

Sokallják a pénzügyi szolgáltatások díjait a magyarok

Az IFUA Horváth & Partners és a Data Research felmérése a bankok és biztosítók szolgáltatásairól

Lakását biztosító szolgáltatót jelöli meg főbiztosítóként, általában csak egyetlen banknál vezet számlát, a „pénzügyi csoportok” nyújtotta előnyöket pedig nem igazán használja ki az ügyfelek többsége – derül ki az IFUA Horváth & Partners tanácsadó cég és a Data Research Kft. által jegyzett Pénzügyi MOSAIC¹ tanulmányból. A kutatás elsősorban arra kereste a választ, hogy a bank vagy biztosító választáskor milyen szempontokat tartanak fontosnak az emberek, mi alapján váltanak az egyes szolgáltatók között, milyen termékeket, szolgáltatásokat, és mi alapján vesznek igénybe.

A telített pénzügyi piacon a bankok és biztosítók stratégiájában az ügyfélevándorlás kérdése egyre fontosabb. Ehhez igazodva az IFUA Horváth & Partners tanácsadó cég és a Data Research által készített Pénzügyi MOSAIC felmérés Magyarországon először reprezentatív módon még részletesebben foglalkozik ezzel a témával, azt termék- és szolgáltató szinten is vizsgálja.

Huba Eörs kutatásvezető, az IFUA partnere az eredmények közül kiemelte: az általános hazai pénzügyi kultúra állapotát jól jelzi, hogy a 18 éven felüliek több mint egynegyedének (27 százalék) egyáltalán nincs semmilyen banki kapcsolata, ami annál is inkább magas aránynak számít, hiszen a kétszintűn bankrendszer lassan több mint 20 éve kialakult. Emellett a bankokkal kapcsolatban állók 77 százaléka csak egyetlen bank ügyfele.

Ami a biztosítókat illeti, a felnőtt lakosság több mint 62 százaléka rendelkezik valamilyen biztosítással, közülük 64 százaléknak nincs más cégnél biztosítása. A valamilyen biztosítással rendelkezők arányát jelentősen befolyásolja a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítással (kgfb) rendelkezők száma. Érdekes, hogy a magyarok azt tekintik fő biztosítójuknak, ahol lakásukat biztosították, kgfb vagy életbiztosítás alapján lényegesen kevesebben nevezik biztosítójukat az elsőnek.

Összességében a válaszadók 18 százaléka tartja teljesen összehasonlíthatónak a biztosítási termékeket. A díjverseny hatása leginkább kgfb vonatkozásában volt mérhető, emellett most a Casco és a lakásbiztosításokon lehet a sor. Az ügyfelek 30 százaléka a kgfb-t, 23 százaléka a Cascót, 22 százaléka pedig a lakásbiztosítást tartja teljesen összehasonlíthatónak.

¹ MOSAIC koncepció (Motivation – Motiváció, Satisfaction - Elégedettség, Image - Imidzs, Churn – Lojalitás-elvándorlás),

A lojalitást illetően bankok valamivel rosszabbul állnak, mint a biztosítók - utóbbiak leginkább az életbiztosítással rendelkezők hűségére számíthatnak. A banki ügyfelek 17 százaléka már váltott, 9 százaléka pedig fontolóra vette. Ugyanez az arány életbiztosítás esetén 6 illetve 1 százalék. A szolgáltatóváltás leggyakoribb oka az ügyfelek által túl magasnak tartott díjak: bankoknál 47, biztosítóknál 60 százalékban volt ez az indok. Az is észrevehető, hogy a több banki termékkel rendelkező ügyfelek lojalitása jelentősen csökken, ha nem egy, hanem több pénzügyintézetől vesznek igénybe szolgáltatást.

Biztosítóválasztás esetén leginkább az árak és a stabil pénzügyi háttér (56 százalék) számítanak, azonban ettől nem sokkal marad el a munkatársak szakértelme 52 százalékos, és a hírnév/megbízhatóság 51 százalékos említési aránnyal. A magyarok bankválasztás esetén is meglehetősen konzervatívak, minimum 50 százalékos említési arányt a munkatársak szakértelme, hírnév/ megbízhatóság és a díjak nagysága ért el.

Érdekes, hogy az adatok alapján az értékesítők befolyása meghatározó pénzügyi termékek esetén: megtakarítással kombinált életbiztosítás, egyéb biztosítás és lakáshitel esetén az ügyfelek mintegy negyede teljes mértékben más tanácsa alapján választ. Ezen ügyfeleknek mintegy 60 százaléka az ügynök tanácsa alapján dönt. Hosszú és rövid távú megtakarítás esetén ez az arány lényegesen alacsonyabb. A biztosítók azonban úgy tűnik, hogy egyelőre nem kellően aknázzák ki értékesítőik szerepét: az ügyfelek 83 százaléka fél évnél régebben látta ügynökét, és a létrejött találkozók 54 százalékát is az ügyfelek kezdeményezték.

Bár jelenleg számos pénzügyi szolgáltató kínál egyszerre banki és biztosítási termékeket, figyelemre méltó, hogy mindössze az ügyfelek 37 százaléka használja ki az azonos tulajdonban, vagy partneri kapcsolatban lévő bank és biztosító nyújtotta lehetőségeket. A leggyakoribb szolgáltatáskombináció a banki és biztosítói termékekből kerül ki, de a kliensek közel 10 százaléka egy harmadik szolgáltatást is igénybe vesz.

A Pénzügyi MOSAIC a következő pénzügyintézetek ügyfeleiről nyújt statisztikailag releváns információt: OTP Bank, CIB, Erste, Raiffeisen, UniCredit, MKB, K&H, Budapest Bank illetve Aegon, Allianz, OTP Garancia, Generali, ING, K&H biztosító és Uniqa.

További információ:

Huba Eörs - ügyvezető partner
Telefon: +36 (1) 382 88 25
Fax: +36 (1) 382 88 89
e-mail: sajto@ifua.hu

IFUA Horváth & Partners Kft.
H-1119 Budapest
Fehérvári út 79.
Telefon: +36 (1) 382 88 88
Fax: +36 (1) 382 88 89
sajto@ifua.hu
<http://www.ifua.hu>
A HORVÁTH & PARTNERS
csoport tagja