

Buzzilla

מקרה מבחן: בנק דיסקונט - מחקר מיפוי קהל יעד

סוג המחקר: F/People



רקע

על-פי נתוני המועצה להשכלה גבוהה, אוכלוסיית הסטודנטים בישראל מונה 260,000-290,000 איש - פלח שוק גדול וחשוב עבור חברות רבות במשק. בנק דיסקונט רצה להכיר טוב יותר את סגמנט הסטודנטים, כדי להבין מה עשוי לעניין אותם ואילו צרכים לא מסופקים הוא יכול למלא עבורם. בין היתר, הבנק היה מעוניין לקבל תמונה עדכנית של תפיסות הסטודנטים כלפי הלוואות, כלפי כרטיסי אשראי וכלפי המיצוב של הבנקים הגדולים.

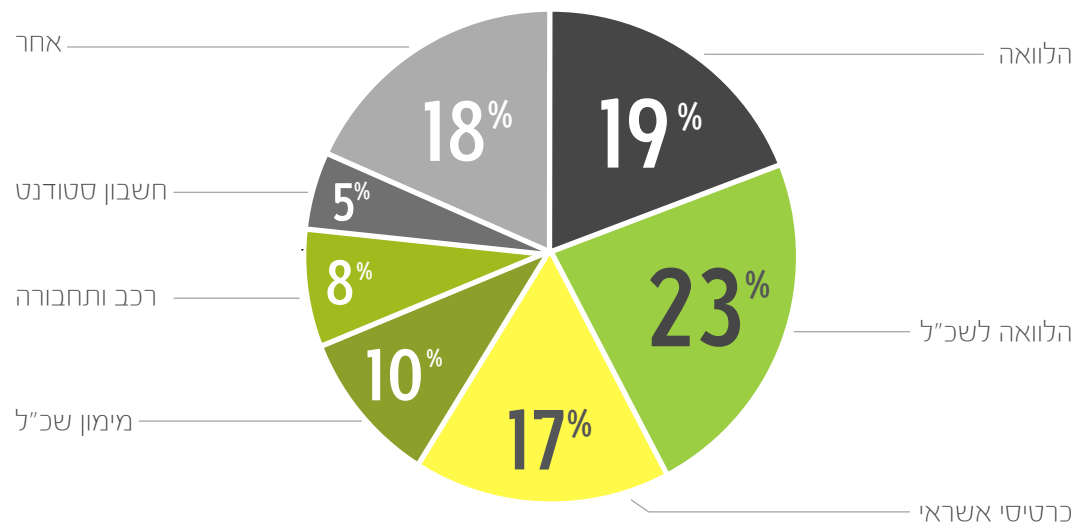
האתגר

אמנם קל ונוח לחשוב על סטודנטים כמקשה אחת, אך למעשה מעבר למכנה משותף וטווח גילאים ושלב בחיים (רלוונטי בעיקר לאוכלוסייה היהודית-חילונית), מדובר בערב רב של בני-אדם, שהשונות האינדיווידואלית שלהם מגמדת את העובדה המשותפת שכולם רשומים למוסד אקדמי כזה או אחר. במציאות שבה הרשת תופסת חלק הולך וגדל בחיי הסטודנטים ואחראית לתקשורת ביניהם לא פחות משיחות הדשא בקמפוס, ניכר שמחקר במדיה החברתית הוא הדרך היעילה ביותר ללמוד על הלכי הרוח של הסטודנטים. בנק דיסקונט פנה ל-Buzzilla כדי שזו תערוך עבורו מחקר סגמנטים שיאפשר להכיר לעומק את הקבוצות העיקריות שמסתמנות בשיח הסטודנטים, לחשוף תובנות על קהלי המטרה, ולזהות הזדמנויות בקרב השוק ההטרוגני הזה.

הממצאים

הממצא הראשון שעלה כבר בתחילת מיפוי קהל הסטודנטים בישראל הוא שהלכה למעשה אין באמת ישות ממשית כזו, "סטודנטים". השוואה בין רווק צעיר מהרצלייה שלומד מנהל עסקים במרכז הבינתחומי לבין אדם לתאומות שלומדת סוציולוגיה במכללת יהודה ושומרון באריאל נידונה מראש לכישלון. השיח ברשת בין סטודנטים מעלה רשימת נושאים מגוונת כמוהם עצמם: לצד הלימודים, הנושאים שמובילים את שיח הסטודנטים הם בילויים, זוגיות, דיור, ומחשבים וסלולר. ואולם, דווקא התחום שנראה הכי רלוונטי עבור דיסקונט - שיח על סוגיות פיננסיות - חושף כמה קווים משותפים בתפיסות של קהל הסטודנטים. תפיסות אלו גם טומנות בחובן הזדמנויות אטרקטיביות עבור הבנק, כפי שיפורט בהמשך. ניתוח הדיונים מגלה ששכר הלימוד תופס כשליש מכל שיחות הסטודנטים על נושאים פיננסיים. שיח זה כולל דיונים על הוצאות ההחזרים להלוואה שנקלחה, לצד שיחות על הצורך במימון הלימודים באמצעות הלוואה שתילקח. 19% מהשיח הפיננסי עוסק בהלוואות לכל נושא אחר שאינו קשור לשכ"ל, ו-17% מהשיח כולל דיונים והשוואות על כרטיסי אשראי.

