

03 октября 2011 год  
За дополнительной информацией  
и комментариями по проекту обращаться к  
Сергеевой Евгении, +7 (499) 504 43 54  
[esergeeva@epsi-rating.ru](mailto:esergeeva@epsi-rating.ru)

## Пресс-релиз: *Удовлетворенность потребителей работой банков, Казахстан, EPSI Rating 2011*

**Каспи Банк смог удивить своих потребителей,  
а доверие к другим банкам уменьшилось**

### Об исследовании

**У**довлетворенность потребителей качеством работы казахстанских банков в 2011 году не изменилось, а доверие немного снизилось, как показывают результаты исследования EPSI Rating (независимый проект по измерению Общеευропейского Индекса Удовлетворенности Потребителей), опубликованные сегодня. В ходе исследования, сбор данных по которому проходил в сентябре, чуть больше 1000 клиентов банков в Казахстане оценили качество работы своей кредитной организации за прошедшие 12 месяцев. Опрос проводился с помощью телефонных интервью независимым казахстанским контакт-центром под руководством специалистов EPSI и в соответствии с европейскими стандартами EPSI Rating.

Анализ данных проводился для банков с наибольшей долей рынка и



с учетом динамики прошлых лет. В итоге в рейтинг вошли Народный Банк, БТА Банк, Казкоммерцбанк, Каспи Банк, а также группа «Другие». В группу «Другие» попали ответы клиентов таких банков как: Альянс Банк, АТФ Банк, Банк ЦентрКредит, Темир Банк, Цесна Банк, Евразийский Банк, Сбербанк России, Банк Хоум Кредит, HSBC, Альфабанк и др.

## Каспи Банк удивляет своих клиентов.

Индекс удовлетворенности потребителей банков в Казахстане за прошедший год не изменился и остался на уровне 76,1 балла. Удовлетворенность клиентов всех крупнейших банков также практически не изменилась. Индекс Народного Банка снизился на -1,2% до уровня 75,8 балла, БТА Банка на -1,7% до 76,6 балла, Казкоммерцбанка увеличился на +0,6% до 78,9 балла. Индекс удовлетворенности для Группы

Таб. 1. Индекс удовлетворенности потребителей банков Казахстана и изменение к 2010 году. EPSI Rating 2011.

Банк	Индекс Удовлетворенности (EPSI)	Изменение к 2010 году, %
Народный Банк	75,8	-1,2
Каспи Банк	81,5	+13,9
Казкоммерцбанк	78,9	+0,6
БТА Банк	76,6	-1,7
Группа "Другие"	74,0	-1,2
<b>Отрасль</b>	<b>76,1</b>	<b>-0,2</b>

## Для роста доверия к банку необходимо слушать потребителей.

За последний год поведение потребителей в Казахстане существенно изменилось. В отрасли только уровень удовлетворенности потребителей определяет то, насколько клиенты будут готовы продолжать сотрудничество со своим банком. Если удовлетворенность падает, это серьезно отразится и на

«Другие» снизился на -1,2% до 74,0 баллов. Единственный банк, удовлетворенность потребителей которого существенно увеличилась, является Каспи Банк. Рост индекса удовлетворенности составил +13,9% и достиг уровня 81,5 балла. Это лучший результат для банковского рынка Казахстана. Каспи Банк смог удивить своих клиентов качеством банковских продуктов и был щедро вознагражден ростом удовлетворенности и лояльности, а в конечном итоге это отразится на финансовых результатах компании.

лояльности потребителей, а, в конечном счете, на будущие финансовые показатели и здоровье банка. Исходя из этого, в 2011 году мы наблюдаем, что отсутствие роста удовлетворенности потребителей у БТА Банка, Народного Банка, Казкоммерцбанка и Группы «Другие» привело к снижению лояльности. А индекс лояльности потребителей Каспи Банка вырос на +12,8% и составил 82,5 балла

