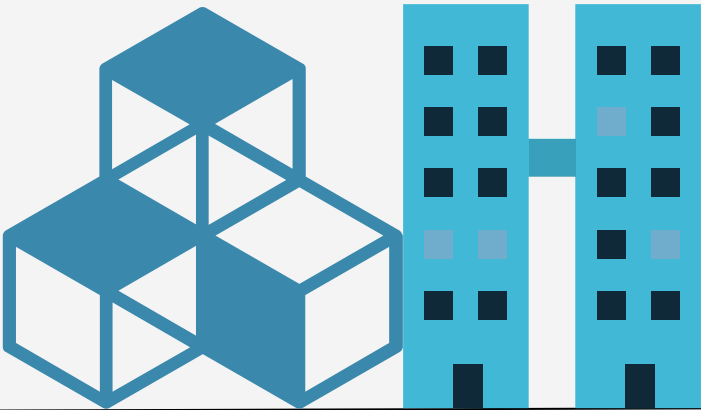


BC INDEX za jednotlivé obory (2019–2023)

nadprůměrný BCI

podprůměrný BCI

nedostatek dat



	2019	2020	2021	2022	2023
Platební metody	_____	_____	_____	_____	77
Secondhandy	_____	_____	_____	_____	76
Drogerie	_____	_____	_____	_____	73
Zdravotní pojišťovny	70	77	69	73	72
Streamovací služby	_____	_____	_____	_____	70
Lékárny	75	80	78	73	69
Čerpací stanice	65	63	77	72	68
All stars	_____	66	73	75	68
E-shopy smódou	77	78	81	73	68
E-shopy s bílou a černou technikou	74	72	76	72	67
Hobby markety	65	69	73	71	65
E-shopy s potravinami	75	70	72	69	65
Stavební spořitelny	_____	_____	73	69	65
Dodavatelé energií	60	62	70	65	64
Banky	67	61	68	62	61
Rychlé občerstvení	63	64	71	65	60
Telekomunikační operátoři	54	60	62	63	59
Logistika – dopravní služby	60	61	65	59	59
Finanční pojišťovny	61	62	64	60	57
Supermarkety	51	47	61	56	49
Politické strany	50	45	57	53	43

BC INDEX 2023
VÝKONNOST
SLEDOVANÝCH
ZNAČEK V OBORU
BANKY



BC INDEX — BANKY

■ Výzkumu se účastnili také respondenti, kteří hodnotili značky, které ale pro nízký objem dat nebyly do výzkumu zařazeny. Jednalo se o:

■ Inbank N<30



PRŮMĚRNÝ BC INDEX BANK



PRŮMĚRNÝ BC INDEX SLEDOVANÝCH OBORŮ



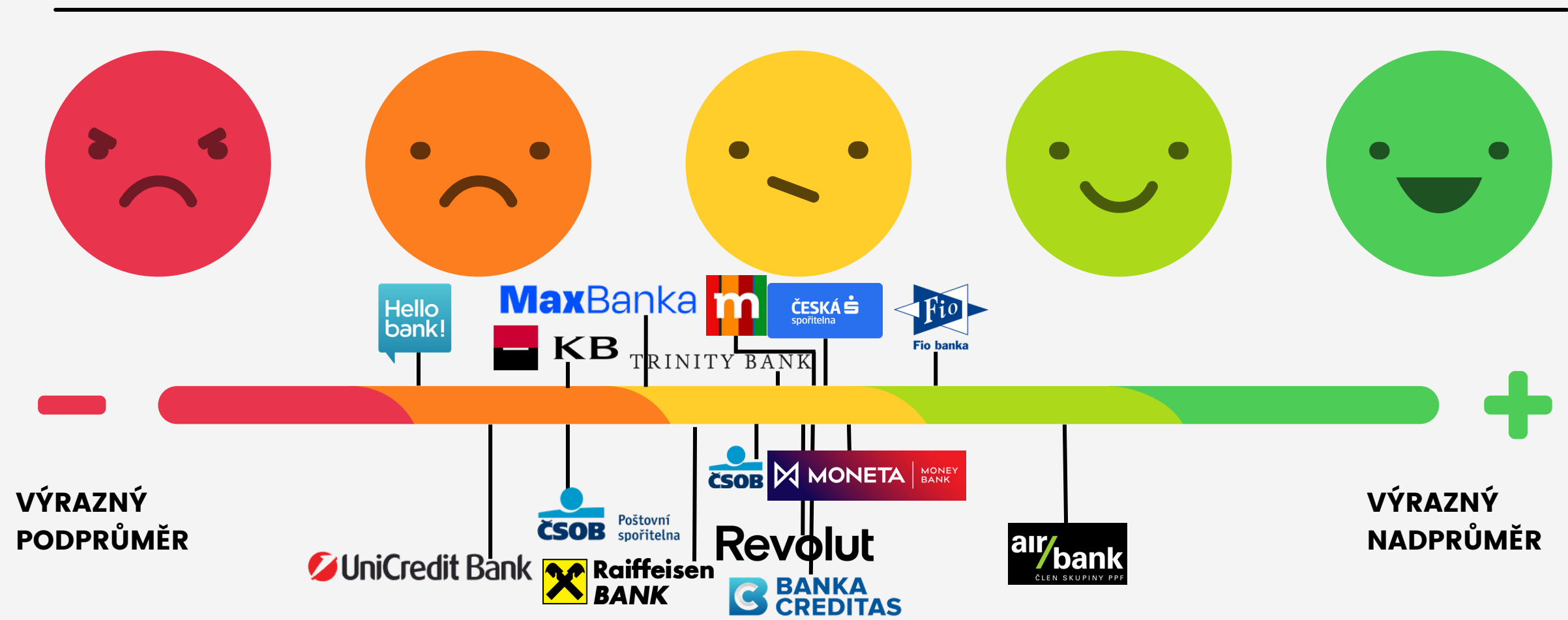
Počet záznamů pro výpočet BC Indexu

<u>Air bank</u>	<u>958</u>
Banka Creditas	208
Česká spořitelna	1544
ČSOB	1184
Fio banka	686
Hello Bank!	178
Komerční banka	836
Max Banka	73
mBank	689
Moneta	787
Poštovní spořitelna ČSOB	361
Raiffeisenbank	1217
Revolut	238
Trinity Bank	149
UniCredit Bank	357

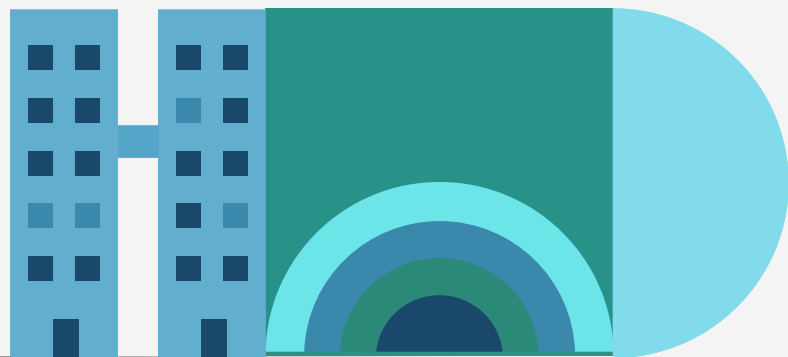
BC INDEX 2023

SEGMENTACE OBORU BANKY

- Segmentace BC indexu je založena na rozložení indexu v rámci všech sledovaných oborů od roku 2019.
- Obor banky se v roce 2023 pohybuje většinou pod průměrem a v průměru naměřených hodnot. Airbank je spolu s Fio bankou jedinou značkou z oboru, která se nachází v rozmezí nadprůměrných hodnot.



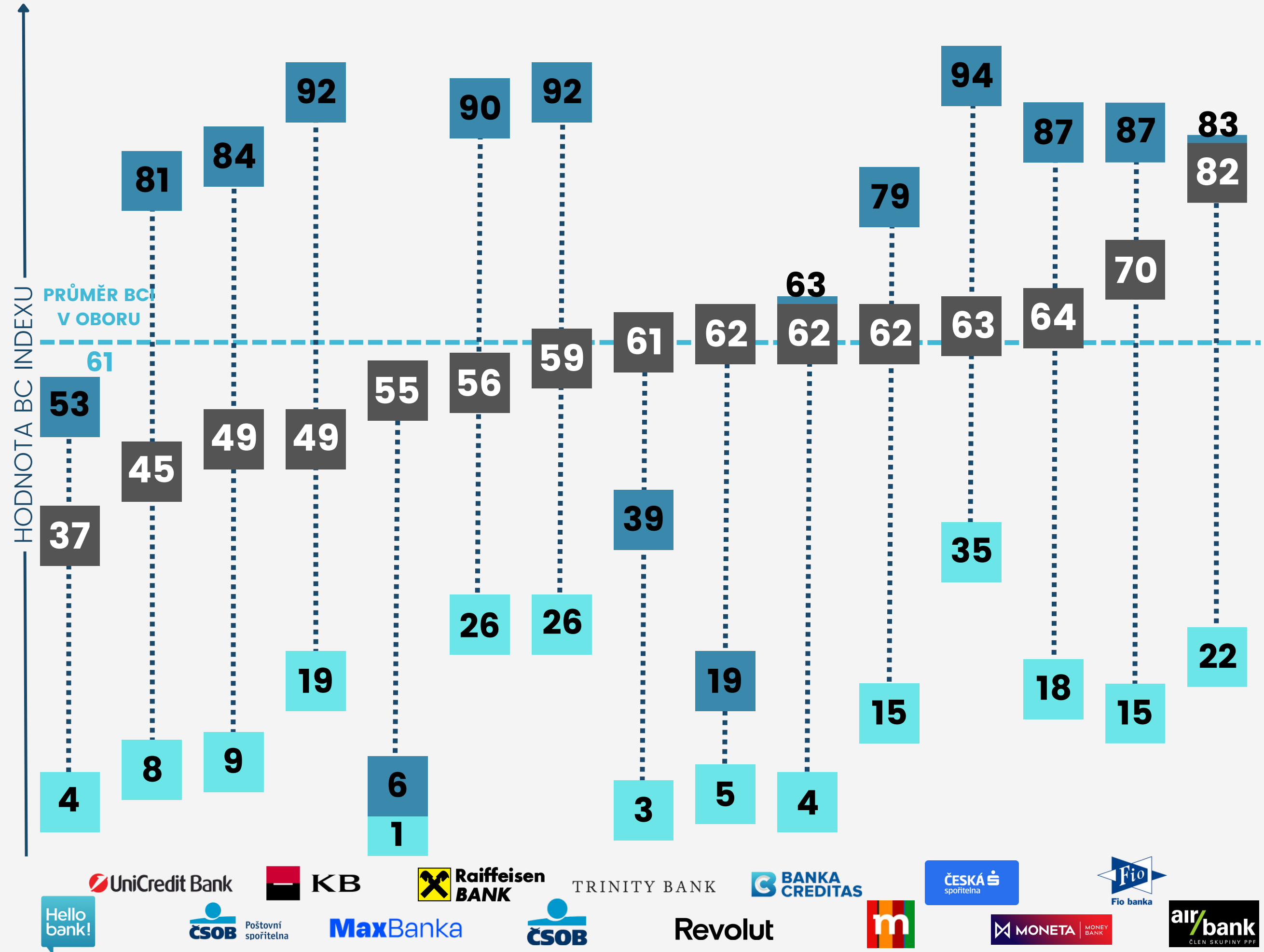
Segmentace BCI		
	dolní mez	horní mez
výrazně podprůměrná	0	33
podprůměrná	34	53
průměrná hodnota	54	68
nadprůměrná	69	89
výrazně nadprůměrná	90	100



BC INDEX – BANKY

- Rozdíl mezi minimem a maximem BC Indexu v oboru je 45 bodů.
- Nejvyšší Index má Airbank, a to se značným odstupem od konkurence.
- Největší hráči jako Moneta, Česká spořitelna, mBanka, Banka Creditas nebo ČSOB mají úspěšnost těsně okolo průměru oboru. A to kromě Komerční banky, protože její úspěšnost u zákazníků je podprůměrná – 49.

■ VYUŽÍVÁNÍ ■ ZNALOST ■ BCI



BC INDEX- BANKY (2019-2023)

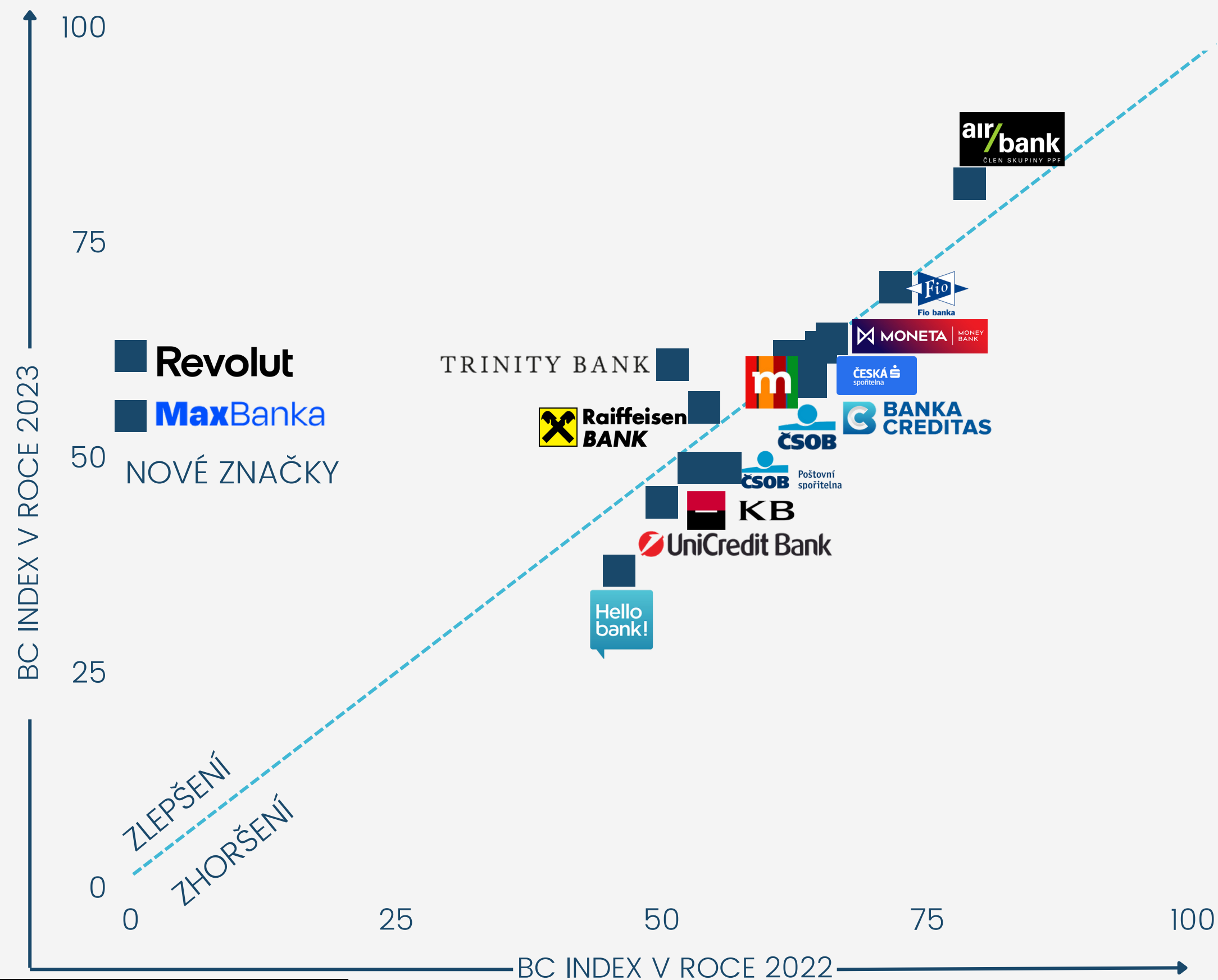
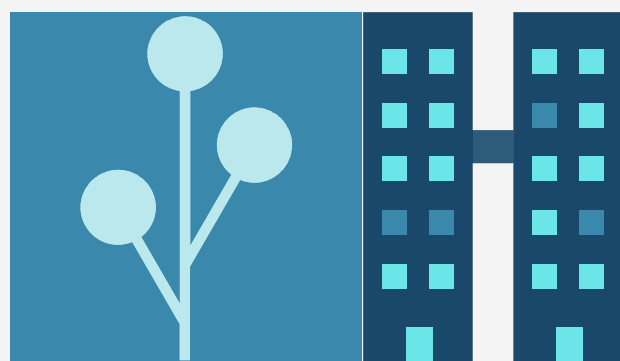
- Nejvyšší BCI hodnotu si i v meziročním srovnání udržela Air bank. Sice s o něco nižším hodnocením místo obhájila také Fio banka. Obě banky mají stabilní vývoj za poslední 5 let.
- Nadprůměrných hodnot BCI dosahuje 8 ze sledovaných značek v oboru.
- Nejhorší bankou z pohledu zákazníků je Hello bank!, která má nejmenší BC Index za poslední dva roky.



