

FINOVACE, FÓRUM ZLATÉ KORUNY

Pohled zákazníků na trendy v bankovníctví
Výsledky výzkumu

Michal Straka

12. dubna 2022



GAME CHANGERS



E-commerce je v ČR rozvinutá



**Nakupování online považují
za obtížnější než nakupování
v tradičních obchodech**

38 %

Globální průměr

28 %



**Při nakupování online mohou
najít lepší nabídky než
v tradičních obchodech**

67 %

Globální průměr

73 %



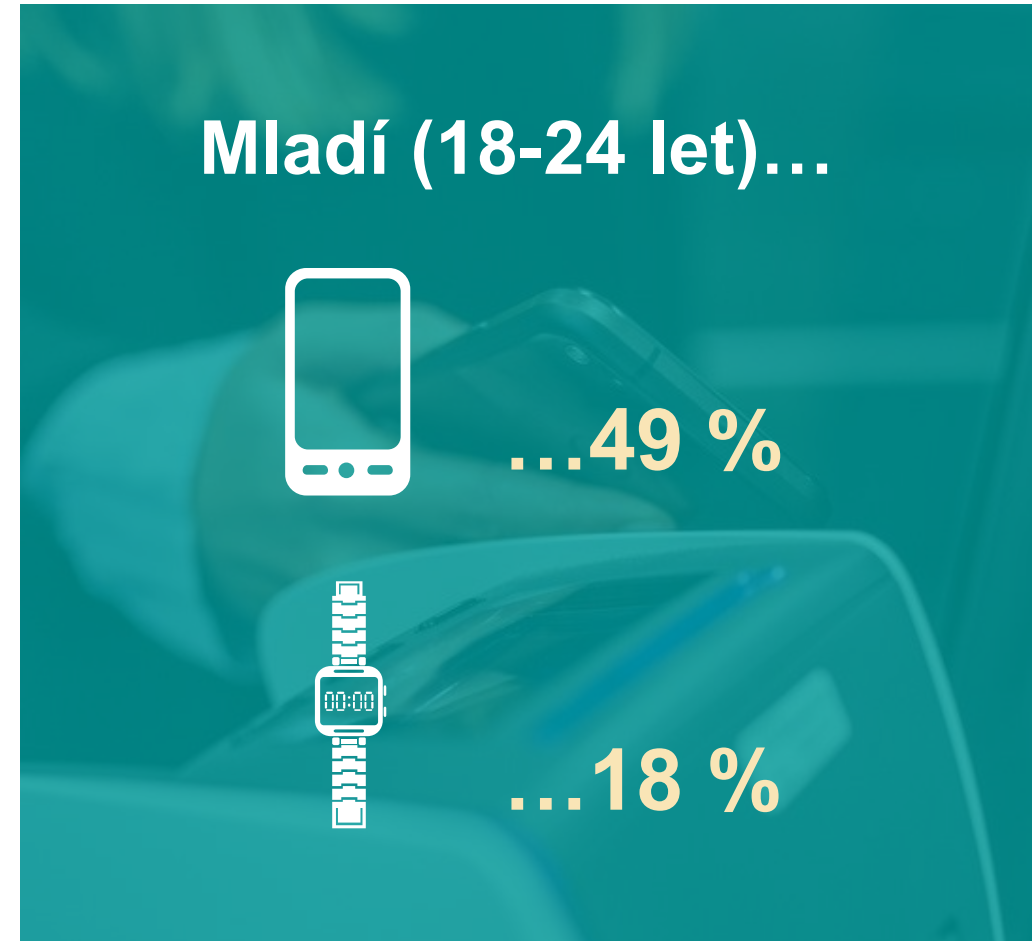
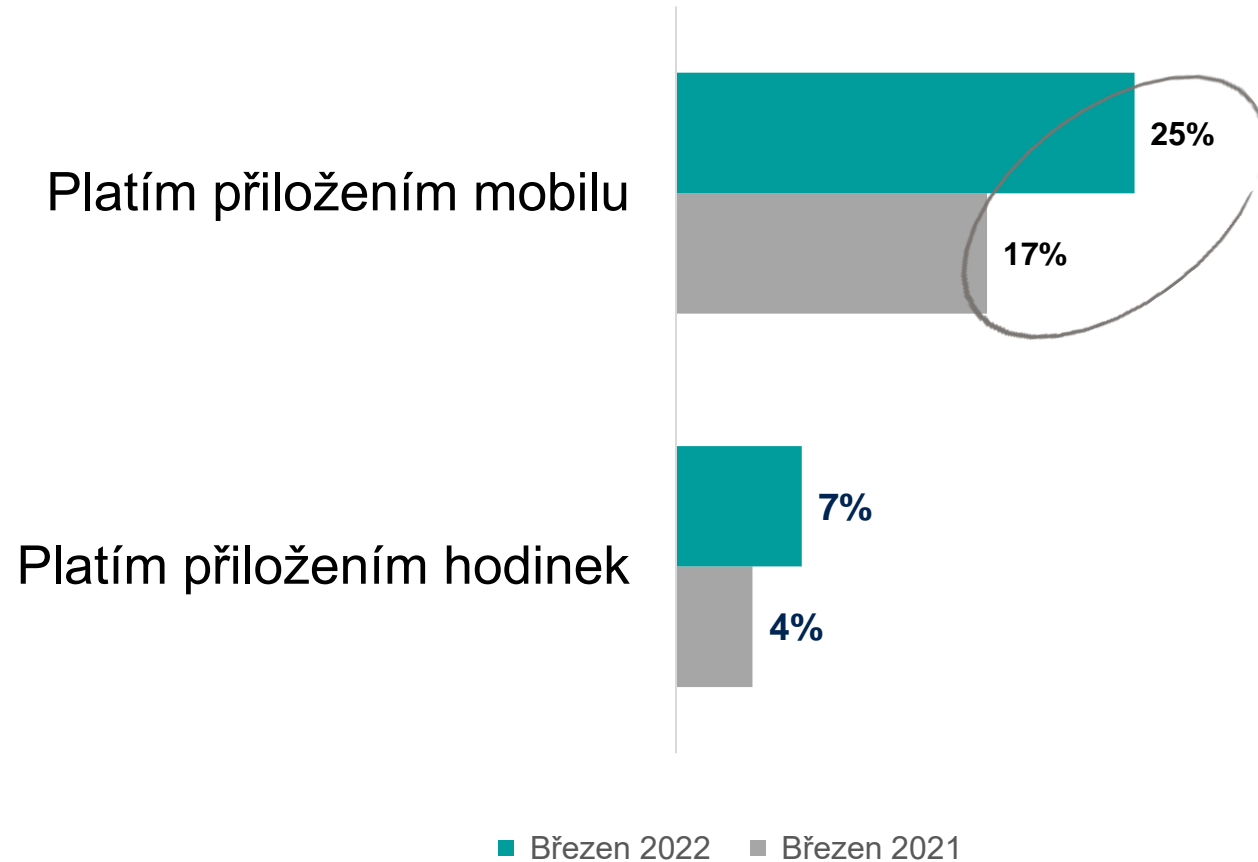
*... především
mladší generace*