## Удовлетворенность и лояльность потребителей банков в Казахстане, 2011 год, EPSI Rating

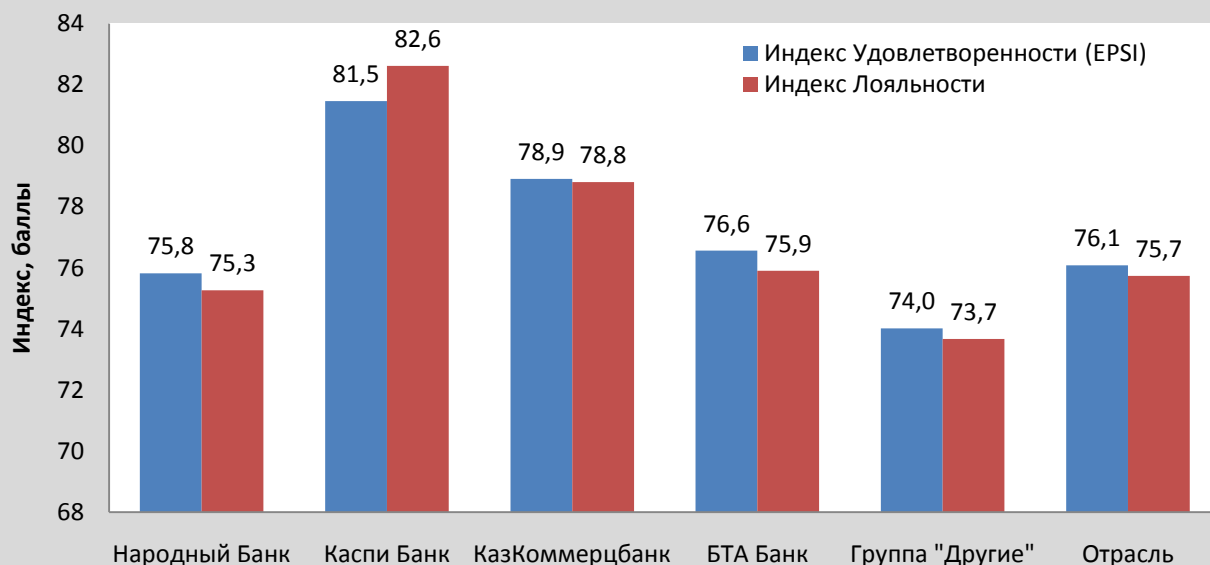


Рис. 1. Индексы EPSI Rating для банков Казахстана в 2011 году.

Индекс лояльности напрямую связан с будущим потреблением банковских услуг клиентами. Для группы «Другие» и Банка «Народный», индексы лояльности которых наиболее низкие, 73,7 балла и 75,3 балла соответственно, желание потребителей сократить свои отношения с банком выразили в среднем 34%, а для Каспи Банка доля таких клиентов чуть больше 11%.

«При разработке стратегии построения взаимоотношений с

потребителями руководителям банков очень важно понимать, что определяет поведение их клиентов. Каспи банк сконцентрировался на улучшении качества продуктов, что привело к росту удовлетворенности, росту лояльности и доверия потребителей. Без сомнения это отражается на финансовых результатах банка», - комментирует Александр Кособоков, генеральный директор EPSI в России и странах СНГ.

**Потребители ждут большего, а банки всего лишь улучшают качество обслуживания**

В основе анализа опыта взаимоотношений потребителей с банком лежат 5 аспектов удовлетворенности – имидж, качество банковских продуктов,

ожидания потребителей от банка, качество обслуживания и соотношение цена/качество (ценность за деньги). Глубинный анализ данных 2011 года в среднем по отрасли показывает, что потребители почувствовали улучшения в качестве

обслуживания. Но это не то, что ждут потребители. Их ожидания

увеличились относительно качества банковских услуг.