BC INDEX					
	2019	2020	2021	2022	2023
 air/bank	83	79	80	79	82
 Fio banka	73	72	71	72	70
 MONETA MONEY BANK	66	61	61	66	64
 ČESKÁ spořitelna	53	57	63	65	63
 m	59	57	59	62	62
 BANKA CREDITAS	_____	62	52	64	62
 Revolut	_____	_____	_____	_____	62
 TRINITY BANK	_____	_____	_____	51	61
 ČSOB	58	58	59	64	59
 Raiffeisen BANK	55	61	56	54	56
 MaxBanka	_____	_____	_____	_____	55
 KB	53	53	48	53	49
 ČSOB Poštovní spořitelna	_____	54	62	56	49
 UniCredit Bank	47	50	45	50	45
 Hello bank!	_____	40	51	46	37

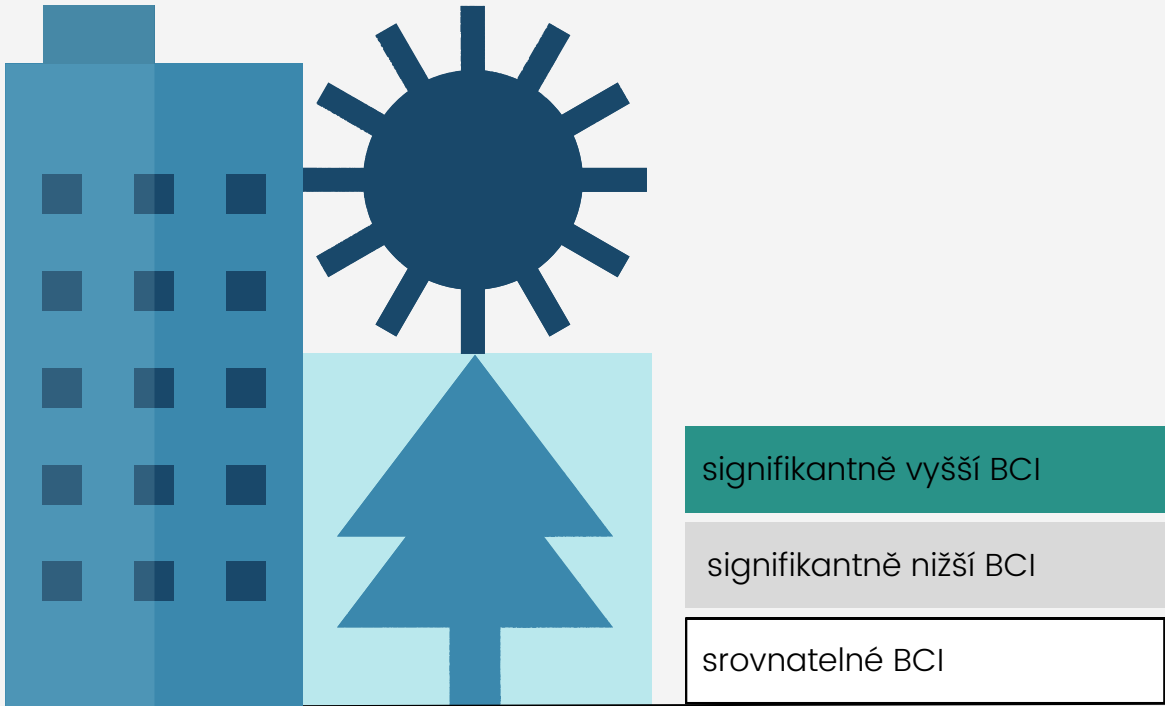
VÝVOJ BC INDEXU

- Většina sledovaných značek v roce 2023 zůstala se stejnými hodnotami, kterých dosahovaly v roce 2022 nebo se zhoršily.
- Zhoršení hodnocení se vyskytlo ve většině oborů, a to včetně bank. Toto zhoršení může být způsobeno ekonomickou situací na trhu, a to zejména inflací.
- Pouze u 3 značek vidíme nějaké zlepšení oproti minulému roku. Nejvíce se zlepšila Trinity bank, a to o 10 bodů. Dále se zlepšila Air Bank, o 3 body a Raiffeisen bank, o 2 body.



Demografický profil BC Indexu (2023)

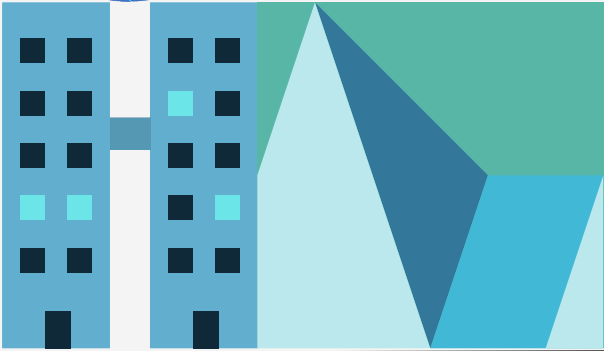
- Velké značky mají většinou vyrovnaný poměr BC Indexu mezi pohlavím a všemi věkovými kategoriemi.
- Air bank takové srovnatelné hodnocení mezi těmito sociodemografickými kategoriemi nemá. Tuto banku lépe hodnotí ženy než muži. Navíc má horší hodnocení mezi starší věkovou skupinou, u lidí nad 65+ let.



BC INDEX		Pohlaví		Věk			
		muž	žena	18 – 34	35 – 49	50 – 64	65 +
82							
70							
64							
63							
62							
62							
62							
61							
59							
56							
55							
49							
49							
45							
37							

Demografický profil BC Indexu

- Ve většině případů rozdíl v kvalitě značky a přístupu k zákazníkům mezi regiony v České republice není výrazný.
- Horší obsluhu mají značky ve velkoměstech. To může být odůvodněno vyšší konkurencí ve velkoměstech a náročnějšími zákazníky. Naopak na malých městech mají některé ze značek vyšší úspěch.
- Air bank dosahuje srovnatelných hodnot napříč regiony i typy měst.



signifikantně vyšší BCI

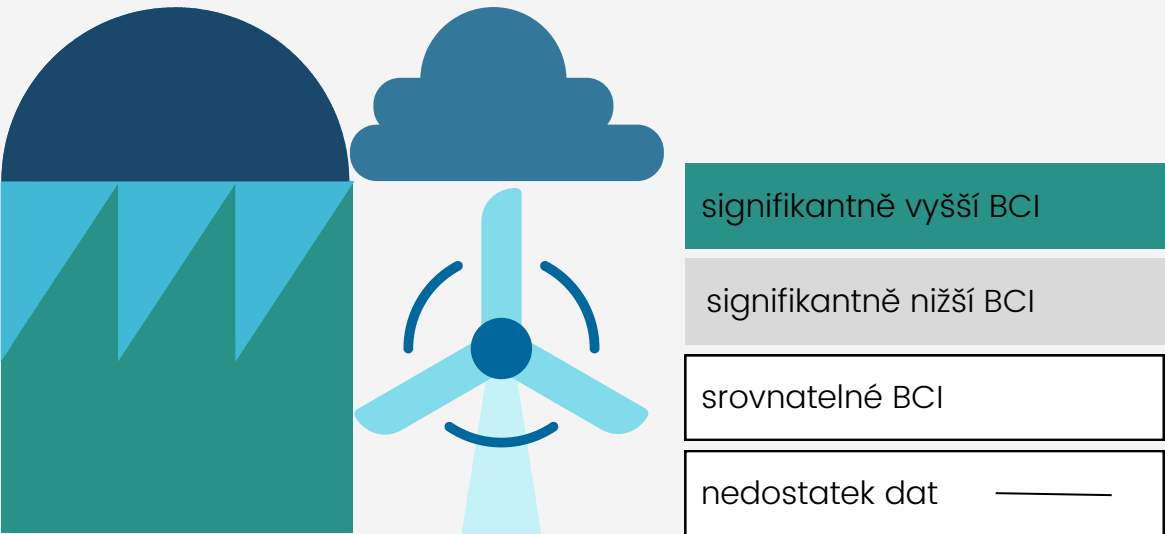
signifikantně nižší BCI

srovnatelné BCI

BC INDEX		Region			Velikost bydliště		
		Praha + Střední Čechy	Čechy	Morava	Vesnice	Malé město	Velkoměsto
82							
70							
64							
63							
62							
62							
62							
61							
59							
56							
55							
49							
49							
45							
37							

Demografický profil BC Indexu

- Zákazníci, kteří jsou nejvíce spokojeni se službami a obsluhou u menších značek, jsou ve více případech vyučení nebo mají základní vzdělání. Důvodem může být, že zákazníci používají méně různých služeb nebo jsou (zatím) méně nároční (využívají méně produktů apod.)
- Podprůměrné hodnocení pozorujeme nejčastěji u Generace Y, tedy ti narození v letech 1980–1992 a generace Z (narození po 1993). Tyto generace jsou již těsně spjaté s internetem a dalšími technologiemi.
- Air bank stále hodnotí hůře starší generace, generace Baby boomers.



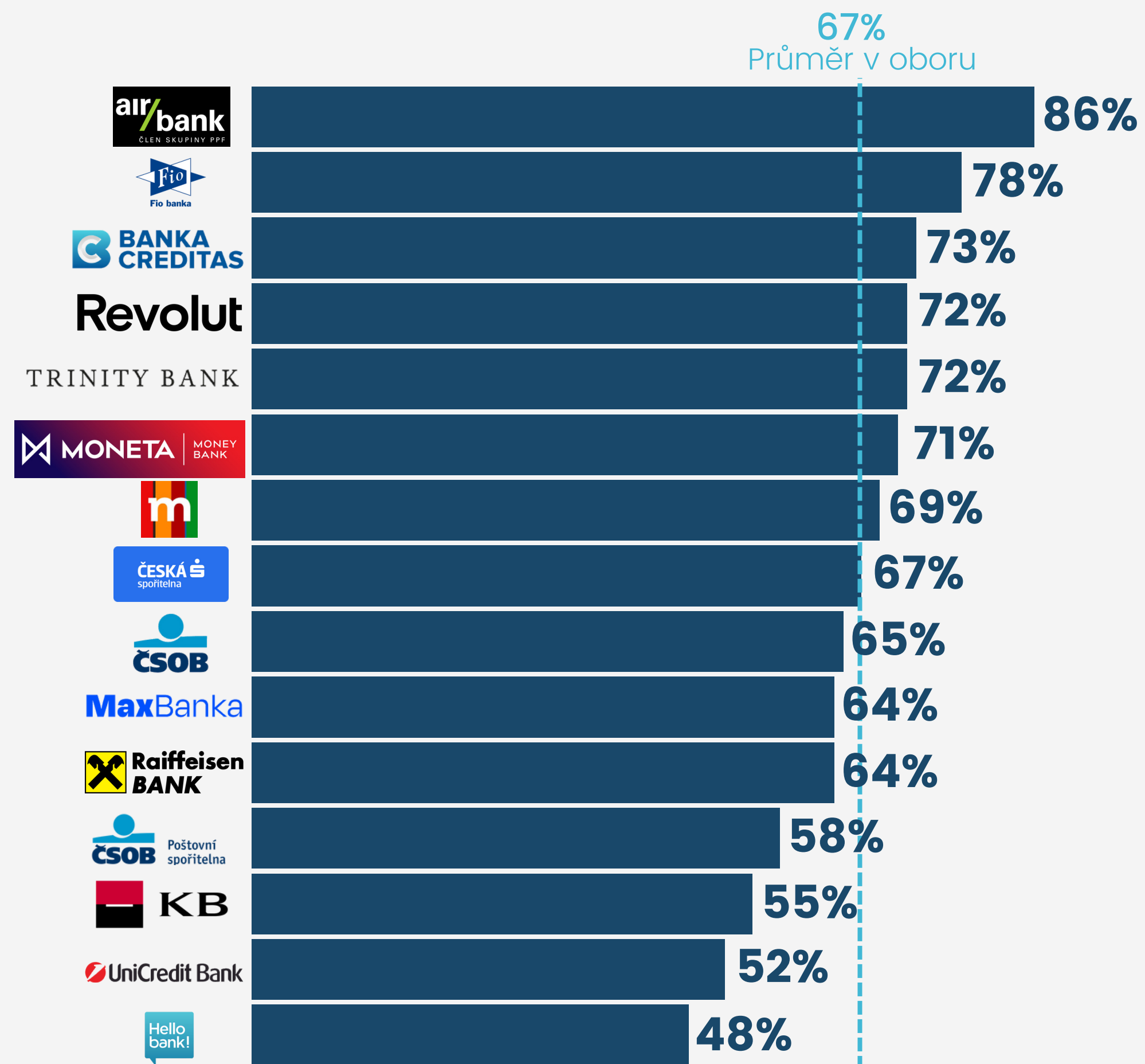
BC INDEX		Vzdělání			Generace			
		ZŠ + vyučen	SŠ s maturitou	VOŠ + VŠ	Baby boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z
82	airbank							
70	Fio banka							
64	MONETA MONEY BANK							
63	ČESKÁ spořitelna							
62	m							
62	BANKA CREDITAS							
62	Revolut							
61	TRINITY BANK							
59	ČSOB							
56	Raiffeisen BANK							
55	MaxBanka							
49	KB							
49	ČSOB Poštovní spořitelna							
45	UniCredit Bank							
37	Hello bank!							

DOPLŇKOVÉ UKAZATELE VÝKONNOSTI ZNAČEK



Míra spokojenosti

- Průměrná míra spokojenosti se značkou je v celém oboru 67 %.
- Většina značek dosahuje nadprůměrné míry spokojenosti. Těmi nejlepšími značkami jsou Air bank, Fio banka, Banka Creditas, Revolut a Trinity Bank.
- Značně podprůměrnou míru spokojenosti má Hello bank!, ale také Unicredit Bank.



Uveďte prosím, do jaké míry jste celkově spokojen/a jako zákazník s přístupem a nabídkou dané banky. 0 = naprosto nespokojen/a, 10 = velmi spokojen/a.

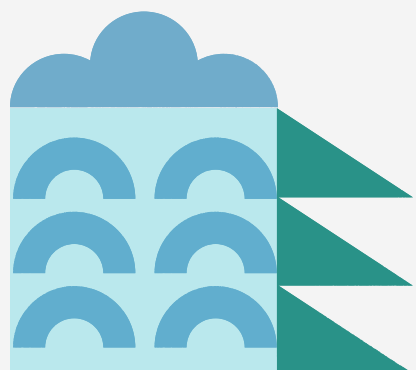
Důvody hodnocení spokojenosti Airbank

"Využívám pouze běžný účet, vyhovuje mi snadné ovládání přes aplikaci a nechodí mi žádné papírové výpisy poštou."

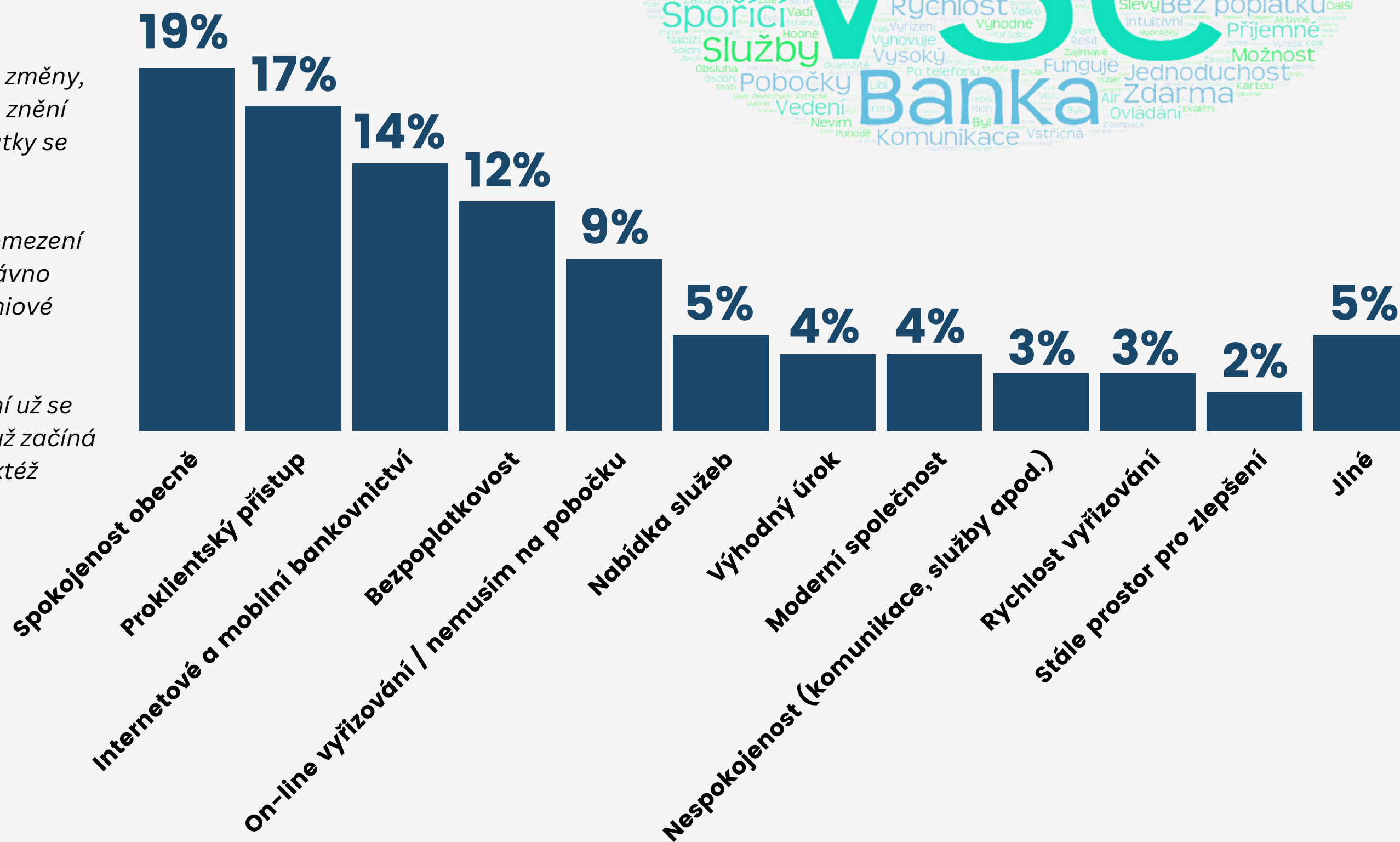
"Velmi dobrá komunikace s bankou, pokud jsou změny, tak je každá vysvětlena a obdrží člověk jen celé znění a změny musí hledat. Aplikace je funkční, poplatky se nezvyšují a jsou transparentní."