Stále více lidí k platbě v obchodě využívá mobilní telefon či chytré hodinky.

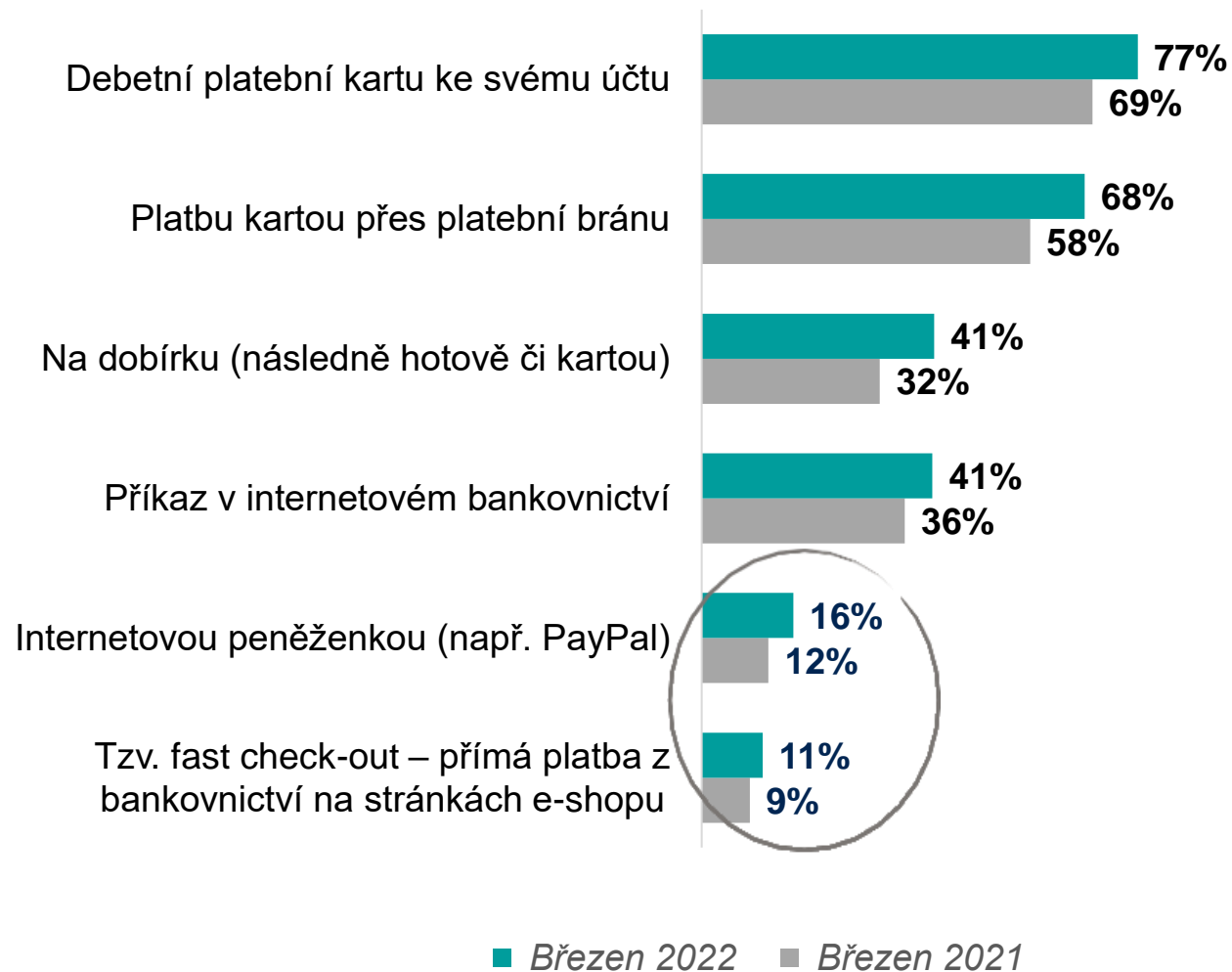
Pokud lidé platí online, stále častěji využívají internetovou peněženku nebo přímou platbu.

Populárnější se stává i platba přes QR kód.

Stále častěji platíme mobilem nebo chytrými hodinkami



K placení online stále více využíváme internetovou peněženku či fast check-out



Platbu přes platební bránu preferují všechny věkové kategorie do 44 let a lidé s vysokoškolským vzděláním (52 %).

Příkaz v internetovém bankovníctví nejméně využívají mladí lidé (18-24 let, 20 %), naopak nejpreferovanější je mezi staršími obyvateli (55-79 let, 48 %).

Zároveň tento způsob platby nejčastěji využívají lidé žijící v Praze (77 %) a lidé se středoškolským vzděláním (74 %).

