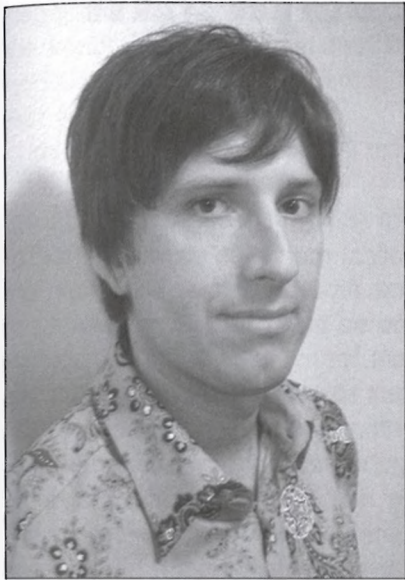


Bankra magyar!



Nemrégiben több nagy bank is arculatváltáson ment keresztül, olyan szlogenekkel, mint a „Mebízunk egymásban” vagy az „Éljen a lehetőségeinkkel!”. Éltünk, ezért két (sőt, két és fél) tanulmány (*Bátor Attiláé, Vasné Egri Magdolnáé, valamint a PricewaterhouseCoopers munkacsoportjáé*) is azt vizsgálja, mennyire vagyunk-lehetünk elégedettek a bankokkal, és mi az, amit fejleszteni lehet. Ha összességében pozitív is a kép, azért még van mit, mert ahogy például a PwC online mystery banking kutatása rámutat: a vizsgált magyar pénzintézetek kifejezetten rosszul teljesítenek az e-mail ügyfélszolgálat tesztjén. Mint írják „a 12 bankból egy esetében egyáltalán nem volt lehetőség e-mail küldésére. Azok közül, ahová sikerült elküldeni a három azonos tartalmú érdeklődő e-mailt, öt bank volt, amely minden kérdésre válaszolt, és csak három, amely minden választ egy munkanapon belül megküldött. Volt olyan pénzintézet is, amely egyetlen kérdésre sem reagált.” Mindez persze nem jelenti azt, hogy emiatt rögtön bankot is váltanánk: legalábbis utóbbit támasztják alá *Bátor Attila* kutatásai.

Ráadásaként az angol nyelvű írás is a bankmarketinggel foglalkozik. Ez az esettanulmány sok szempontból ellentmond annak, amit az elmúlt időszakban itthon láttunk. A két reklámszakember szerint az összes bank ugyanazt mondja: megbízhatóság, közelség, barátságosság. Márpedig ez nem megkülönböztető üzenet. Ügyfelük, a Citibank pont ezt akarta elkerülni, amikor 1999-ben azt adta ki: a világ első „nem banki bankja” akar lenni, és olyan fogyasztó márkák szintjére emelkedni, mint a Disney, a Nike vagy a Coca-Cola. Úgy tűnik, sikerült: a Citi jelenleg a világ 11. legértékesebb márkája az Interbrand szerint.

De nem csak a bankokról olvashatnak e lapszámunkban érdekességeket. Gondolták volna, hogy honfitársaink a diszkontáruházakban történő vásárlást kifejezetten élvezetesnek találják? Erre és hasonló izgalmas eredményekre jutott *Deli Zsuzsa* egy nemzetközi kutatás keretein belül. *Krajcsák Zoltán* pedig három évvel a csatlakozás után arra keresi a választ: hogy érezzük magunkat a nemrégiben 50. születésnapját ünneplő Európai Közösségben. Ez utóbbiakhoz választottuk borítónk képeit is. Hasznos böngészést kívánok!

Papp-Váry Árpád Ferenc
(arpad@m-and-m.hu)