

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 06.12.2010 r.

ING Bank bada satysfakcję klienta

ING Bank Śląski wdrożył nowy program badania satysfakcji klienta oparty na metodologii Net Promoter Score (NPS). Jego celem jest nieustanna poprawa jakości obsługi klientów oraz zwiększanie ich lojalności.

Wskaźnik Net Promoter Score pozwala monitorować relacje z klientami oraz identyfikować czynniki, które decydują o lojalności i zadowoleniu z usług i produktów. Zgodnie z metodologią NPS wybrani klienci są pytani, czy na podstawie swoich dotychczasowych doświadczeń poleciliby daną firmę lub jej usługi swoim bliskim. Tak sformułowane pytanie pozwala zmierzyć dwa wymiary lojalności klienta – racjonalny (cechy produktów, poziom obsługi, ceny etc.) i emocjonalny (wartości, reakcja na opinie klientów etc.) W oparciu o ocenę z ankiety klienci są dzieleni na trzy grupy: osób które polecą instytucję innym, osób raczej zadowolonych, oraz osób niezadowolonych, gotowych na szybką zmianę firmy.

Dzięki badaniu NPS możemy szybko zidentyfikować te elementy kontaktu klienta z bankiem, które są oceniane nisko, a następnie udoskonalić obsługę i procesy w tym obszarze. Od listopada br. wysyłamy pocztą elektroniczną ankiety przygotowane wg. metodologii NPS. Do tej pory trafiły one już do blisko 50 tys. klientów. Nasza inicjatywa spotkała się z bardzo dobrym przyjęciem, na ankietę odpowiedziała już co trzecia osoba – mówi Małgorzata Bulanda, Dyrektor Departamentu Customer Intelligence i Direct Marketingu ING Banku Śląskiego.

Klientów prosimy o ogólną ocenę banku lub konkretnego zdarzenia np. otworzenia rachunku rozliczeniowego. Najważniejsze w badaniu jest to, co robimy z informacją zwrotną. Dlatego z osobami, które oceniły nas nisko, kontaktujemy się telefonicznie, aby szczegółowo ustalić przyczyny problemów, a następnie wdrożyć usprawnienia. W efekcie chcielibyśmy, aby klienci oceniający nas najniżej stali się naszymi promotorami, czyli adwokatami marki – dodaje Małgorzata Bulanda.

Badanie Net Promoter Score jest przeprowadzane wspólnie z amerykańską firmą Satmetrix. Z metody oprócz ING Banku Śląskiego korzystają także inne podmioty Grupy ING m.in. w Belgii i Holandii, a w Polsce ING TUnŻ. Na świecie badanie NPS wykorzystują w badaniu satysfakcji klienta m.in. eBay, Apple, Amazon, Harley-Davidson oraz Dell.

Biurowo ING Banku Śląskiego

Miłosz Gromski

T 22 820 4093

M 663 151 649

E milosz.gromski@ingbank.pl

ING Bank Śląski jest jednym z największych banków w Polsce, który obsługuje zarówno klientów indywidualnych, jak i podmioty gospodarcze. Rozbudowana sieć 440 placówek, niemal 750 bankomatów i ponad 400 wpłatomatów, szeroka oferta kart płatniczych oraz internetowy dostęp do kont osobistych i firmowych stanowi nowoczesną ofertę i platformę współpracy z pozostałymi podmiotami Grupy ING.

Grupa ING jest wywodzącą się z Holandii, globalną instytucją finansową świadczącą usługi z zakresu bankowości, ubezpieczeń i zarządzania aktywami dla klientów detalicznych i korporacyjnych w ponad 50 krajach. Zatrudnia ponad 114 tysięcy pracowników w wielu znakomitych firmach, które obsługują swoich klientów pod marką ING.