Čtyři z deseti Čechů využívají QR platby



90 % lidí ví o možnosti platit QR kódem a
38 % jej využívá

12 % lidí již slyšelo o službě Click to Pay a
47 % by o ni mělo zájem

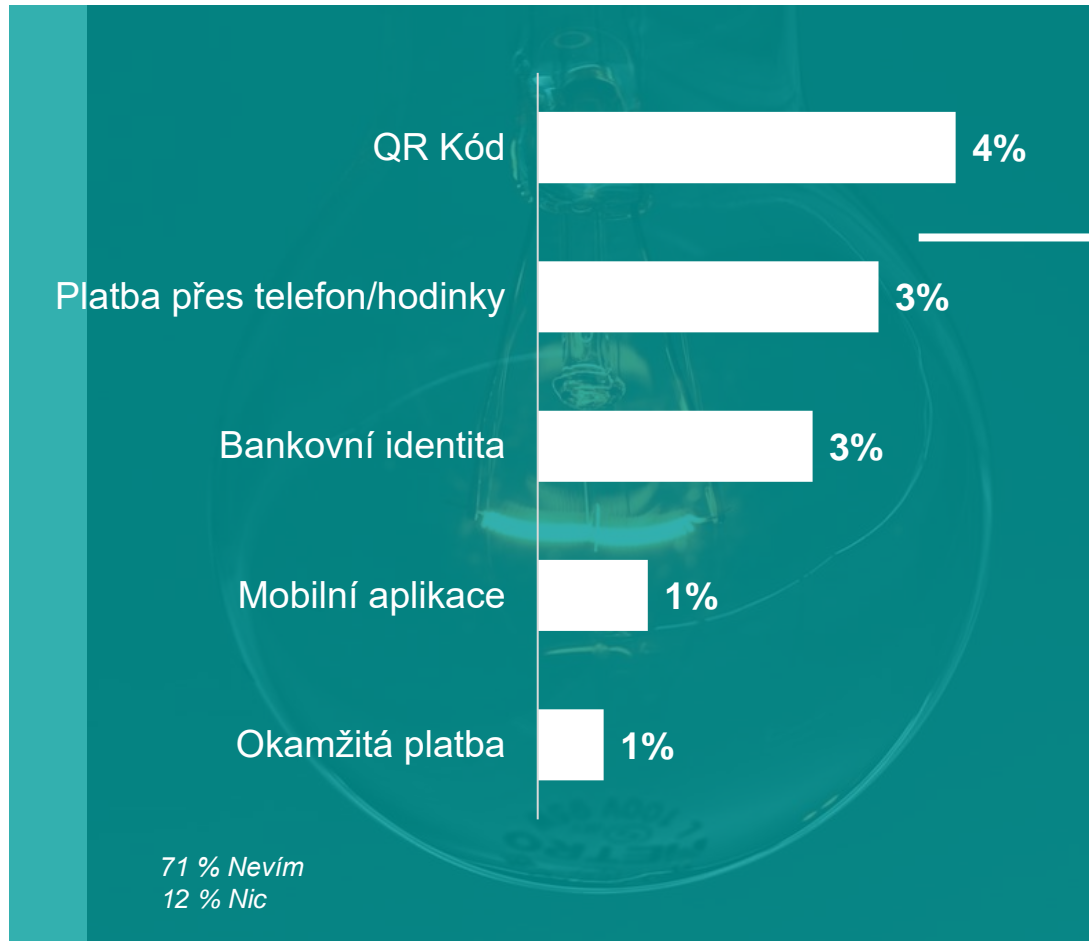


Za pomoci QR kódu platí především lidé mezi 18 a 44 lety, u lidí nad 55 let jej využívá jen necelá čtvrtina (18 %). Ovšem přestože QR kód nevyužívají, tak tento pojem znají (63 %).

Zájem o tuto služby mají spíše mladí lidé (18-24 let, 65 %), oproti tomu lidé ze starší generace (55 až 79 let) zájem spíše nemají (61 % zájem nemá).

O službě Click to Pay slyšeli častěji muži (16 %) než ženy (9 %).

Za přínosnou inovaci poslední doby lidé považují především platbu přes QR kód, telefon či chytré hodinky