"Jediné, proč jsme odcházeli od AirBank, bylo omezení výběrů z bankomatů na pouze síť AirBank (nedávno rozšířili) a nemají prémiové bankovníctví - prémiové platební karty s výhodami, atd."

"Je to výborná banka, ale od původního poslání už se relativně odvrátili. Oproti deseti letům zpátky už začíná být přístup formalistní a úročení peněz není taktéž příznivé."



Jaké jsou hlavní důvody vašeho hodnocení spokojenosti? Popište co nejpodrobněji.

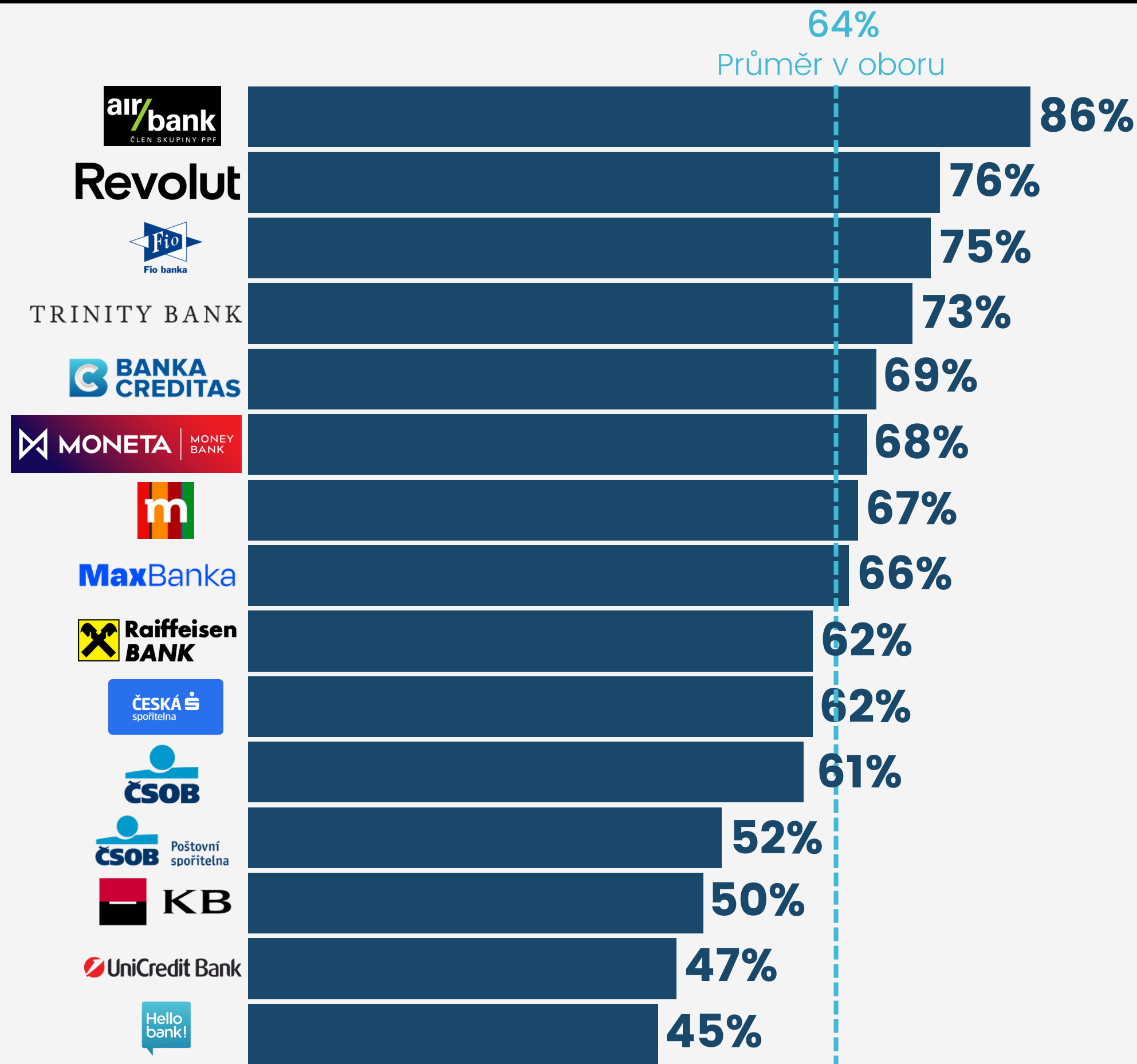


Míra doporučení

- Průměrná míra doporučení značky je v celém oboru 64 %.
- Nejlepší výsledky v doporučení od svých zákazníků obdržely Air bank, Revolut, Fio banka a Trinity bank. Tyto značky jsou značně nadprůměrně doporučovány.
- Nejméně doporučení od svých zákazníků mají Poštovní spořitelna (ČSOB), Komerční banka, UniCredit bank a Hello bank!, kteří jsou pod podprůměrem o více než 10 %.



Jak je pravděpodobné, že byste danou banku doporučil/a svým přátelům, kolegům nebo rodině? Pro své hodnocení prosím použijte stupnici od 0 do 10, na níž 0 znamená „určitě nedoporučil/a“ a 10 znamená „určitě doporučil/a“.

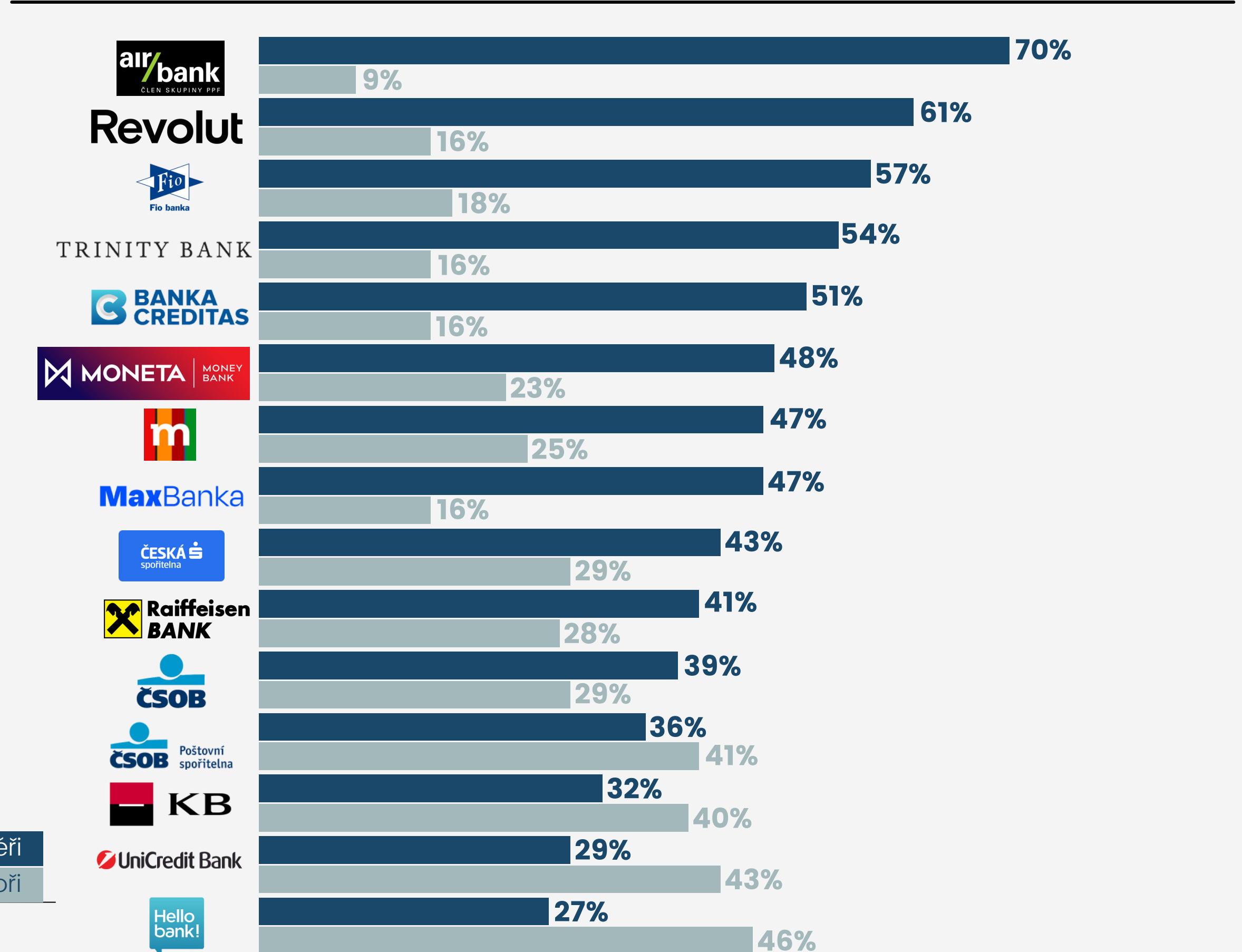


Promotéři vs. detractoři

- Nejlepšími v podílu mezi detractory a promotéry je hned několik značek. Mezi nimi jsou Air bank, Revolut, Fio banka, Trinity Banka, Banka Creditas, Moneta.
- U dalších 5 značek se udržuje vyšší podíl promotérů než detractorů.
- Nejkritičtější pozice zastává Poštovní spořitelna (ČSOB), Komerční banka, UniCredit bank a Hello bank!

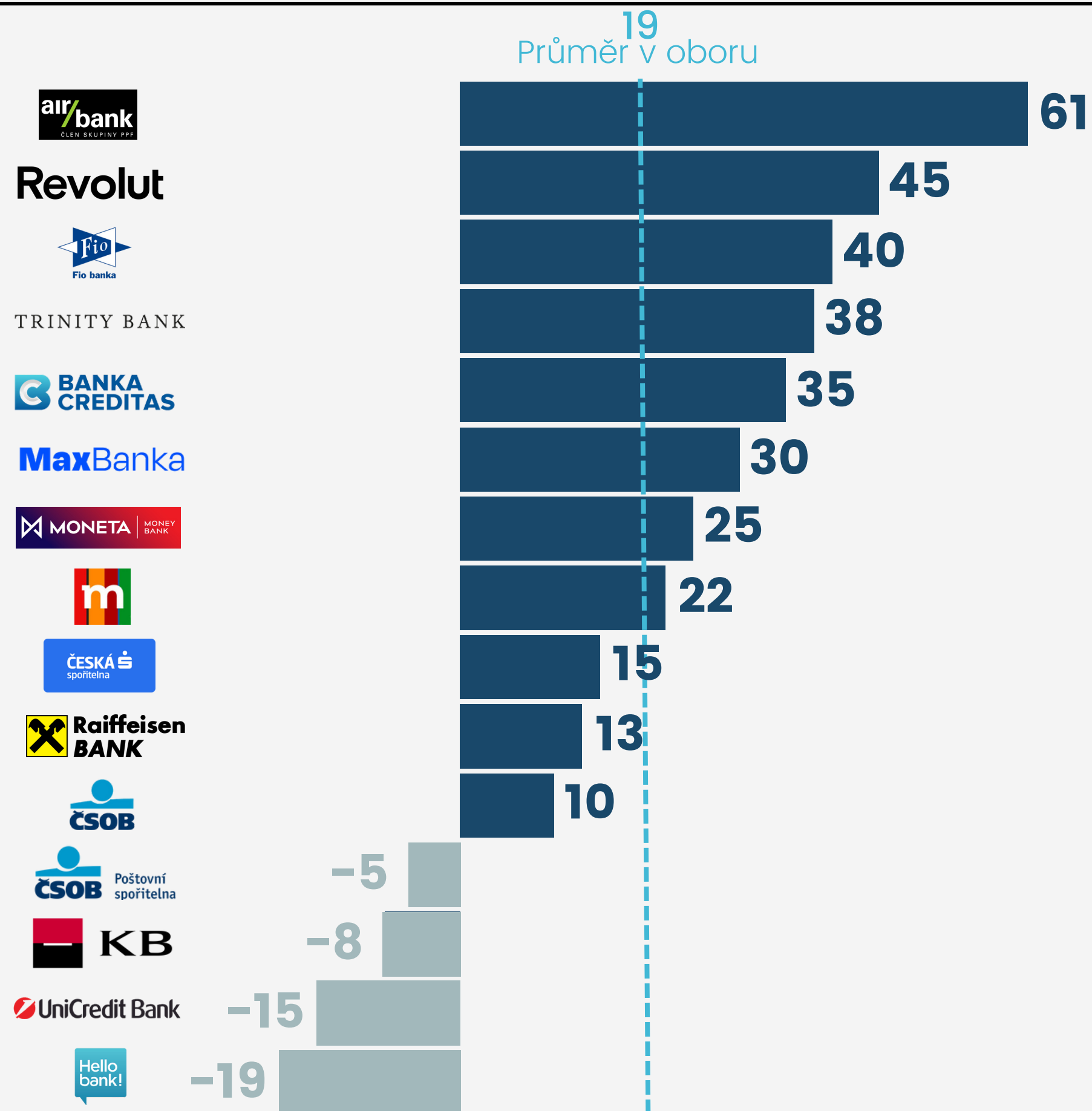


promotéři
detractoři



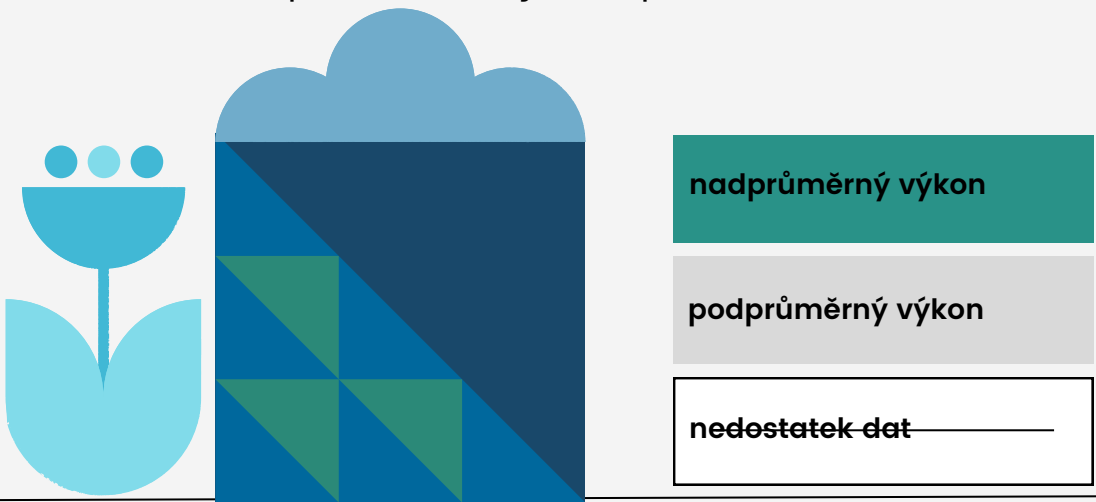
Net Promoter Score (2023)

- Průměrná hodnota NPS je v oboru 19 bodů.
- Polovina značek má nadprůměrnou hodnotu NPS. Nejlepšími jsou Air bank, Revolut, Fio banka, Trinity bank, Banka Creditas, MaxBanka, Moneta a mBank.
- Další 3 podprůměrné značky se pochybuji vedle průměrných hodnot: Česká spořitelna, Raiffeisen bank a ČSOB.
- Poslední 4 podprůměrné značky mají záporné skóre NPS. Nejhorší z nich je Hello bank! s hodnotou -19.



Net Promoter Score (2019-2023)

- Air bank si v meziročním srovnání stále udržuje přední pozici, navíc se její NPS hodnota ještě zvýšila. Od roku 2020 její hodnota neustále roste. Nejvyššího hodnocení ale dosahovala v roce 2019.
- Výrazně nadprůměrných hodnot dosahuje také Fio banka nebo Revolut, který patří mezi novější značky na českém trhu.
- U ostatních bank se meziročně zvýšilo NPS u Banka Creditas, Moneta nebo mBank.
- U 4 sledovaných bank dosahuje NPS hodnota záporných hodnot. Většina z nich si v meziročním porovnání ještě přihoršila.



BC INDEX

82	air/bank
70	Fio
64	MONETA
63	ČESKÁ spořitelna
62	m
62	BANKA CREDITAS
62	Revolut
61	TRINITY BANK
59	ČSOB
56	Raiffeisen BANK
55	MaxBanka
49	KB
49	ČSOB Poštovní spořitelna
45	UniCredit Bank
37	Hello bank!

