

Buzzilla

מחקר למדידת המותג וסביבתו - קטגוריית הבנקאות בישראל

סוג המחקר: T/Brand



רקע

קטגוריית הבנקאות מעוררת באופן כללי שיח שלילי בציבור. הדבר לא מפתיע מאחר ומדובר בגופים גדולים המספקים שירות, והממשק הקבוע עם הלקוח גורר חיכוכים רבים. באופן עקרוני, הבנקים הגדולים נמצאים בחזית הביקורת ומייצרים יותר סנטימנט שלילי ממוסדות פיננסיים קטנים יותר.

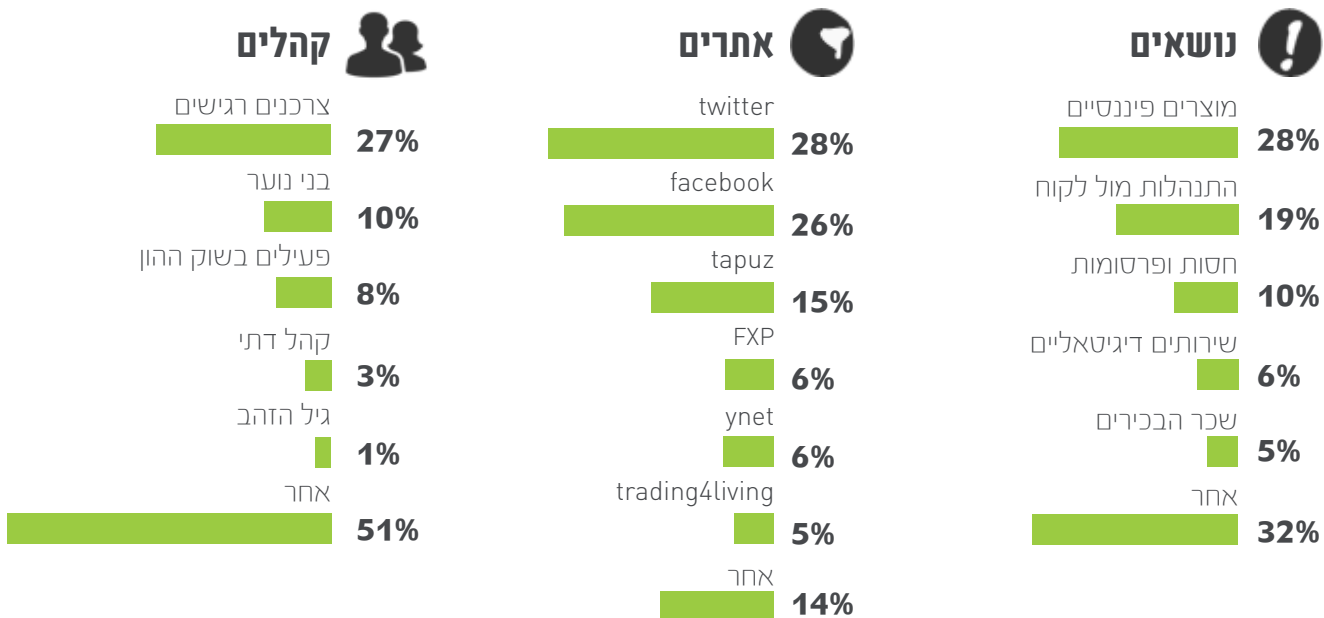
האתגר

בדומה לספקי שירות אחרים, גם הבנקים עורכים מדי פעם סקרים בקרב לקוחותיהם. ואולם, נפח השיחה הגבוה על קטגוריית הבנקאות ברשת, מאפשר לבחון מה אנשים באמת חושבים ואומרים ביוזמתם על הבנק שלהם ועל המתחרים.

מחקר פנימי שביצעה Buzzilla נועד למפות את המיצוב של הבנקים בישראל, בניסיון להבין איך הם נתפסים בעיני הציבור, ולראות אם יש הבדלים משמעותיים בתפיסות הצרכנים של המוסדות הפיננסיים שהשירותים שהם מספקים דומים זה לזה.