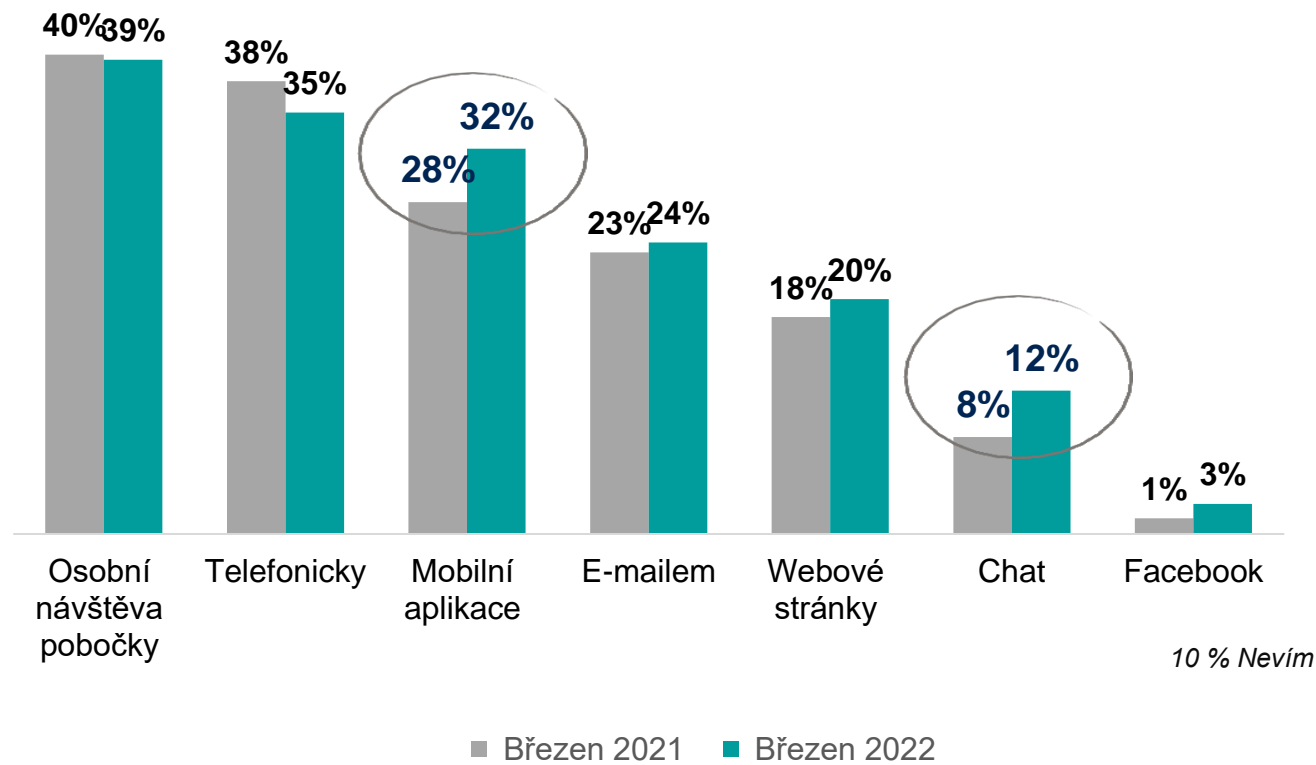


Konkrétně zmiňovali...

- „Placení hodinkami.“
- „Virtuální rádce.“
- „Cash back.“
- „Okamžitá platba.“
- „Možnost zřízení si účtu mobilem.“
- „QR kódy a jejich rozšíření.“
- „Platba náramkem.“
- „Platba QR kódem, velmi mě potěšila.“
- „Odměny za placení.“
- „Ověření identity je opravdu praktické a efektivní řešení.“

Přestože telefonický či osobní kontakt je při komunikaci s bankou stále nejvyužívanější, jeho popularita klesá. Lidé v bankovní sféře stále více preferují online komunikaci.

Telefonický a osobní kontakt preferuje stále méně lidí, naopak mobilní aplikace či chat nabývá na popularitě