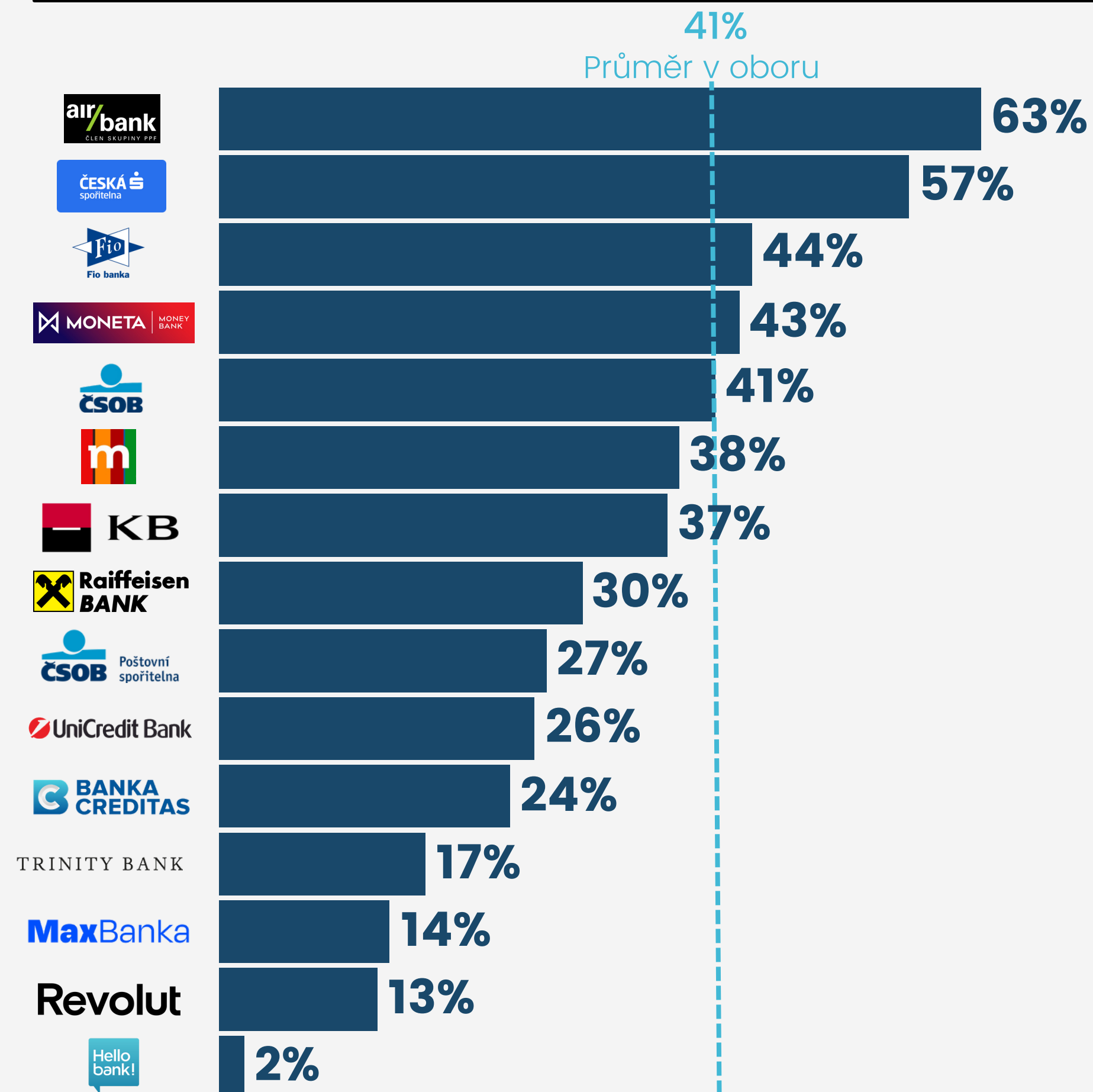
Net Promoter Score				
2019	2020	2021	2022	2023
63	54	59	57	61
43	43	43	40	40
24	17	15	29	25
-8	-2	17	13	15
15	10	10	23	22
—	17	8	35	35
—	—	—	—	45
—	—	—	16	38
4	8	13	21	10
8	16	10	10	13
—	—	—	—	30
-8	-3	-17	-8	-8
—	-1	14	1	-5
-5	-5	-16	-10	-15
—	-21	5	-4	-19

Oblíbená značka – síla značky (2023)

- Průměrná hodnota při sledování oblíbenosti značky je v oboru 41 %.
- Nejpreferovanějšími značkami v roce 2023 jsou Air bank, Česká spořitelna, Fio banka, Moneta a ČSOB. Jejich hodnocení je v rámci oboru nadprůměrné.
- Nejhůře hodnocenými jsou Trinity bank, MaxBanka, Revolut nebo Hellobank! Všechny zmíněné značky jsou podprůměrně oblíbené.

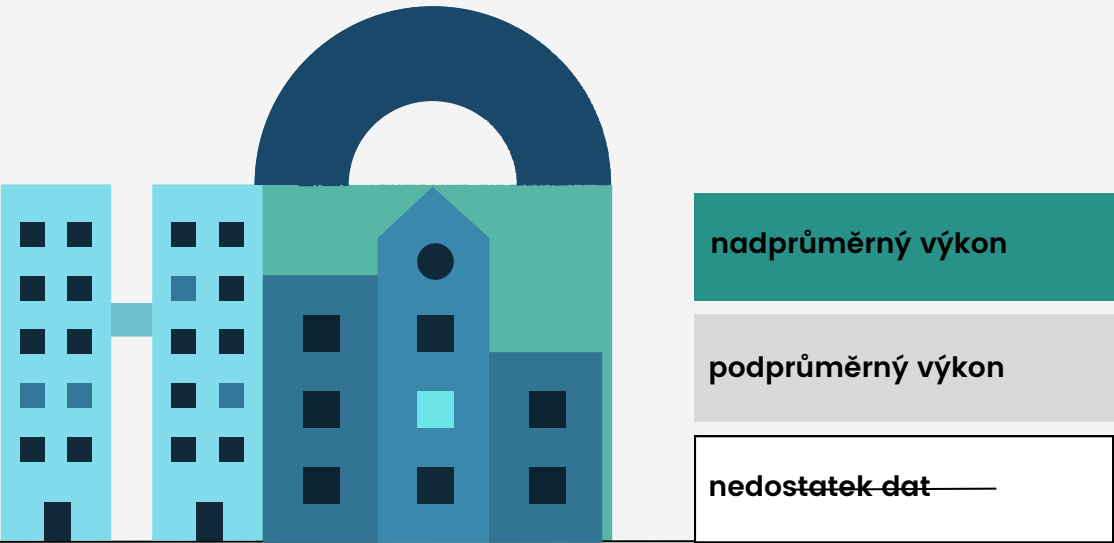


Jaká je Vaše nejoblíbenější banka? Hodnoťte bez ohledu na to, jestli jste nebo nejste klientem.



Oblíbená značka – síla značky (2019–2023)

- Za roky 2019–2023 byly nejstabilnějšími a nejoblíbenějšími bankami v oboru Air bank, Fio banka, Moneta a Česká spořitelna.
- V meziročním srovnání se pohybují poměrně stabilně, ale pod oborovým průměrem: mBank, Raiffeisenbank nebo Komerční banka.
- Oproti šetření v roce 2022 si pohoršily přibližně o 10% ČSOB Poštovní spořitelna nebo UniCredit Bank.
- Bankou, která má nejnižší hodnocení v preferenci zákazníků, je Hello bank! Od druhé nejhůře hodnocené se liší o více než 20 bodů.



Jaká je Vaše nejoblíbenější banka? Hodnoťte bez ohledu na to, jestli jste nebo nejste klientem.

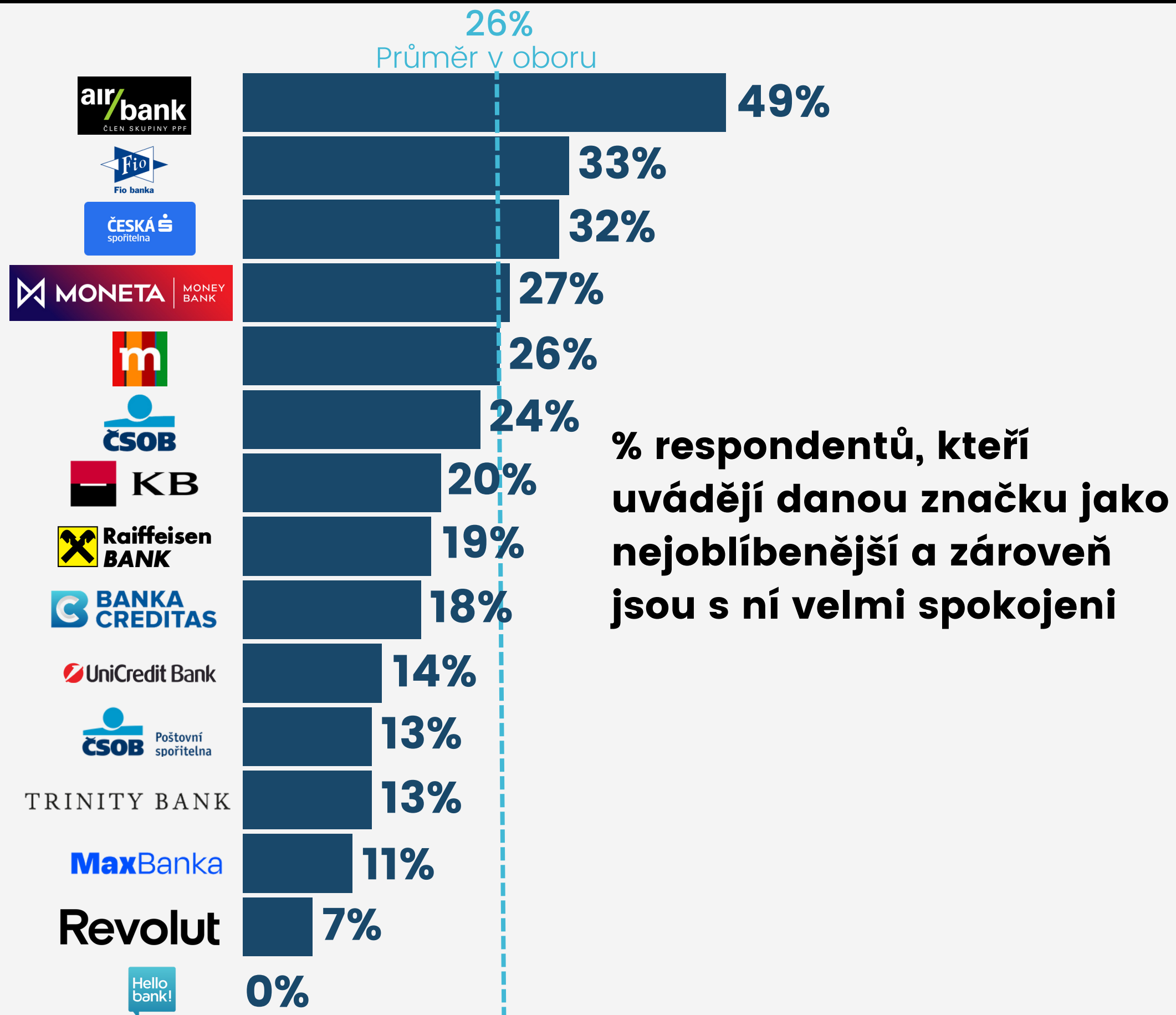
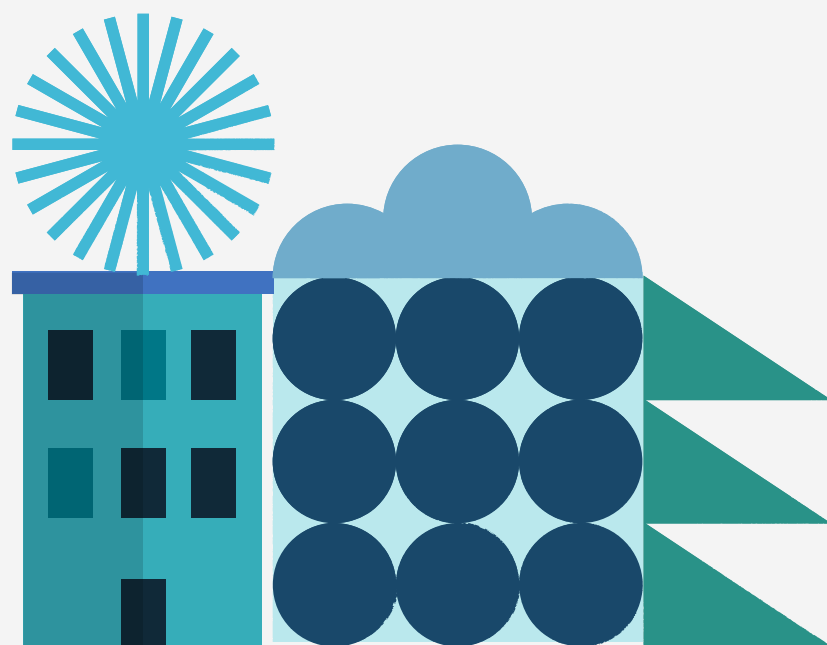
BC INDEX

82	
70	
64	
63	
62	
62	
62	
61	
59	
56	
55	
49	
49	
45	
37	

Oblíbená značka				
2019	2020	2021	2022	2023
65%	65%	62%	60%	63%
54%	56%	51%	49%	44%
55%	32%	47%	48%	43%
51%	58%	56%	57%	57%
42%	40%	39%	38%	38%
—	33%	20%	17%	24%
—	—	—	—	13%
—	—	—	14%	17%
47%	46%	41%	41%	41%
33%	40%	37%	29%	30%
—	—	—	—	14%
45%	45%	36%	41%	37%
—	44%	49%	37%	27%
37%	34%	32%	38%	26%
—	7%	4%	5%	2%

Úroveň loajality

- Průměrná hodnota při sledování úrovně loajality mezi značkami je v oboru 26 bodů.
- Nejlepší z pohledu loajality je Air bank. S více než 15 bodovým odstupem se řadí Fio banka nebo Česká spořitelna. Tyto banky mají nadprůměrnou podporu zákazníků. Jedná se nejen o značky oblíbené, ale zároveň jsou s nimi klienti velmi spokojeni.
- Nejhoršími značkami pro zákazníky z hlediska úrovně loajality se stala Hello bank!



UKAZATELE VÝKONNOSTI ZNAČEK Z POHLEDU PODNIKATELŮ



SROVNÁNÍ BANK PODLE HODNOT BC INDEXU — Z POHLEDU PODNIKATELŮ

■ Do srovnání bank z pohledu podnikatelů nejsou kvůli vyšší statistické chybě zařazeny banky, které mají příliš nízký počet respondentů. Jedná se o:

- Banka Creditas N < 35
- Hello Bank! N < 35
- MaxBanka N < 35
- Poštovní Spořitelna N < 35
- Trinity Bank N < 35



PRŮMĚRNÝ BC INDEX
BANK



PRŮMĚRNÝ BC INDEX
SLEDOVANÝCH OBORŮ
(PODLE PODNIKATELŮ)

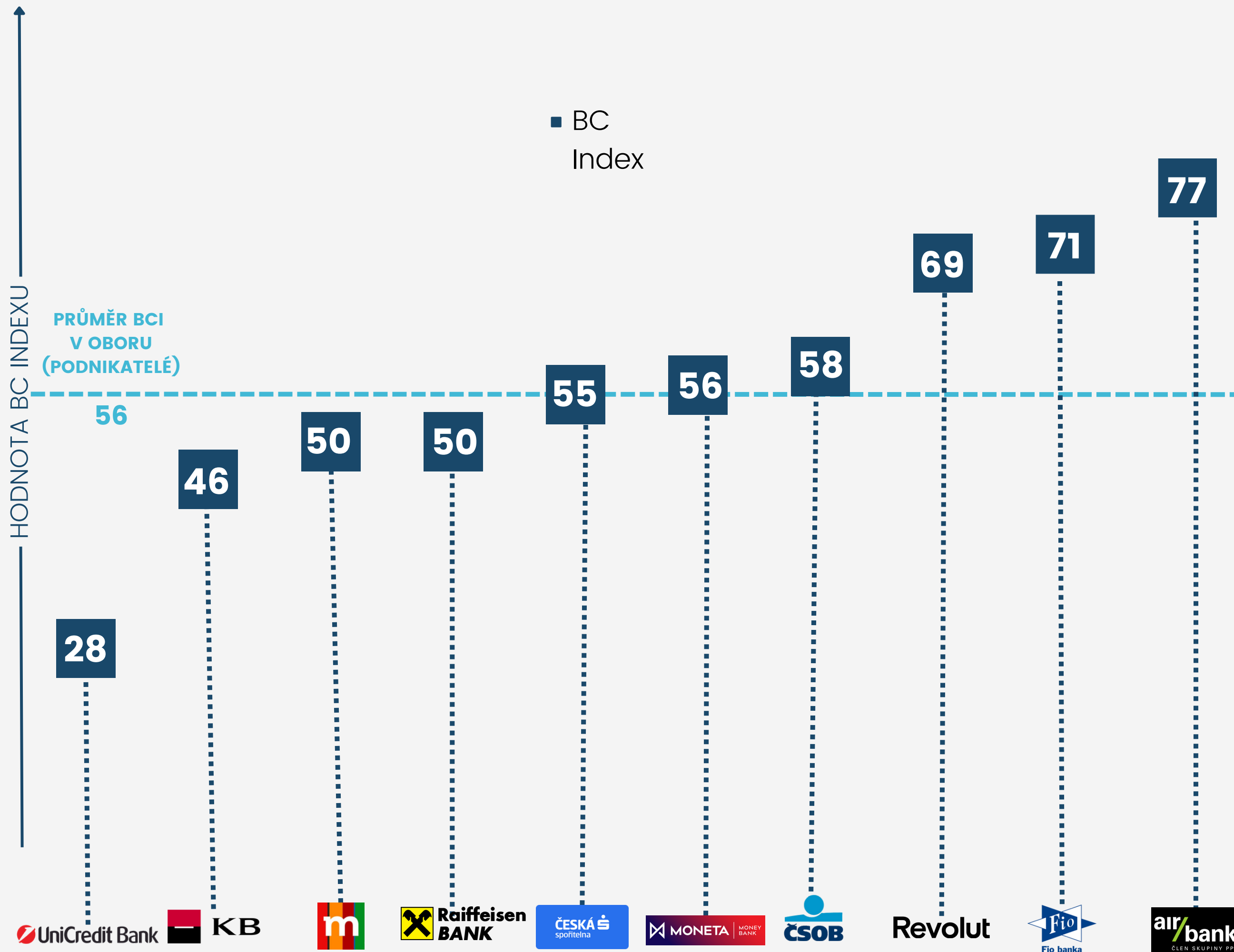


Počet záznamů pro výpočet BC Indexu

Air bank	93
Česká spořitelna	134
ČSOB	102
Fio banka	119
Komerční banka	100
mBank	66
Moneta	75
Raiffeisenbank	138
Revolut	38
UniCredit Bank	50

BC INDEX – BANKY (PODNIKATELÉ)

- Rozdíl mezi minimem a maximem v oboru je 49 bodů.
- Nejvyšší Index má Airbank. Vysoko nad průměrem se pohybují také Fio banka nebo Revolut.
- Největší hráči jako ČSOB, Moneta, Česká spořitelna nebo mBanka mají úspěšnost těsně kolem průměru oboru. Kromě Komerční banky, její úspěšnost u zákazníků je podprůměrná – 46.

