



Warszawa, 12 lutego 2014 r.

Raport

Kontakt z bankiem na Facebooku? Lubię to!

Banki mają łącznie ponad 1,3 mln fanów na Facebooku – w ciągu roku, w porównaniu do stanu na koniec 2013 roku, ich liczba wzrosła niemal dwukrotnie. Organizatorzy plebiscytu Złoty Bankier 2013 i eksperci z Sotrender analizują, jak wygląda komunikacja banków w social media.

Przybywa klientów, dla których podstawową formą kontaktu z bankiem są media społecznościowe. Wiele wskazuje na to, że tzw. social CRM (utrzymywanie relacji z klientami za pomocą mediów społecznościowych) w sektorze bankowym będzie się rozwijał i nabierał znaczenia.

– *Z tego m.in. względu wzbogaciliśmy V edycję plebiscytu „Złoty Bankier” o nową kategorię, czyli „Najlepszy bank w social media”. Internauci, w trwającym właśnie na stronie www.zlotybankier.pl głosowaniu, wskażą bank, który ich zdaniem jest szczególnie aktywny w social media, a dzięki temu łatwo dostępny dla klientów, szybko reagujący na ich problemy i prowadzący przejrzystą oraz szeroko zakrojoną komunikację* – mówi **Wojciech Czajkowski, Dyrektor Zarządzający PayU Polska**, współorganizatora plebiscytu.

Banki coraz bardziej angażują się w komunikację w social media

Banki działające w Polsce najbardziej upodobały sobie Facebooka, aż co trzeci z nich posiada stronę w tym serwisie społecznościowym. Tylko co ósmy korzysta z więcej niż jednego kanału social media w celu komunikacji z klientami. Obok Facebooka najczęściej wybierane są Google Plus oraz Twitter.

Według twórców raportu „Social media is so trendy” w ciągu dwóch ostatnich lat (2012, 2013) jakość kontaktu banków z klientami za pośrednictwem Facebooka znacząco się poprawiła. Czas odpowiedzi na posty użytkowników skrócił się dwukrotnie. W ostatnim kwartale 2013 r. wynosił już przeciętnie 2 godz. 22 min. (mediana, nie uwzględniająca wartości skrajnych), a w rekordowym przypadku bank odniósł się do wpisu użytkownika po niespełna minucie. Rośnie również odsetek postów, na które bank udzielił bezpośredniej odpowiedzi. Na przestrzeni dwóch ostatnich lat było to łącznie 67% postów. Najlepszy wynik z 2013 roku (z maja) to 80%.

– *Banki na Facebooku wciąż mają jeszcze sporo do nadrobienia, w porównaniu np. do branży telekomunikacyjnej, w przypadku której social media stanowią liczącą*

Biuro serwisu Bankier.pl • ul. Mokotowska 1 • 00-640 Warszawa • tel. +48 22 378 99 00 • faks +48 22 378 99 01

Grupa Bankier.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, 60-166 Poznań, przy ul. Grunwaldzkiej 182, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000258659, o kapitale zakładowym w wysokości 70 100 zł, posiadająca numer identyfikacji podatkowej NIP 972-113-50-60, Regon: 300308237

Organizatorzy:





się kanał obsługi klienta. Średni czas odpowiedzi na posty użytkowników w tej drugiej grupie wynosi zaledwie kilkanaście minut, a odsetek udzielonych odpowiedzi na wpisy oscyluje w granicach 90% – mówi **Hubert Tworowski, Head of Sales firmy analitycznej Sotrender.**

Klienci w social media – komunikacja 24/7?

Banki prowadzące komunikację z klientami w social media wiedzą, że nie obowiązują tam godziny otwarcia i zamknięcia. W dni robocze utrzymują regularny kontakt ze swoimi fanami i klientami. Liczba postów zamieszczanych np. na Facebooku jest każdego dnia zbliżona. Między piątkiem, a poniedziałkiem komunikacja nie ustaje, ale nie jest aż tak intensywna, jak w ciągu tygodnia.

– *Banki nie pracują w weekendy, jednak za pośrednictwem Facebooka są aktywne także wtedy. W 2013 r. więcej niż co szósty wpis był dodawany w soboty i niedziele. W niektórych przypadkach banki zaskakiwały swoich fanów publikując posty również w godzinach nocnych* – dodaje Hubert Tworowski.

W godz. 22.00-06.00 banki opublikowały w 2013 roku 1% wszystkich postów. Ich klienci są jednak w tym czasie dużo bardziej aktywni - ponad 17% komentarzy i postów użytkowników było dodawanych w porze „ciszy nocnej”.

Fani nie lubią natomiast kontaktować się ze swoim bankiem w godzinach wczesno porannych. Później ich aktywność błyskawicznie rośnie – do godz. 11.00 liczba dodawanych komentarzy i postów wzrasta aż dziewięciokrotnie. Banki wydają się być świetnie na to przygotowane, gdyż to właśnie w godz. 10.00-12.00 opublikowały w ub. roku łącznie największą liczbę postów (30%). Tymczasem ich klienci zamieszczali najczęściej komentarzy i wpisów już po obiedzie, w godz. od 15.00 do 17.00.