פילוח הנושאים שעולים בשיח הסטודנטים על פיננסים



תובנות

הסטודנטים מגיעים לעולם הפיננסי "נטולי כלים" פיננסיים, לא רק כי אינם עובדים ולכן אינם לקוחות מוערכים של הבנק, אלא כי אינם מבינים את מושגי היסוד של התנהלות פיננסית. מונחים כמו "כרטיס אשראי חוץ בנקאי", "ריבית פריים" ועוד הם מונחים עלומים לגביהם. לפעמים, כשהם מתחילים להבין את המושגים האלה - זה כבר מאוחר מדי, כשהם מתקשים בהחזרת הלוואה שנלקחה, וצוברים ריביות פיגורים.

חוסר הידע כלפי כללי המימון הבסיסיים ביותר יוצרים בקרב חלק מהסטודנטים חשש ואנטגוניזם כלפי הבנקים. תחושה זו תורמת לכך שהסדרי המימון שמציעים המוסדות האקדמיים השונים, לרבות הלוואות מדיקנט הסטודנטים נתפסים כיותר אטרקטיביים ואמינים. זאת, בשעה שבפועל מדובר בגופים קטנים שלא יכולים להציע את הגמישות והריביות הנמוכות שיכול להציע מוסד פיננסי גדול.

עובדה זו, לצד הכרה בכך שאין לסטודנטים העדפה או נאמנות ברורים כלפי אף אחד מהבנקים, יוצרת הזדמנות גדולה עבור דיסקונט: באמצעות תהליך חינוך שוק מתאים, דיסקונט יכול לפעול כדי למצב עצמו ככזה שבאמת מבין את קהל הסטודנטים והצרכים שלהם, ובכך לנכס לעצמו את השוק הזה. העובדה שעבור חלק גדול מהסטודנטים תחילת הלימודים מלווה ביציאה מבית ההורים וניתוק מהתא הכלכלי שאליו היו שייכים עד כה, גם היא עשויה לעזור למעבר לדיסקונט מקרב מי שעד כה פעל באותו בנק שבו להורים היה חשבון.

במשך שנים ניסו הבנקים לחזר אחרי קהל הסטודנטים באמצעות מתנות והטבות נקודתיות. ואולם, ניתוח השיח מגלה שכמעט אין אזכור למבצעים מסוג זה. מעבר לכך, גם אותם אנשים שצינו שפתחו חשבון בבנק מסוים כדי לקבל כרטיס זוגי להופעה של האמן האהוב עליהם, הדגישו שהם עושים זאת אך ורק כדי לקבל את ההטבה. במילים אחרות, נדרשת פעולה עמוקה יותר כדי לייצר תחושת מעורבות אמיתית בקרב הסטודנטים כלפי הבנק שלהם, וכאן חובת ההוכחה חלה על המוסדות הפיננסיים: בנק שיצליח להוכיח לסטודנטים שהוא מבין אותם ונמצא שם בשבילם עשוי לכבוש את השוק הזה. פעילות הכרחית בתחום זה היא מעורבות פעילה וכוללת בפורומים ברשת שעוסקים ביעוץ פיננסי וצרכני לצעירים. מעבר לכך, על הבנק לפתוח אתר ייעודי לסטודנטים שירכז עבורם כל מידע שימושי שקשור לחיים הסטודנטיאליים: זכויות וחובות מעסיקים, המלצות להתנהגות בראיון עבודה, לימוד תכנון פיננסי ותקציבי וגם חיי חברה וזוגיות. בנק שישכיל לשלב את התוכן הזה במסגרת פעילות ברשת שתפנה לסטודנטים ותצליח באמת לענות על שאלות שמטרידות אותם – עשוי לזכות בלקוחות רבים בקרב הסטודנטים.

במסגרת השיח הרב על שכר הלימוד (השוואות, הלוואות והחזרי חוב), עולה חשש אמיתי בקרב סטודנטים ששוקלים ליטול הלוואה כזו, שלא יוכלו להתחיל להחזיר את החוב מייד עם תום הלימודים. זאת, כיוון שהתפיסה הרווחת בקרב סטודנטים וסטודנטים לעתיד היא שייקח להם זמן עד שיימצאו עבודה שתאפשר להם להתחיל להחזיר את החוב, גם אם הם לומדים במסלול שמעניק להם מקצוע כמו אדריכלות או עריכת דין. גוף פיננסי שישכיל להכיר בצורך הזה ולהציע "תקופת גרייס", שבמהלכה הסטודנטים שזה עתה סיימו את התואר יהיו פטורים מתשלום החוב ומריביות – עשוי לזכות באמונו של הסטודנט, ואף להניע אותו להתגבר על מחסום הפחד ולהחליט ליטול הלוואה בנקאית.

תובנה נוספת שקשורה לעולמם הפיננסי של הסטודנטים נוגע לא אליהם ישירות אלא להוריהם: הורים רבים רוצים ואף יכולים לסייע לילדים במימון הלימודים. הנקודה הזו עולה בפורומים בנושאי לימודים, שבהם לעתים מצטרף לדיון הורה של סטודנט, שגם הוא מציג שאלות ותהיות בנושאי התנהלות כלכלית במסגרת לימודית (למשל, מה התצרוכת הסבירה של סטודנט שמתגורר בדירה שכורה בבאר שבע ולא עובד תוך כדי התואר?) מוצרים פיננסיים יעודיים כאלה, בין אם בהפקדה מיידית או בקרן חיסכון, עשויה לענות על צורך בקרב שוק הלקוחות, ובהמשך הדרך אף לאפשר למשך לקוחות מבנקים מתחרים.

לפרטים נוספים

צרו עמנו קשר ונציגי Buzzilla ישמחו לעזור

משרד 03 5867878

מייל info@buzzilla.com