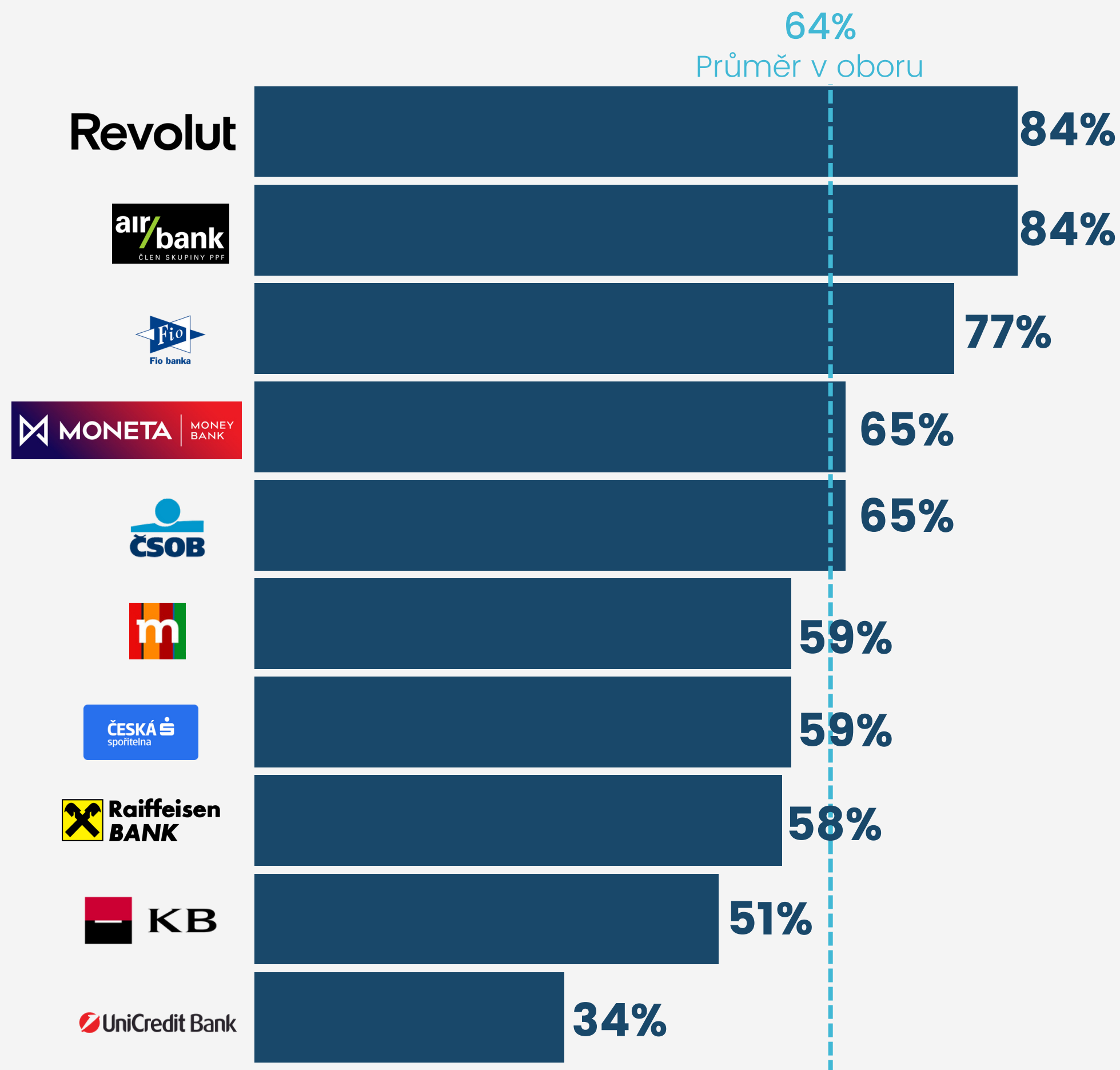


Míra spokojenosti (PODNIKATELÉ)

- Průměrná míra spokojenosti se značkou je v celém oboru 64 %.
- Většina značek dosahuje vysoko nadprůměrné míry spokojenosti. Nejlepšími značky jsou Revolut a Air bank, sdílí spolu stejnou míru spokojenosti.
- Největší hráči v oboru se i v míře spokojenosti pohybují okolo oborového průměru.
- Značně podprůměrnou míru spokojenosti má UniCredit Bank.



Uveďte prosím, do jaké míry jste celkově spokojen/a jako zákazník s přístupem a nabídkou dané banky. 0 = naprosto nespokojen/a, 10 = velmi spokojen/a.

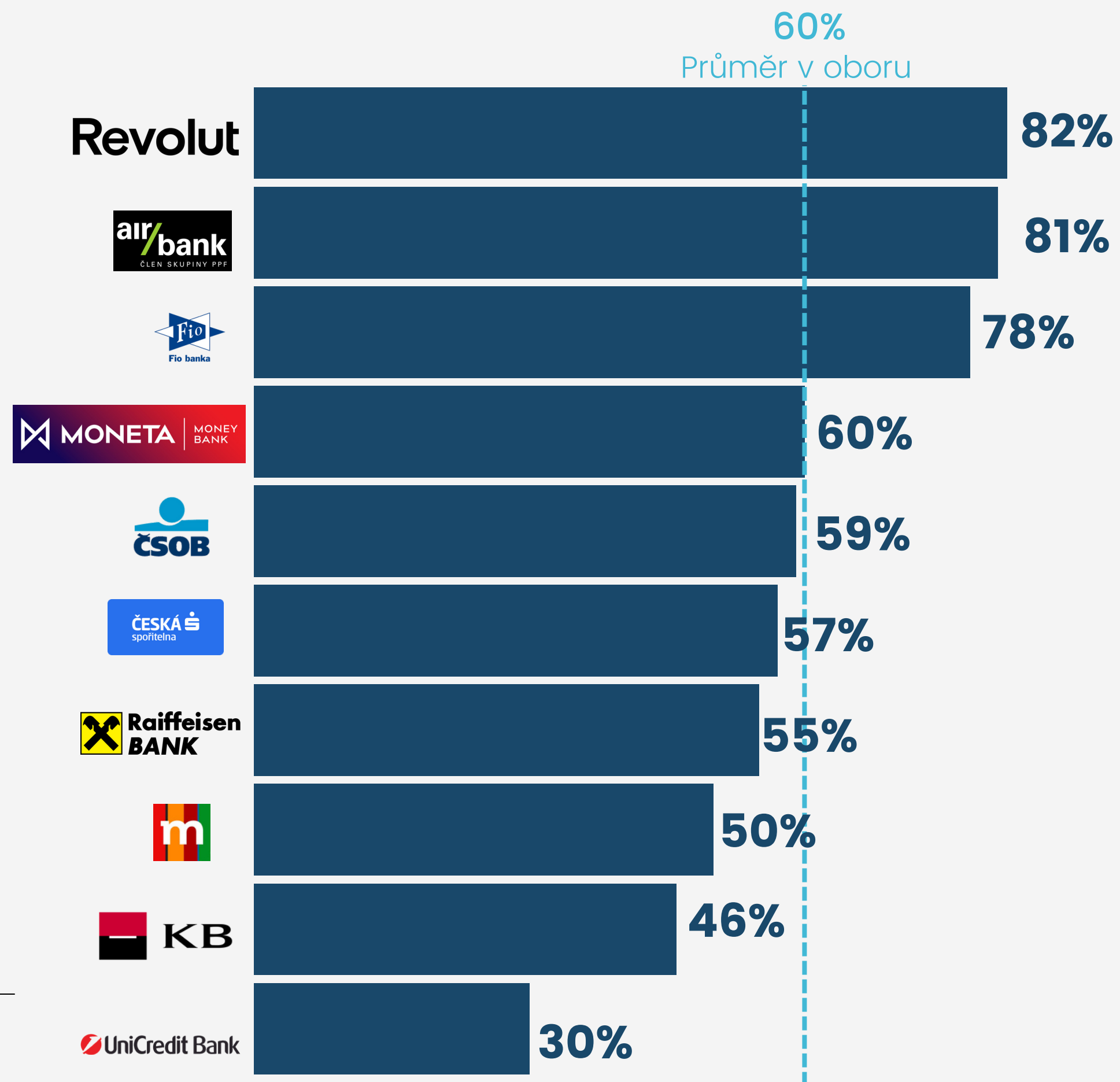


Míra doporučení (PODNIKATELÉ)

- Průměrná míra doporučení značky je v celém oboru 60%.
- Nejlepší výsledky v doporučení od svých zákazníků obdržely Revolut, Air bank nebo Fio banka. Všechny tyto značky jsou zákazníci-podnikateli značně nadprůměrně doporučovány.
- Nejméně doporučení od svých zákazníků mají Komerční banka nebo UniCredit Bank. Tyto značky jsou pod průměrem o minimálně 15 %.



Jak je pravděpodobné, že byste danou banku doporučil/a svým přátelům, kolegům nebo rodině? Pro své hodnocení prosím použijte stupnici od 0 do 10, na níž 0 znamená „určitě nedoporučil/a“ a 10 znamená „určitě doporučil/a“.

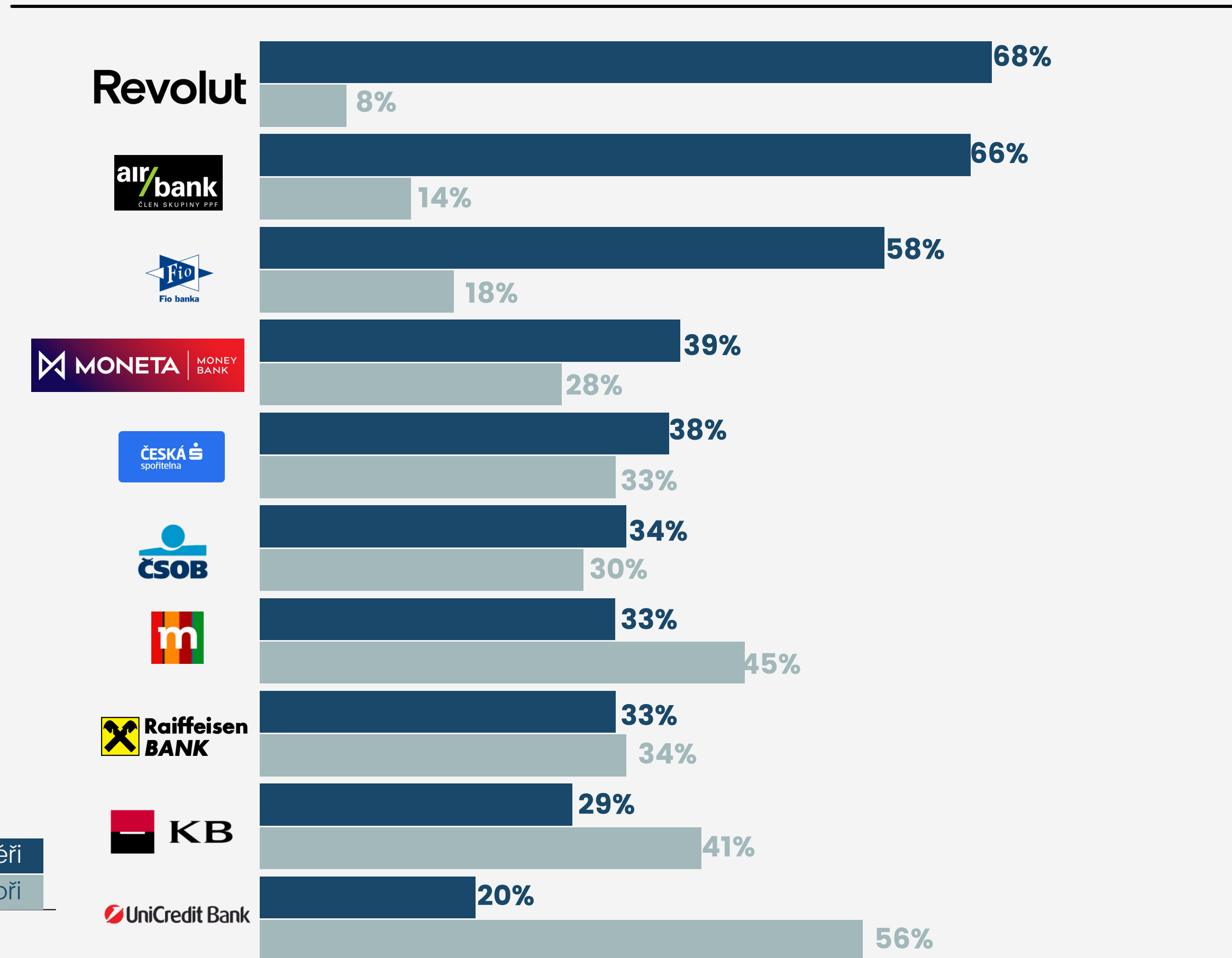


Promotéři vs. detractoři (PODNIKATELÉ)

- Nejlepšími v podílu mezi detractory a promotéry je hned několik značek —Revolut, Air bank nebo Fio banka.
- U dalších 3 značek se udržuje vyšší podíl promotérů než detractorů.
- Nejkritičtější pozice zastává UniCredit Bank. Více než polovinu tvoří detractoři. Převahu detractorů vidíme ale také u Komerční banky, Raiffeisen bank nebo mBank.



promotéři
detractoři



Net Promoter Score 2023 (PODNIKATELÉ)

- Průměrná hodnota NPS je v oboru 11 bodů.
- Pokud sledujeme postoje podnikatelů, z hlediska NPS mají nadprůměrnou hodnotu banky Revolut, Air bank nebo Fio banka.
- Pár značek se pohybuje okolo průměru s kladnými hodnotami, ale máme tu také 4 podprůměrných značek se záporným skóre NSP. Nejhorší z nich je UniCredit Bank s NPS hodnotou -36.