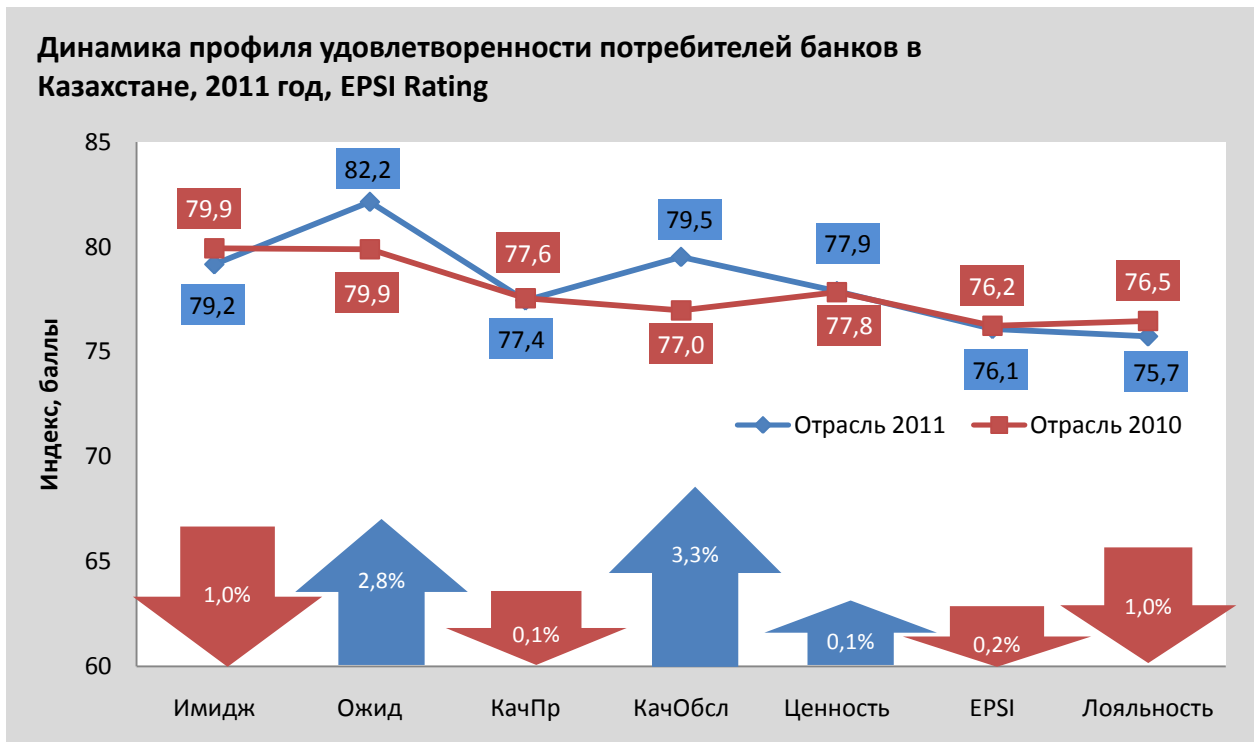


Рис. 2 Профиль удовлетворенности потребителей банков Казахстана в динамике за 2010-2011 годы, EPSI Rating

Банки Казахстана пытаются улучшить качество обслуживания, и потребители заметили это. Индекс удовлетворенности качеством обслуживания увеличился на +3,3% в среднем по отрасли, но это никак не отражается на их удовлетворенности и лояльности. Причина этого в том, что потребители в Казахстане ждут улучшения качества банковских продуктов. Их ожидания от банков повысились и если их не удовлетворить в будущем году, то индекс удовлетворенности и доверие к банкам может упасть.

«Пока крупнейшие банки в Казахстане не сильно

прислушиваются к своим потребителям. Они улучшают вежливость и дружелюбие сотрудников, ремонтируют банковские отделения и изменяют часы работы. Но не это нужно потребителям. История Каспи Банка яркий этому пример. Улучшать свои продуктовые стратегии при сохранении текущего уровня обслуживания намного эффективнее и выгоднее для банка, роста конкурентоспособности и удержания потребителей» - констатирует Александр Кособоков, генеральный директор EPSI в России и странах СНГ.



**Effective Measurements Affect**

За дополнительной информацией, комментариями, организацией интервью об исследовании, а также подписке на полные результаты обращайтесь к Александру Кособокову, Евгении Сергеевой (499) 504 43 54, [esergeeva\(at\)epsi-rating.ru](mailto:esergeeva(at)epsi-rating.ru)

### **Коротко об EPSI**

EPSI в России и странах СНГ – подразделение международной исследовательской компании EPSI Research Services со штаб-квартирой в Великобритании и Центром исследований в Швеции. Мы помогаем ведущим компаниям построить систему мониторинга индексов удовлетворенности и лояльности заинтересованных групп (потребителей, персонала, инвесторов, общества), выявить эффекты, влияющие на прибыльность и рост. EPSI регулярно проводит независимые исследования по единому стандарту в 20 европейских странах и странах Евразии.

Почтовый адрес: 190030 Россия, С-Петербург, наб. реки Фонтанки, д. 113А  
Тел.: +7 (499) 504 43 54 (MSK) +7 (812) 947 45 91 (SPB) \* Факс: +7 (812) 310 0379;  
\* E-mail: [info@epsi-rating.ru](mailto:info@epsi-rating.ru); [www.epsi-rating.ru](http://www.epsi-rating.ru), [www.epsi-rating.com](http://www.epsi-rating.com)