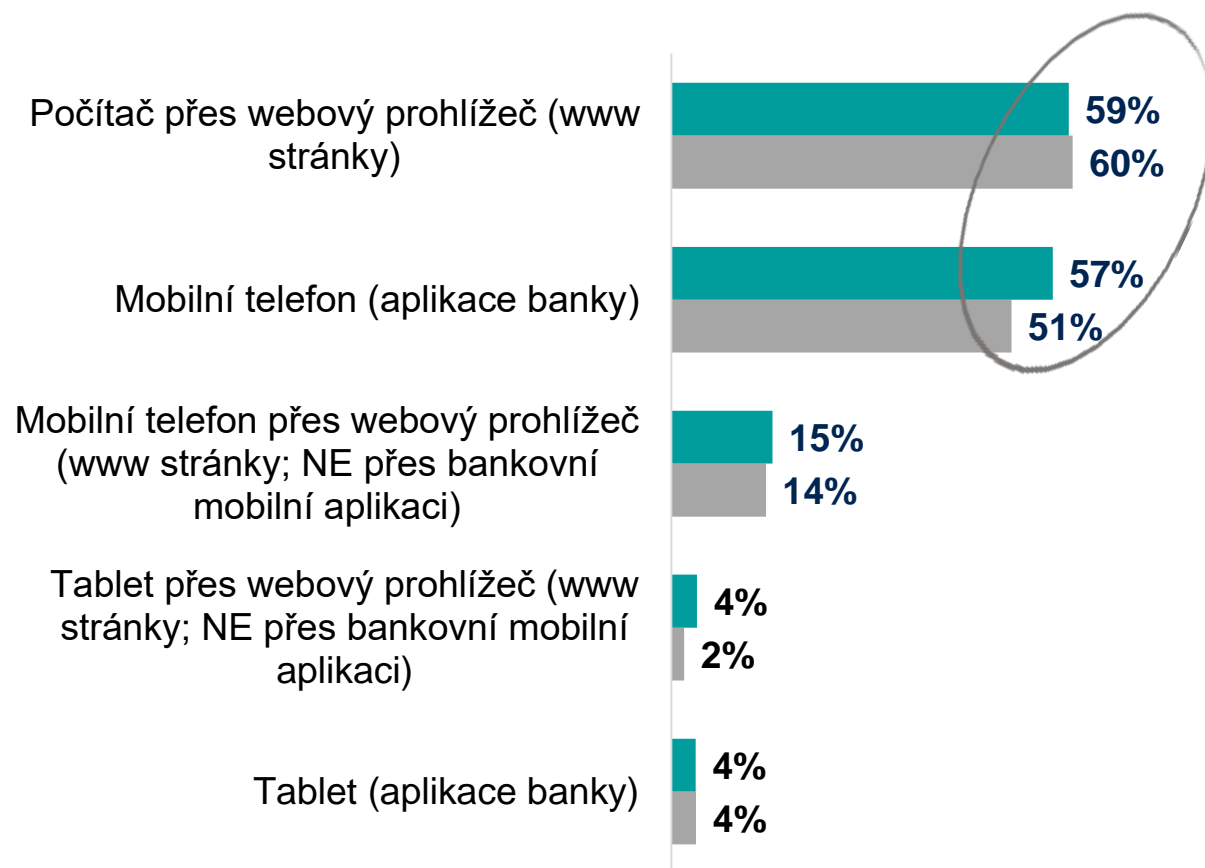


Prostřednictvím webové stránky s bankou komunikují častěji muži (24 % vs 15 % ženy).

Kontakt s bankou prostřednictvím mobilní aplikace je oblíbený zvláště u mladých lidí (18-42 let, 45 %). Naopak mezi starší populací (55-79 let) je oblíbený nejméně (24 %). Tato generace upřednostňuje osobní návštěvy (52 %), méně pak webové stránky (25 %).

Pražané preferují kontakt s bankou přes chat (22 %) častěji než lidé z jiných regionů.

Mobilní aplikaci pro přihlášení do elektronického bankovníctví využíváme stále častěji



■ Březen 2022 ■ Březen 2021

Spíše...