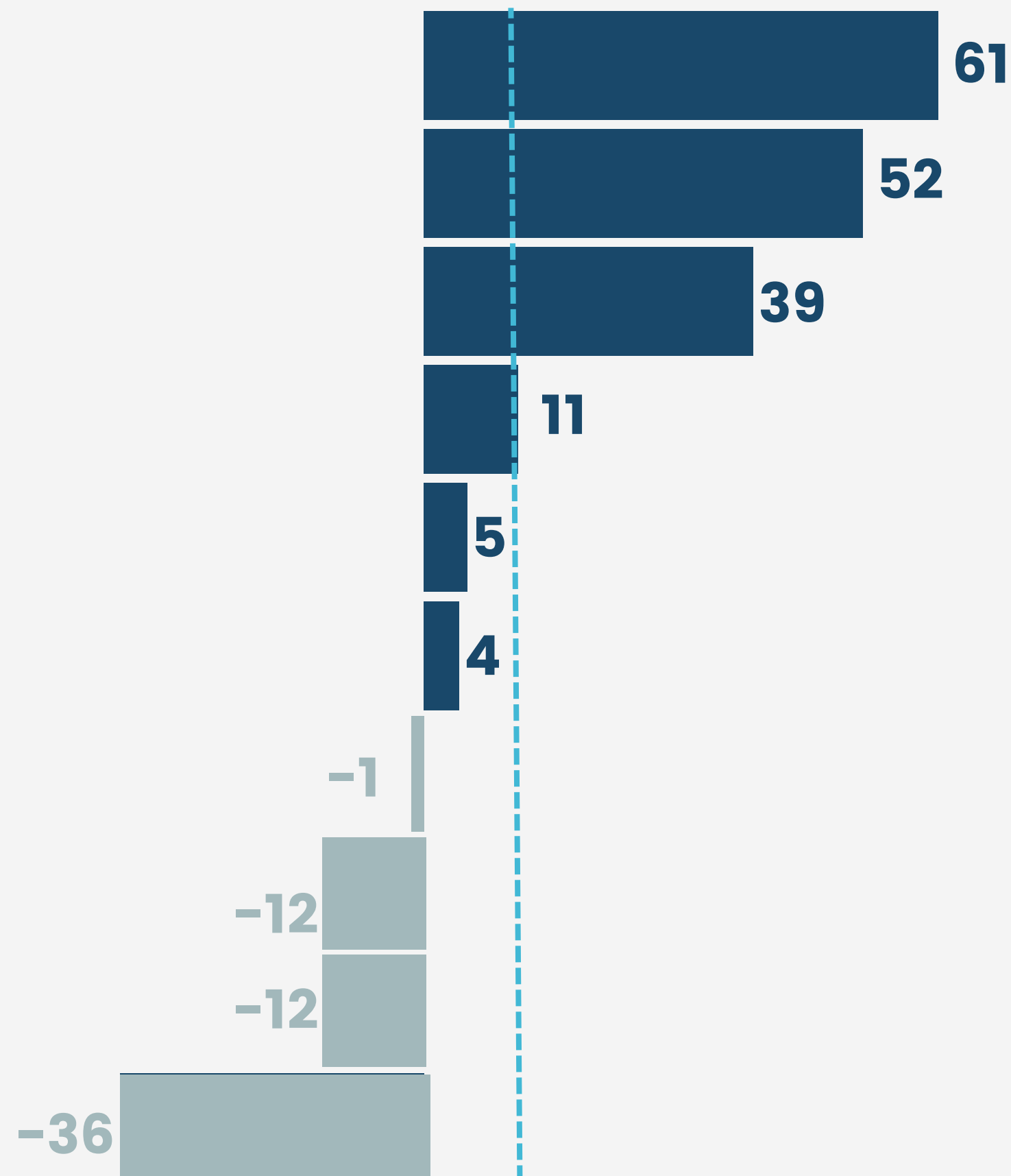


Revolut



UniCredit Bank

11
Průměr v oboru

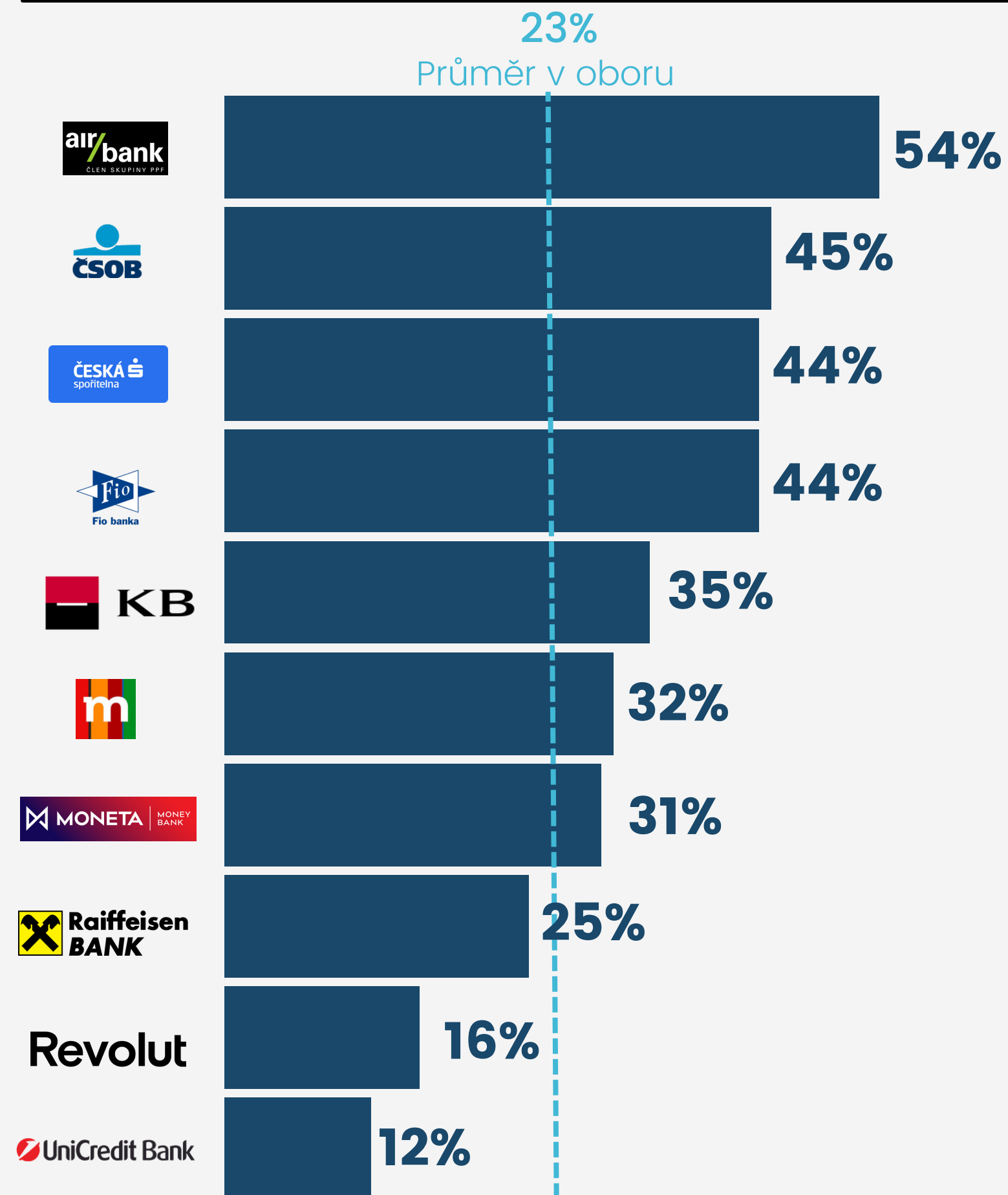


Oblíbená značka – síla značky (PODNIKATELÉ)

- Průměrná hodnota při sledování oblíbenosti značky je v oboru 23 %.
- Nejpreferovanějšími značkami v roce 2023 jsou Air bank, ČSOB, Česká spořitelna a Fio banka. Jejich hodnocení je v rámci oboru velmi nadprůměrné.
- Nejvíce pod průměrem se nacházejí banky Revolut nebo Banka Creditas.

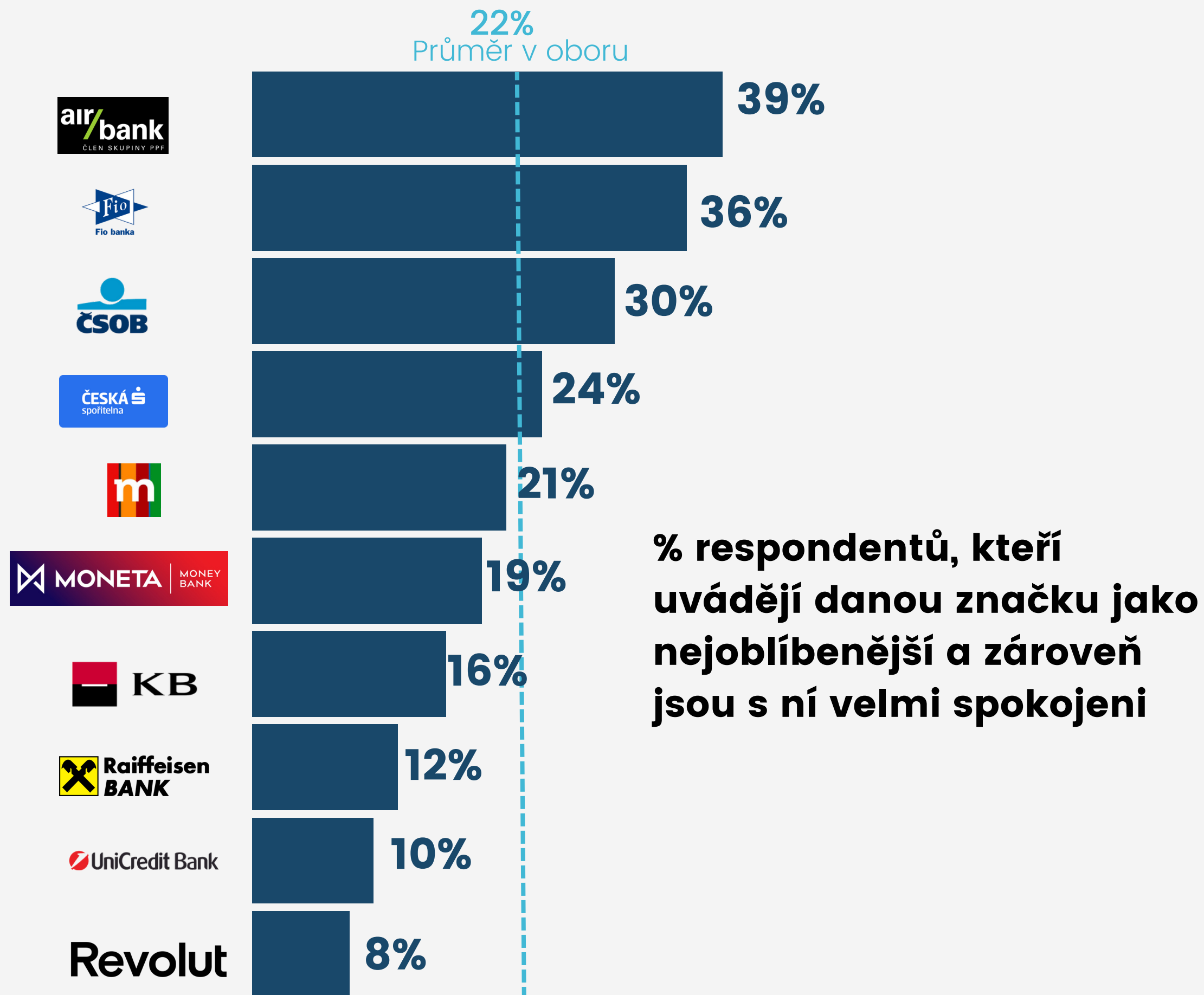
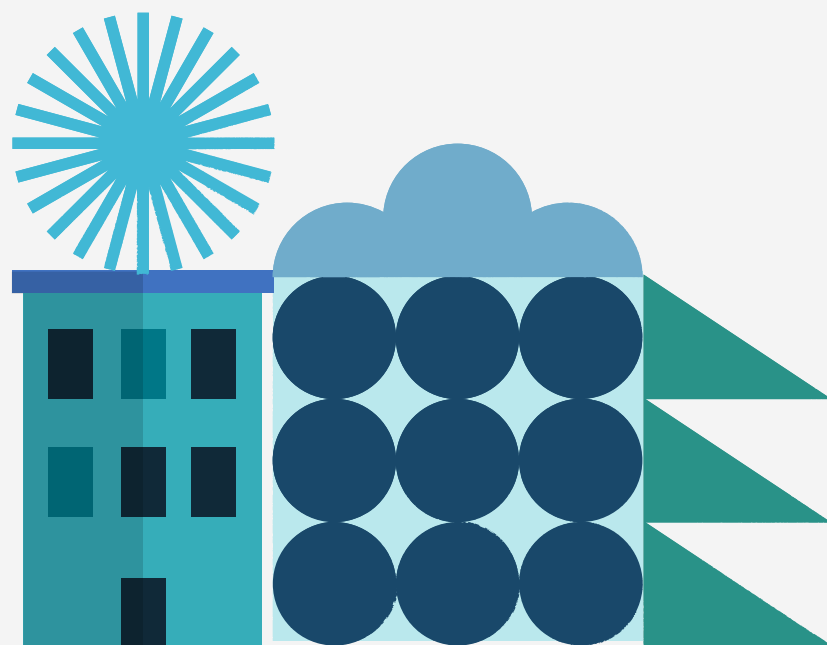


Jaká je Vaše nejoblíbenější banka? Hodnoťte bez ohledu na to, jestli jste nebo nejste klientem.



Úroveň loajality (PODNIKATELÉ)

- Průměrná hodnota při sledování úrovně loajality mezi značkami je v oboru 22 %.
- Nejlepšími z pohledu loajality mezi podnikateli jsou Air bank a Fio banka. Tyto banky mají nadprůměrnou podporu zákazníků o více než 15 %. Jedná se nejen o značky oblíbené, ale zároveň mají u klientů vysokou spokojenost s preferovanou značkou.
- Nejhoršími značkami pro zákazníky z hlediska úrovně loajality se stala Revolut.



MEDIÁLNÍ CHOVÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ AIR BANK

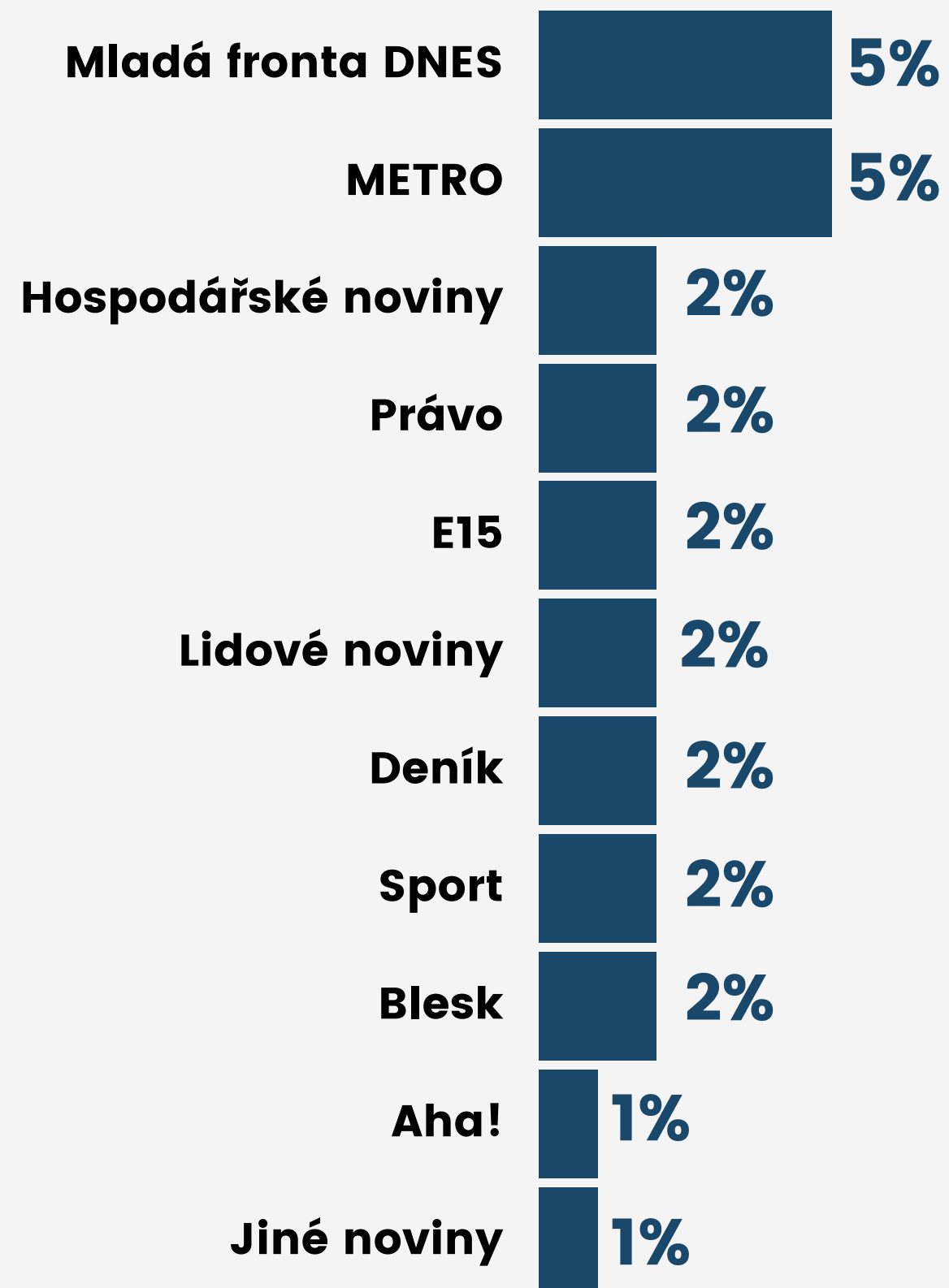


Tištěné noviny

- Celkově lze říci, že tištěné noviny nejsou pro většinu zákazníků Air Bank důležitým zdrojem informací, protože je čte méně než 10 % zákazníků.
- Nejvyšší čtenost mají Mladá fronta DNES (5 %) a METRO (5 %).
- Čtenost u ostatních tištěných novin se pohybuje pouze okolo 1–2 %.