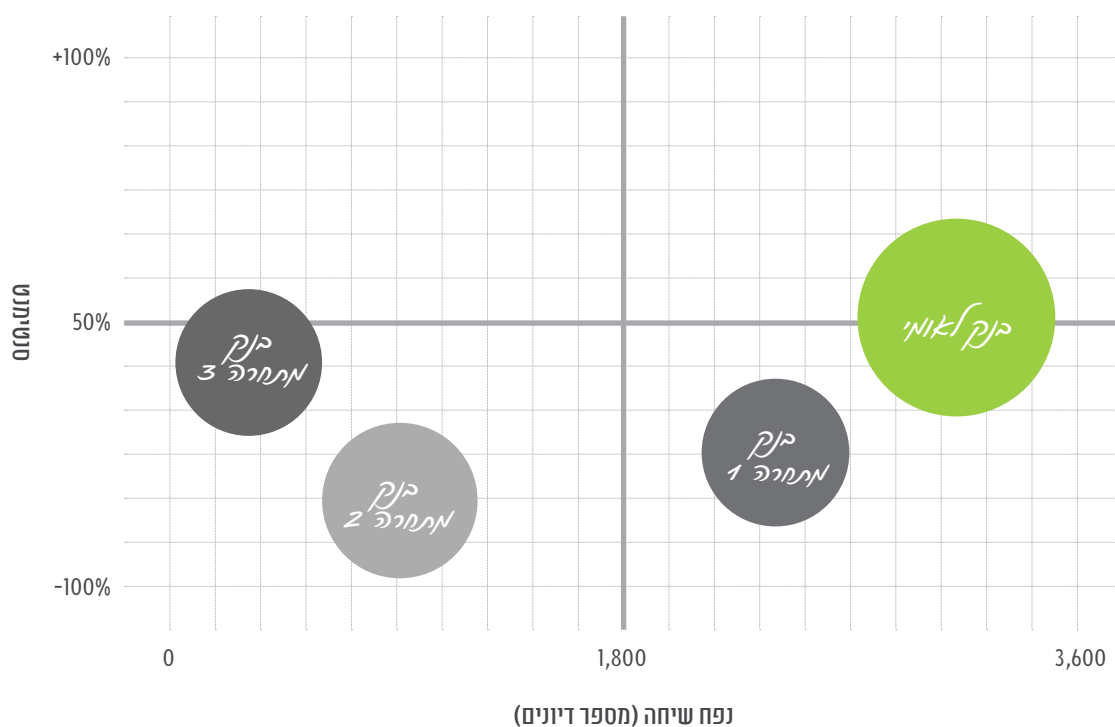
הבדיקה התבססה על מתודולוגיית המחקר T/Brand - הכולל את מודל השיחיות שפיתחה Buzzilla, במסגרתו נבחן נפח השיחה על המותג לאורך תקופת הבדיקה, לצד הסנטימנט שמבוטא כלפיו, וכן הקשר בין שני המשתנים האלה.

לנוכח הסיקור הנרחב של קטגוריית הבנקאות בעיתונות הכלכלית, המחקר לא כלל טוקבקים לכתבות אלא תוכן גולשים בלבד, כדי לתת ביטוי רק לתחושות הצרכנים ולא לנושאים כלכליים כלליים הנמצאים על סדר היום הציבורי.



המצאים

למרות מימדיו הגדולים, בנק לאומי מייצר סנטימנט חיובי יותר מהמתחרים שלו בענף הבנקאות לאורך תקופת הזמן שנבדקה. מעבר לכך, הוא גם הבנק המדובר ביותר ברשת באותה תקופה שמו שב ועלה ביותר דיונים במדיה החברתית מכל הבנקים. שילוב זה ממצב אותו במקום הטוב ביותר בקטגוריה, לפחות מבחינת התפיסה הצרכנית, הן מצד לקוחותיו והן מצד לקוחות הבנקים האחרים.



תובנות ומסקנות

ניתוח עמוק של הגורמים לסנטימנט החיובי כלפי לאומי גילה שהוא מיוחס ברובו למספר מהלכים שיווקיים שמיצבו את הבנק כמוביל בתחום השירותים הדיגיטליים. המהלכים, שהושקו עוד בשנת 2009, לפני המתחרים, אפשרו ללאומי לנכס לעצמו את הזירה הדיגיטלית. פעילות אלו, שגם השתקפו בשיח הגולשים על לאומי ברשת, כללו את אירוע טוויטאפ בסינמה סיטי, את ההשתתפות בוועידת האינטרנט של "דה מרקר", ואת הקמפיין הפרסומי לקידום אפליקציית אייפון.

לעומתו, אחד הבנקים הגדולים זוכה לציון השיחיות הנמוך ביותר בתוך קטגוריית הבנקאות – כ-80% מהשיחות סביבו שליליות, יותר משלושת הבנקים האחרים שנבדקו. עיקר הסנטימנט השלילי מיוחס למדיניות והתנהלות הבנק, באותה תקופה, עמלות ניהול, ותפיסתו הכללית כגוף גדול ודורסני. גם יתר הבנקים הגדולים עוררו ביקורת ציבורית רחבה בתקופת הבדיקה, הן בשל הביקורת של שכר הבכירים והן עקב בעיות תפעוליות..

לפרטים נוספים

צרו עמנו קשר ונציגי Buzzilla ישמחו לעזור

משרד 03 5867878

מייל info@buzzilla.com