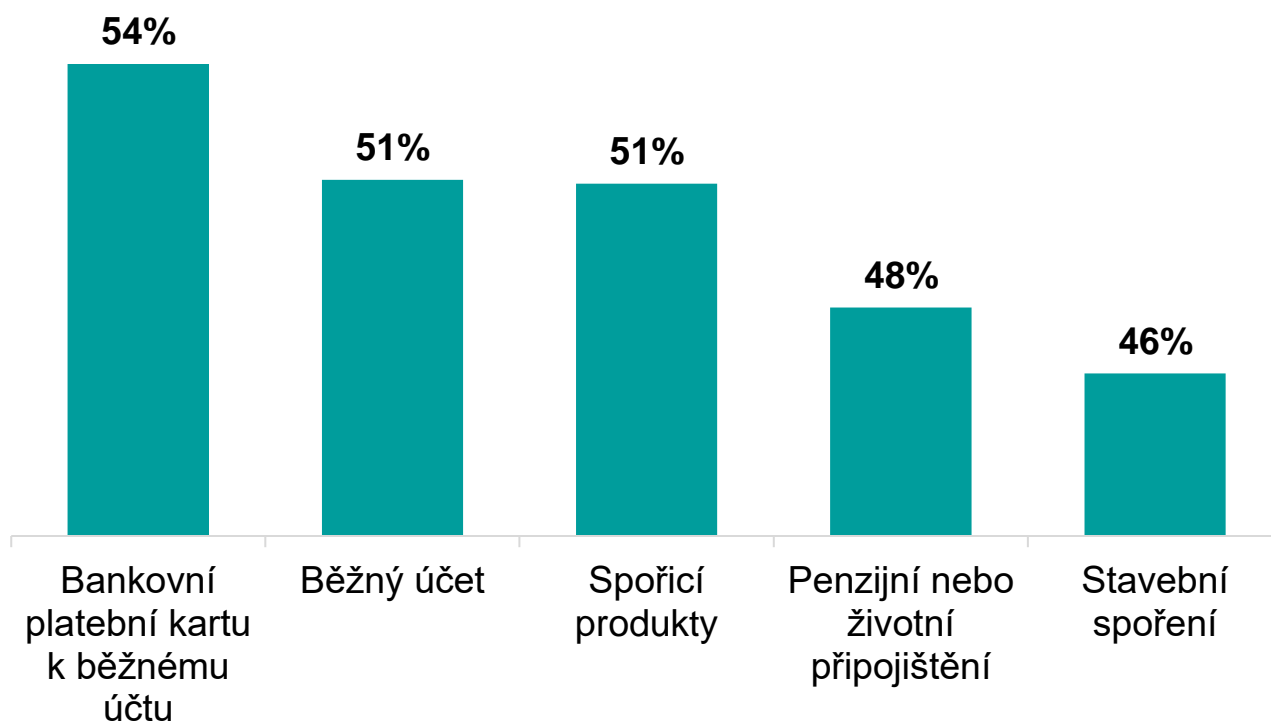
WWW. ...starší generace **74 %**

 ...mladší generace **87 %**

O virtuálního bankéře by měla zájem přibližně polovina populace



Řešili by s ním...



Virtuálního bankéře by obecně uvítali spíše **mladí lidé**

Klienti bank by ocenili další digitalizaci



Konkrétně zmiňovali...

„**Bankovní identitu** na více služeb.“

„**Nahlížení do registrů online** a zdarma, nebo za jednorázový poplatek v rozumné výši.“

„**Možnost hlasovat ve volbách** pomocí bankovní identity.“

„**Nákup kryptoměn** skrze svůj bankovní účet.“

„**Výběry ze všech bankomatů u všech bank zadarmo.**
Možnost vložit hotovost do jakéhokoliv bankomatu bez rozdílu jakou mám banku. Údaje by se načetly z karty.“

„**Nechodit na pobočky vůbec.**“

„**Když jde založit téměř vše bez nutnosti návštěvy pobočky** (běžný účet, spořicí účet, stavební spoření, investice...), tak by mělo jít **vše také zrušit bez návštěvy pobočky**. A to jaksi ještě většinou nejde.“

Zájem o platbu na mobil (na telefonní číslo) roste



52 % lidí by mělo zájem o platbu na mobil a z toho...

45 % v roce 2021

... **45 %** jen, pokud půjde o bezplatnou službu
38 % v roce 2021

... **2 %** i v případě poplatku
4 % v roce 2021

... **2 %** i v případě fixního poplatku 100 Kč/měsíc
2 % v roce 2021

... **2 %** již ji částečně využívá
2 % v roce 2021

48 % by zájem nemělo



Zájem o platbu na mobil mají spíše **mladí lidé**, a to jak o bezplatnou variantu, tak i s poplatkem

Pojem **bankovní identita** je mezi občany stále rozšířenější.

Za její největší přínos lidé považují **možnost využívat služby státu.**

Ocenili by i možnost předávání jiných informací, jako například **dat ze zdravotních pojišťoven či registrů.**

Pojem bankovní identita je v populaci stále rozšířenější

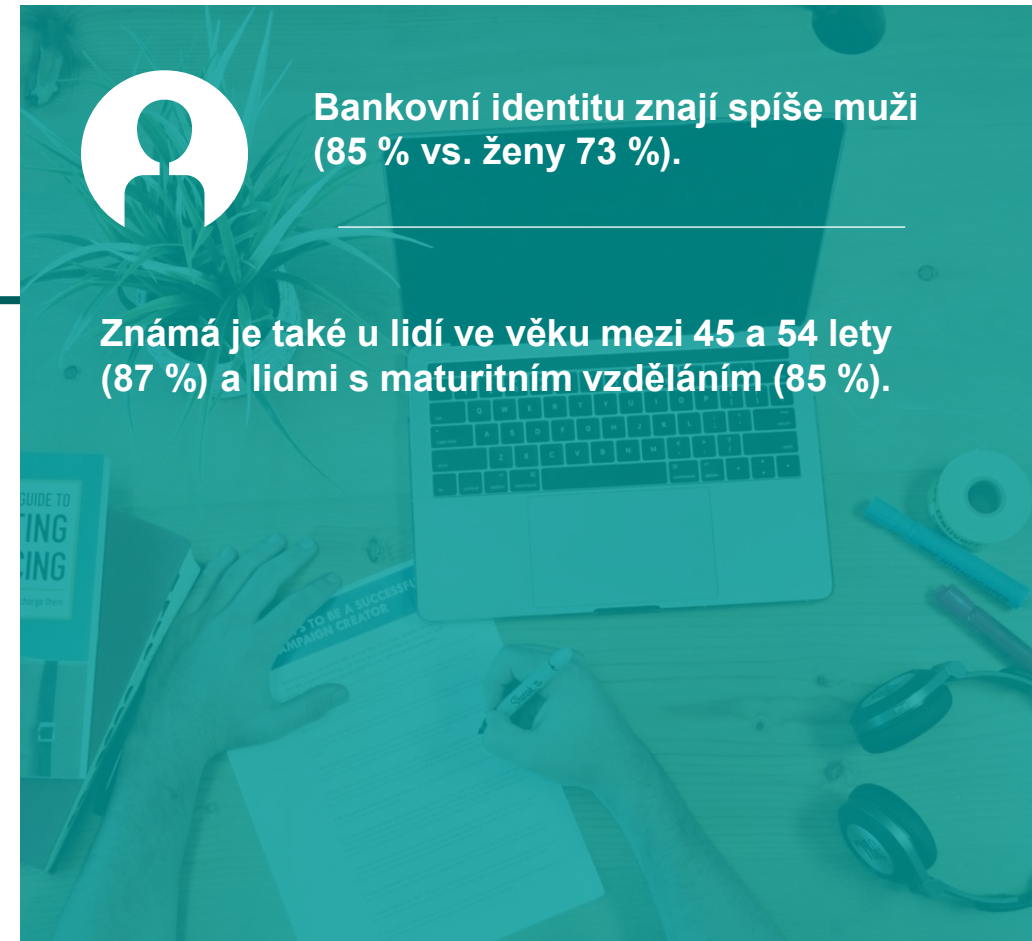
79 % lidí se již setkalo s pojmem **bankovní identita**, konkrétně...

64 % v roce 2021

... **26 %** přesně ví, co to znamená
19 % v roce 2021

... **29 %** zběžně ví, co to znamená
26 % v roce 2021

... **24 %** pojem zná pouze podle názvu
19 % v roce 2021



Bankovní identitu znají spíše muži (85 % vs. ženy 73 %).

Známa je také u lidí ve věku mezi 45 a 54 lety (87 %) a lidmi s maturitním vzděláním (85 %).


Největším přínosem bankovní identity je možnost využívat služby státu

Za největší přínos BI (v oblasti digitalizace) lidé považují...

... **58 %** možnost čerpat služby státu
57 % v roce 2021

... **40 %** možnost zaručeného elektronického podpisu
41 % v roce 2021

... **33 %** čerpání služeb soukromých firem
31 % v roce 2021

 **15 %** by chtělo mít BI ve svém mobilu

Dále by ocenili, pokud by přes IB mohli také získávat data...

... **55 %** ze ZP
52 % v roce 2021

... **51 %** z registrů
49 % v roce 2021

... **43 %** z pojišťoven
39 % v roce 2021

... **33 %** od telefonických operátorů
25 % v roce 2021

... **26 %** informace o vzdělání
25 % v roce 2021

Michal Straka
Product & Business
Development Director
michal.straka@ipsos.com

O VÝZKUMU

Výzkum byl realizován na reprezentativním vzorku populace ve věku 18 až 79 let, dotázáno bylo celkem 1000 respondentů.

Sběr probíhal v březnu 2022 na online panelu Populace.cz.

O SPOLEČNOSTI IPSOS

Ipsos je výzkumnou, technologickou a konzultační společností. Výzkumu trhu se Ipsos věnuje 29 let a je největší agenturou na českém trhu. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 90 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě a sídlí zde i vedení Ipsos Central Europe Cluster (ČR, SR, Maďarsko, Rakousko).

Ipsos disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how divizí specializovaných na výzkumy značky a komunikace, mapování trhu a segmentaci, zákaznickou zkušenost a kvalitativní výzkum.

Ipsos je členem organizací SIMAR, ESOMAR, MSPA a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Dlouhodobě se věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje.
Více na www.ipsos.cz.



Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00, Praha 1

www.ipsos.cz

www.ipsos.com