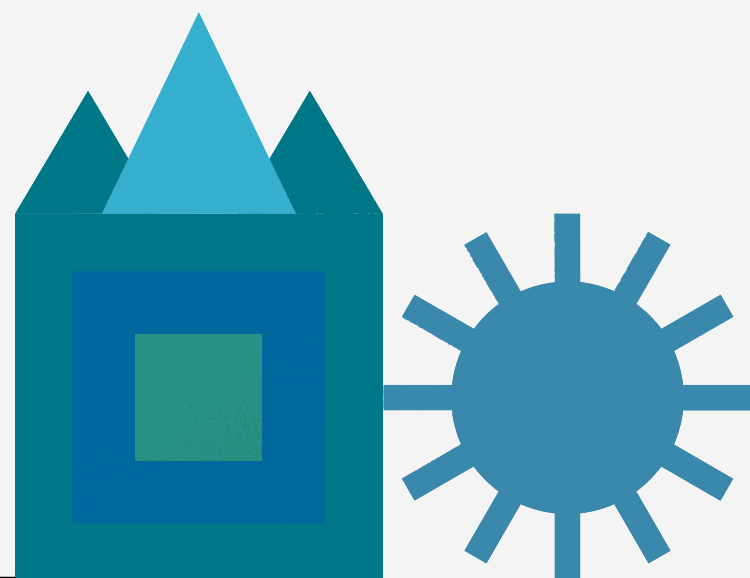


Které z následujících tištěných novin pravidelně čtete?

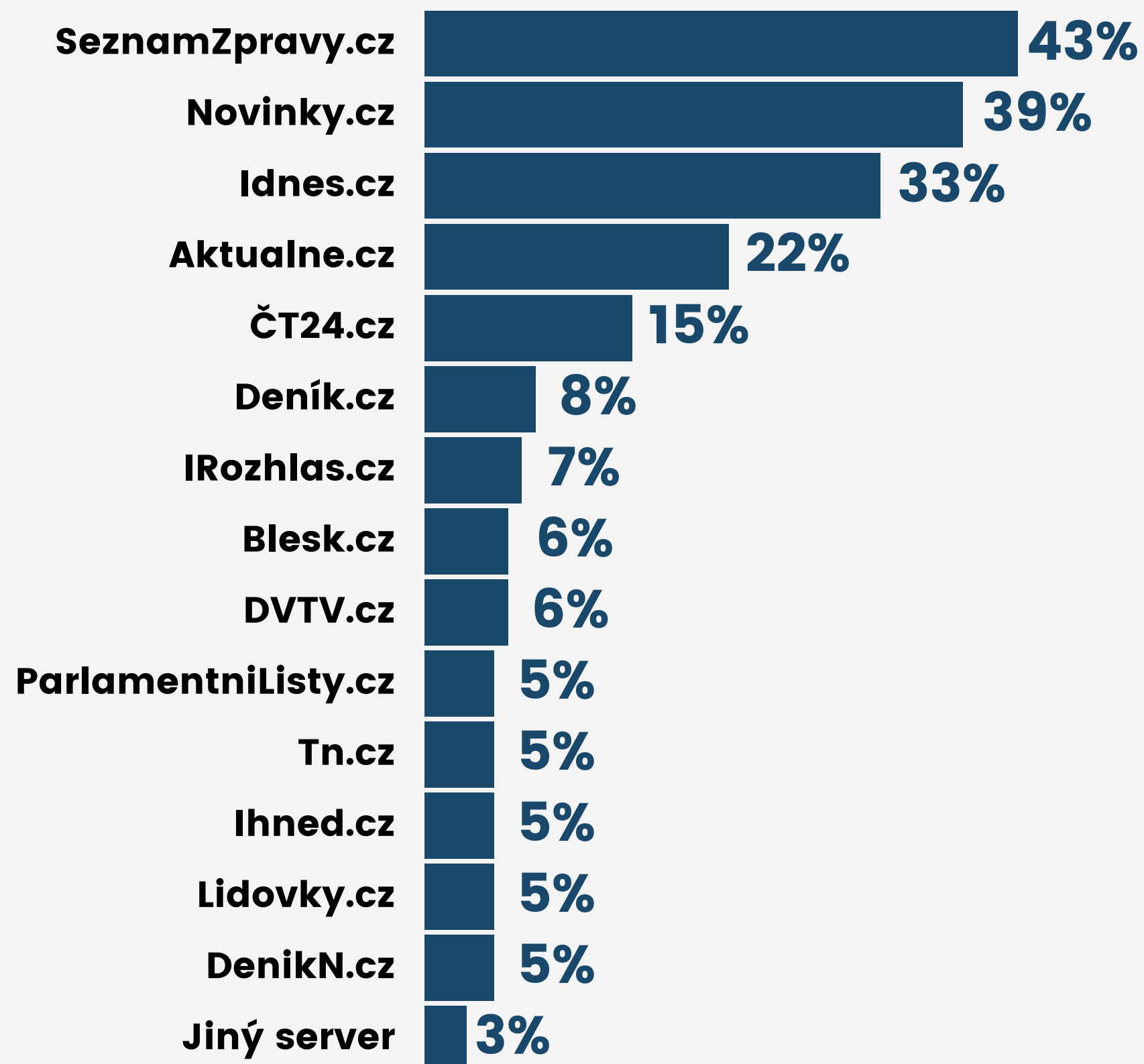


Zpravodajské servery

- Zákazníci Air Bank preferují zpravodajské servery jako jeden z hlavních zdrojů informací. Nejčtenějšími servery jsou SeznamZpravy.cz (43 %), Novinky.cz (39 %) a Idnes.cz (33 %).
- Ostatní servery jako Aktualne.cz, ČT24.cz, Deník.cz, IRozhlas.cz, Blesk.cz, DVTV.cz, ParlamentniListy.cz, Tn.cz, Ihned.cz, Lidovky.cz nebo DenikN.cz čte méně než čtvrtina zákazníků Air Bank.

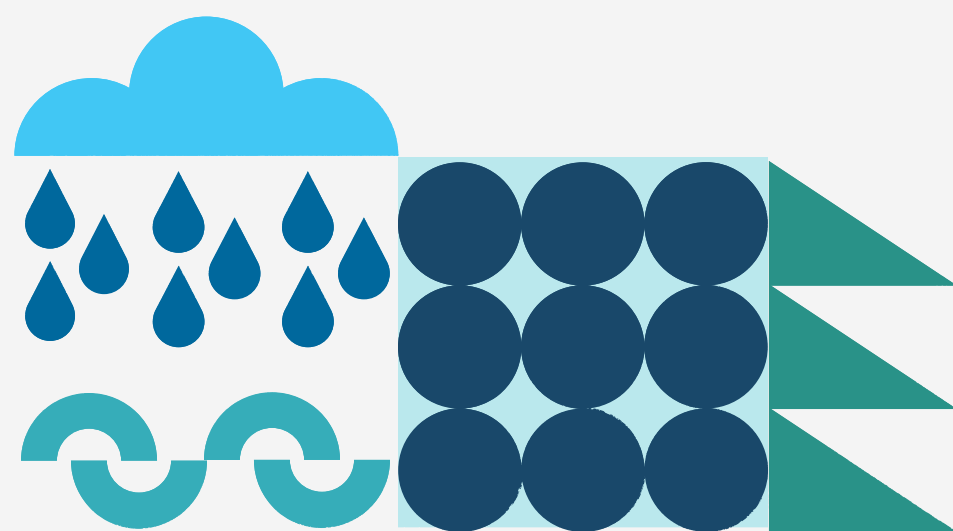


Které z následujících zpravodajských on-line serverů pravidelně čtete/sledujete?

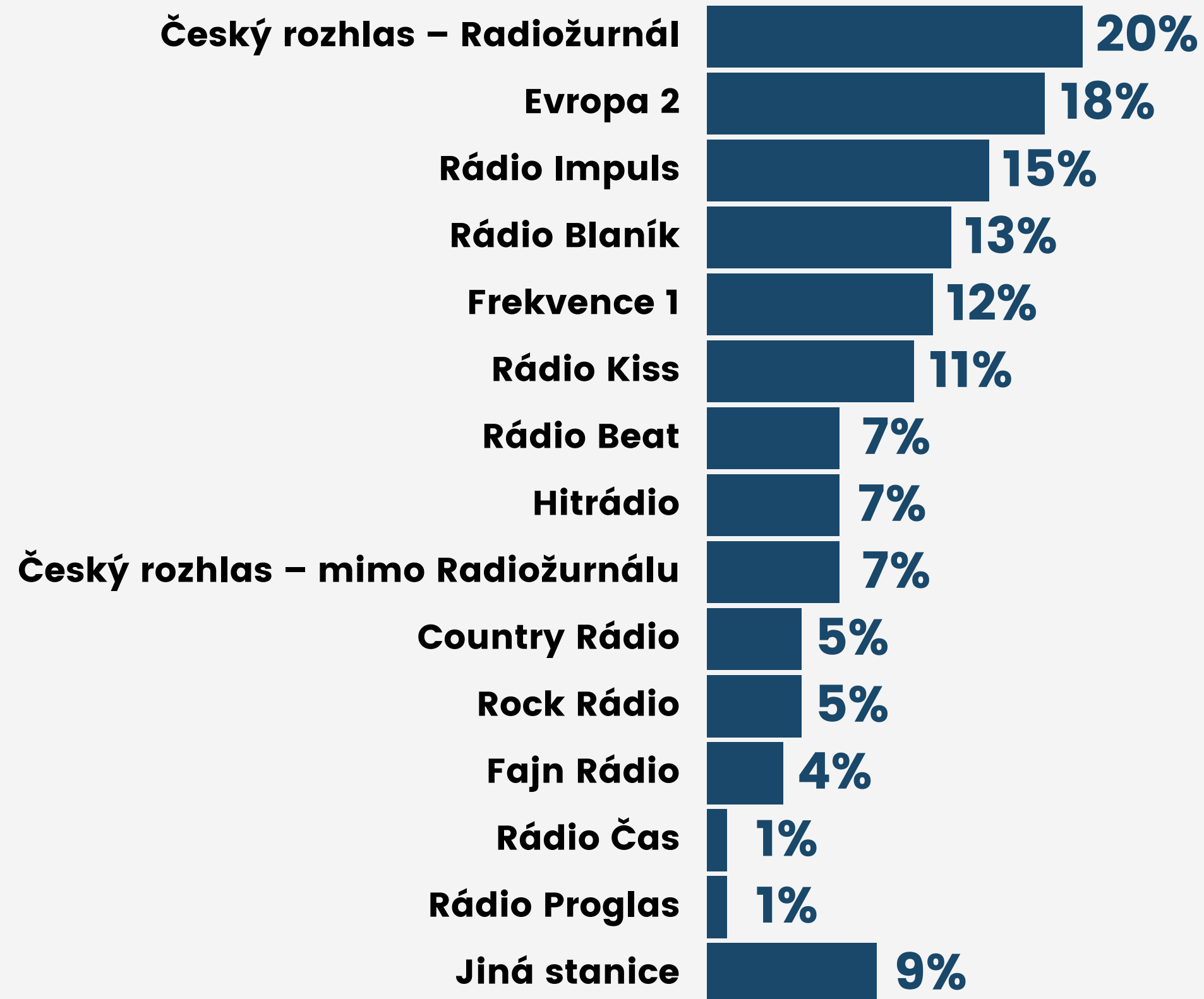


Rozhlasové stanice

- Nejčastěji poslouchanými stanicemi mezi zákazníky Air Bank jsou Český rozhlas – Radiožurnál (20 %) nebo Evropa 2 (18 %). Obě tyto stanice poslouchá přibližně pětina zákazníků. Dalším nejposlouchanějším rádiem je Rádio Impuls, který poslouchá 15 % zákazníků.
- Méně než 15 % zákazníků Air bank poslouchá rádia Radio Blaník, Frekvence 1, Radio Kiss a dále mnohá další.

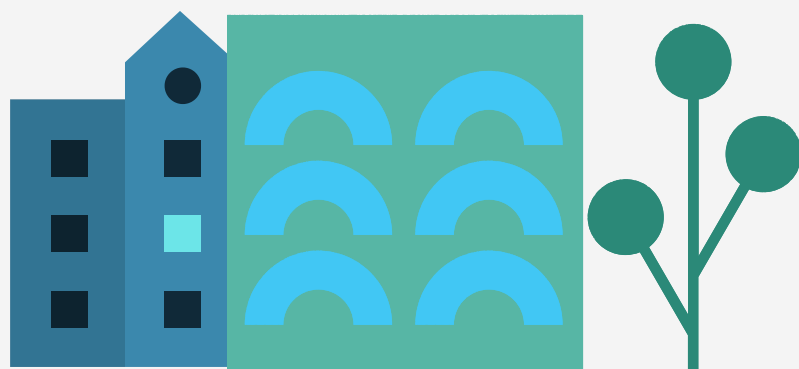


Které z následujících rozhlasových stanic pravidelně posloucháte?

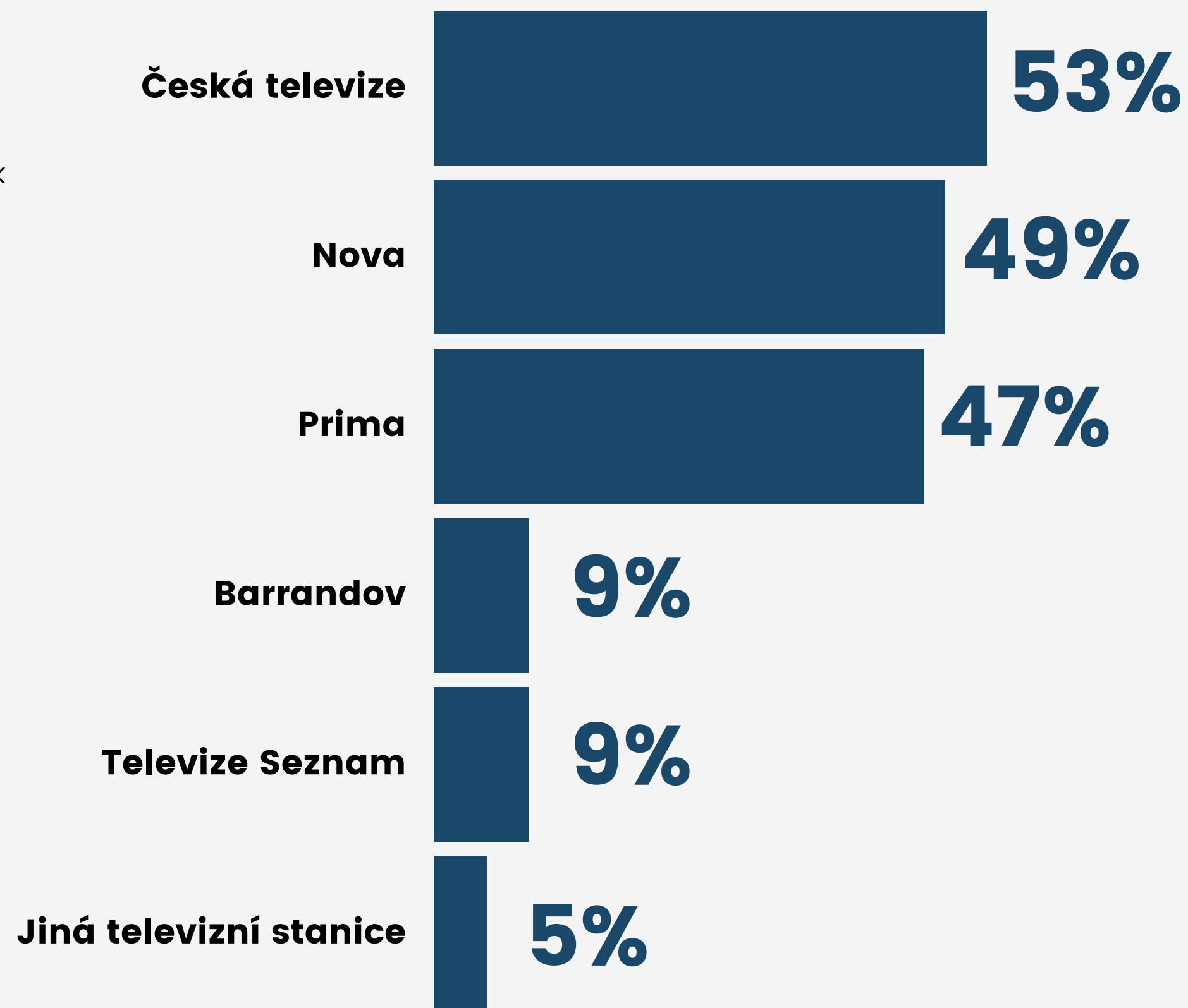


Televizní stanice

- Televize je nejčastěji využívaným zdrojem informací.
- Z televizních stanic sledují zákazníci Air bank nejčastěji Českou televizi, na kterou se dívá 53 % z nich. Televizi Nova (49 %) a Prima (47 %) sleduje také téměř polovina zákazníků Air bank.
- Televizi Seznam a Barrandov sleduje stejný podíl zákazníků Air Bank – 9 %.



Které z následujících televizních stanic pravidelně sledujete?

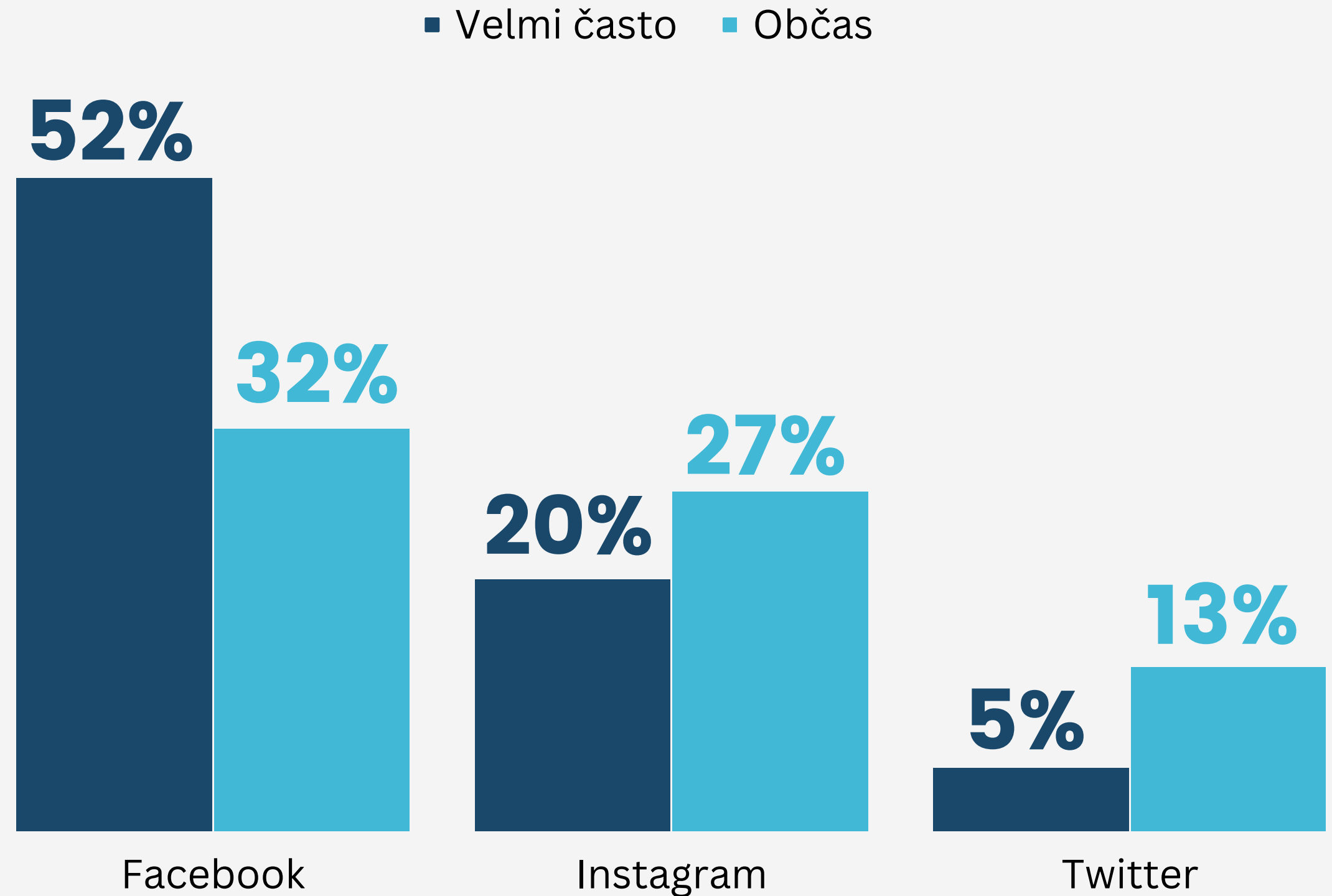


Sociální sítě

- Zákazníci Air Bank nejčastěji používají Facebook, který velmi často navštěvuje polovina (52 %) respondentů, zatímco pouze občas třetina (32 %) respondentů.
- Instagram je méně populární než Facebook. Velmi často jej používá jen pětina (20 %) respondentů, zatímco občas čtvrtina (27 %) respondentů. Instagram je populární zejména mezi mladšími generacemi.
- Twitter má mezi zákazníky Air Bank menší popularitu. Velmi často ho používá pouze 5 % respondentů, občas 13 %.

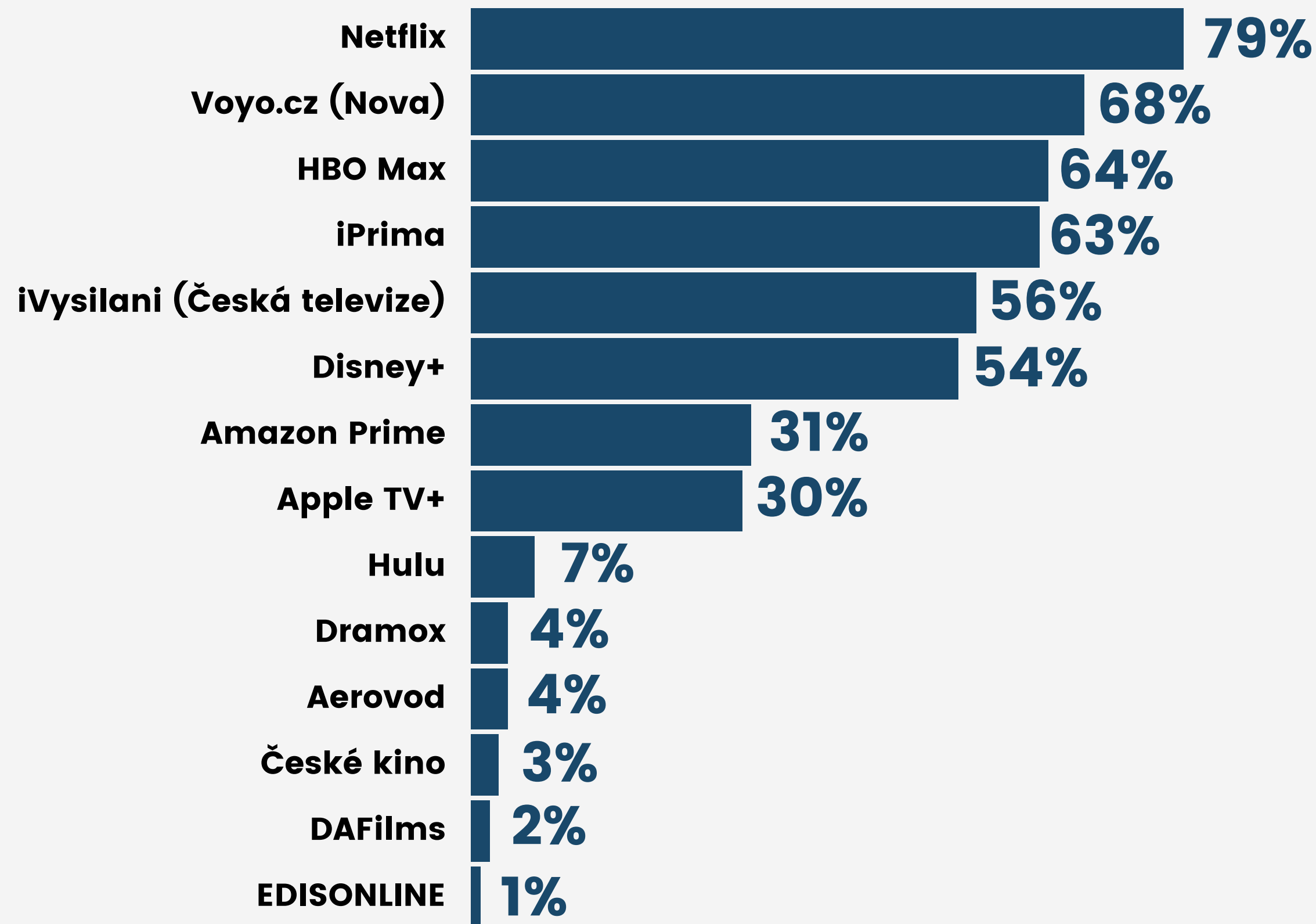
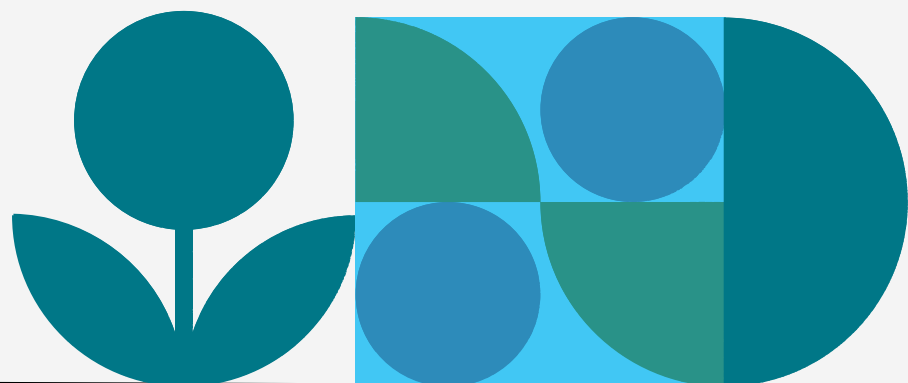


Používáte sociální sítě?



Streamovací služby

- Zákazníci Air Bank streamovací služby využívají více než televize. Uživatelé pak preferují především Netflix (79 %), Voyo.cz od Nova (58 %), HBO Max (64 %) a iPrima (63 %). Polovina respondentů ještě využívá iVysilani od České televize a Disney+.
- Vzhledem k tomu, že streamovací služby v dnešní době využívají již více než dvě třetiny zákazníků, tyto služby se stávají velkými konkurenty televizním stanicím.
- Z ostatních streamovacích služeb třetina používá Apple TV+ a Amazon Prime.



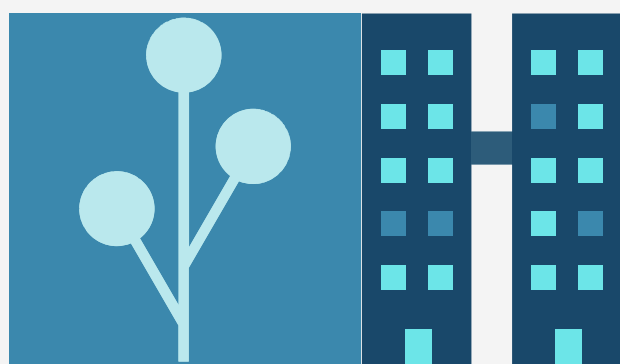
Z následujících firem vyberte prosím ty, u kterých jste zákazníkem, tj. koupil/a jste si jejich službu někdy v uplynulých 12 měsících.

DIAGNOSTIKA SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK



Souhrn diagnostiky silných a slabých stránek značky

- Nejlepší značkou je Air bank, jelikož má nadprůměrný BC Index a zároveň také nadprůměrný výkon ve všech ostatních kategoriích. To znamená, že si získala u zákazníků vysokou úroveň důvěry a respektu.
- Vedle toho značky jako Fio banka, Česká spořitelna ve většině sledovaných oblastech dosahují nadprůměrných výsledků, pouze ve 2 z nich jsou průměrní – což je pro ně potenciálně nevýhodné.
- Ačkoliv Revolut jakožto poměrně nová značka na trhu je ve dvou sledovaných kategoriích pod průměrem oboru, v míře konvěře, spokojenosti a doporučení dosahuje nadprůměrných hodnot.
- Hned 3 značky disponují podprůměrnými výkony ve všech sledovaných oblastech: Poštovní spořitelna (ČSOB), UniCredit Bank a Hello Bank!

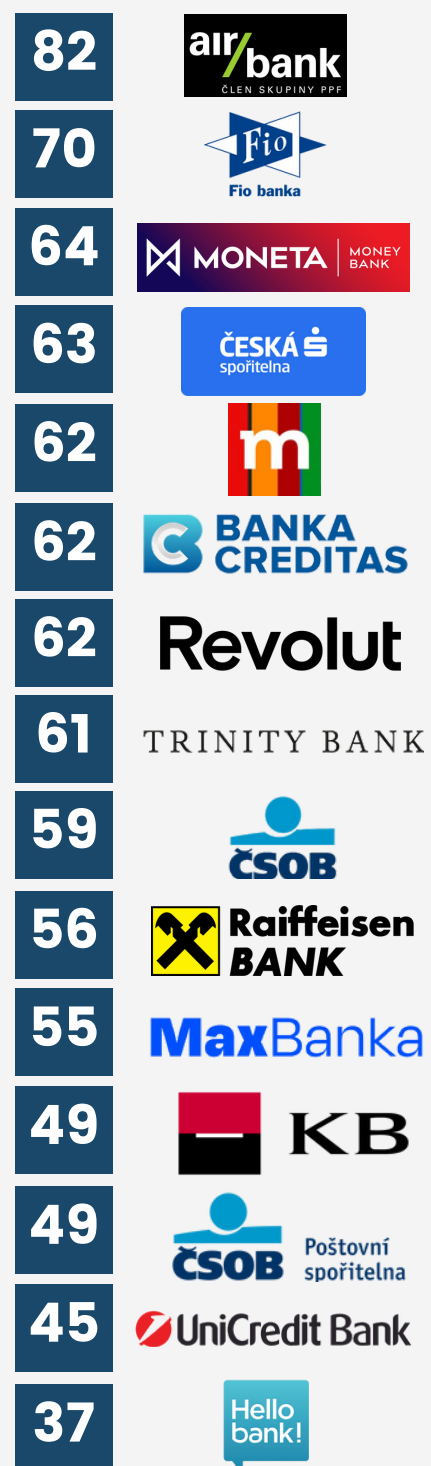


**nadprůměrný výkon,
strategická výhoda**

**průměrný výkon,
potenciální nevýhoda**

**podprůměrný výkon,
strategická nevýhoda**

BC INDEX



Silné a slabé stránky značek

[illegible]

DOPORUČENÍ PRO AIR BANK



Doporučení



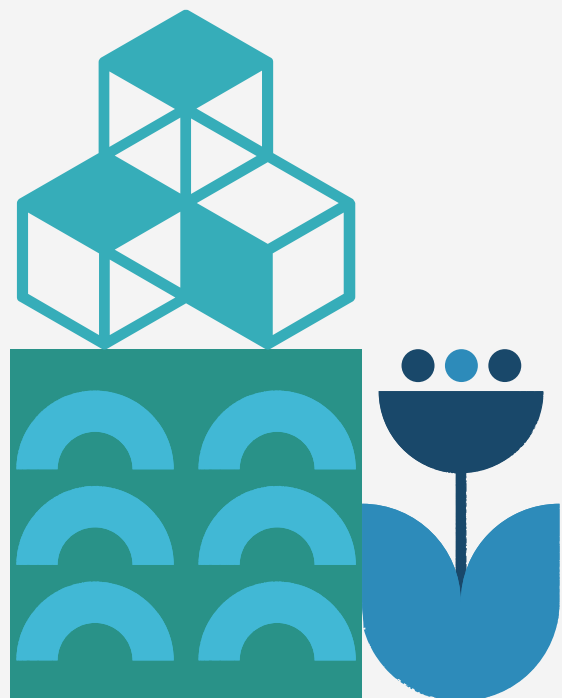
Air bank patří k nejlépe hodnoceným značkám mezi bankami. Zpracovat je potřeba zejména na míře konverze zákazníků, cenotvorbě (úrocích, bonusech apod.). Ale také na dostupnosti banky starším generacím.

Někteří zákazníci si stěžují na nízkou výši úroků (v porovnání s minulými roky) a na chybějící bonusy nebo prémiové účty. Doporučujeme zvážit, zda jsou úrokové sazby nebo nabídka bonusů a prémiových účtů konkurenceschopné v porovnání s jinými bankami na trhu.

Zvýšit osvětu o produktech a službách směrem ke starší generaci. Pokud starší generace hodnotí Air bank hůře než mladší generace, může to být způsobeno nedostatečnou osvětou o produktech a službách banky pro tuto skupinu zákazníků.

Z marketingového hlediska doporučujeme navázat mezioborovou spoluprací s českými streamovacími službami jako Voyo.cz (68%), iPrima (63%) a iVysílání (56%), jejichž sledování deklarují zhruba dvě třetiny dotazovaných zákazníků.

Slovníček pojmů



pojem	význam
znalost značky	% respondentů univerza, kteří dotazovaně znají danou značku
využívání značky	% respondentů univerza, kteří během posledních 12 měsíců využívali danou značkou
zákaznická konverze	% zákazníků dané značky z těch, co tuto značku znají
Brand Comparison Index (BCI)	Index vyjadřující úroveň zákaznické zkušenosti (konstruován na základě spokojenosti, doporučení a oblíbenosti značky)
spokojenost	hodnocení spokojenosti na škále 0 – 10, kde 0 = „naprosto nespokojen/a“, 10 = velmi spokojen/a”
doporučení	míra doporučení na škále 0 – 10, kde 0 znamená „určitě nedoporučil/a“ a 10 znamená „určitě doporučil/a“
Net Promoter Score (NPS)	indikátor zákaznické spokojenosti / loajality, podle odpovědí na otázku doporučení je definovaný % podíl promoters (odpovědi na škále doporučení 9,10) a detraktorů (odpovědi 0–6). NPS je pak vypočítáno jako % promoters --% detraktors
oblíbenost značky	% respondentů, kteří danou značku uvedli jako nejoblíbenější
loajalita	% respondentů, kteří mají danou značku jako nejoblíbenější a zároveň jsou s ní velmi spokojeni

Děkujeme za Váš
zájem a rádi Vám
odpovíme na
všechny dotazy

Kontakt

SC&C spol. s r.o.
Krakovská 7, Praha 1
IČ. 45280541
tel: +420 777 759 419
marketing@scac.cz
www.bcindex.cz
www.scac.cz