Nie tylko „lajki”, czyli o czym piszą klienci na stronach banków

Aktywność fanów znacznie częściej polega na klikaniu w „Lubię to” czy komentowaniu postów zamieszczanych przez banki, niż tworzeniu własnych treści. 11,1% wszystkich aktywności to wpisy własne użytkowników, zamieszczane bezpośrednio na fan page’u banku bądź do niego linkujące.

Analizując treści postów z losowo wybranego miesiąca można zauważyć, że użytkownicy najczęściej informowali o problemach dotyczących korzystania z serwisu online i innych usług bankowych. Chętnie zamieszczali także pytania

o ofertę czy termin wprowadzenia nowości, które ma już konkurencja. Klienci uzasadniają kontakt z bankiem za pośrednictwem kanałów social media tym, że na

Biuro serwisu Bankier.pl • ul. Mokotowska 1 • 00-640 Warszawa • tel. +48 22 378 99 00 • faks +48 22 378 99 01

Grupa Bankier.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, 60-166 Poznań, przy ul. Grunwaldzkiej 182, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000258659, o kapitale zakładowym w wysokości 70 100 zł, posiadająca numer identyfikacji podatkowej NIP 972-113-50-60, Regon: 300308237

Organizatorzy:





wysłanego wcześniej maila nie uzyskali odpowiedzi, a na infolinię nie udało im się zadzwonić – liczą więc, że taka komunikacja będzie szybsza i skuteczniejsza.

Raczej rzadkością na Facebooku są pochwały dla banków. Jeśli już takie posty się pojawiały, to fani doceniali w nich np. szybkość reklamacji, mechanizm działania aplikacji mobilnej czy konkurencyjną ofertę. Niestety pozytywne wpisy użytkowników wciąż stanowią niewielką część całości. Analiza nacechowania postów zamieszczanych przez fanów na stronach banków w przykładowym miesiącu (wrzesień 2013) wyglądała następująco: 56% wpisy negatywne, 39% neutralne, 5% pozytywne.

Banki w social media – w poszukiwaniu najlepszych

Facebook czy inne serwisy społecznościowe to dziś nie tylko modny kanał komunikacji banków z klientami, ale i - sądząc m.in. po treści postów zamieszczanych przez użytkowników - spore wyzwanie.

– *Banki powinny być tam, gdzie są klienci – a w serwisach społecznościowych z pewnością ich nie brakuje. Dlatego też podczas V edycji plebiscytu Złoty Bankier nagrodzimy ten bank, który najlepiej komunikuje się ze swoimi klientami w tej przestrzeni* – mówi **Maciej Klepacki, Dyrektor Zarządzający Bankier.pl**.

O tym, który bank odbierze statuetkę „Złoty Bankier 2013” w kategorii „Najlepszy bank w social media” przekonamy się podczas gali 13 marca. Natomiast głosować na banki można jeszcze do 21 lutego na www.ZlotyBankier.pl. Dla uczestników głosowania przewidziano nagrody rzeczowe, m.in. iPhone'a, iPada, sprzęt elektroniczny, a także liczne książki. Łączna pula to ponad 100 nagród.

Zobacz infografikę - [Banki w social media infografika](#)

Kontakt dla mediów:

Karolina Dziwulska
Brand Manager Bankier.pl
k.dziwulska@bankier.pl
tel: [+48 22 378 99 03](tel:+48223789903)

Przedstawione dane dotyczą roku 2013 i zostały zebrane za pośrednictwem API Facebook, podlegają więc związanym z nim ograniczeniom. Analiza objęła 42 profile banków prowadzone w serwisie społecznościowym Facebook oraz wykonane w ich obrębie aktywności. Lista postów opublikowanych przez banki oraz użytkowników dotyczy okresu od 1 lipca do 31 grudnia 2013. Czas reakcji banków na posty użytkowników oraz procent postów, na które udzielono odpowiedzi zbadano w okresie od 1 października do 31 grudnia 2013.

Dodatkowe źródła: roczny raport Fanpage Trends (Sotrender)/ raport Social media is so trendy (Sotrender)/ PBI/ Megapanel/ dane Narodowego Banku Polskiego (stan na dzień 25.01.2014 r.).

Biuro serwisu Bankier.pl • ul. Mokotowska 1 • 00-640 Warszawa • tel. +48 22 378 99 00 • faks +48 22 378 99 01

Grupa Bankier.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, 60-166 Poznań, przy ul. Grunwaldzkiej 182, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000258659, o kapitale zakładowym w wysokości 70 100 zł, posiadająca numer identyfikacji podatkowej NIP 972-113-50-60, Regon: 300308237

Organizatorzy:

