



Satisfacción y fidelidad de los usuarios de bancos en Colombia

SEPTIEMBRE 2015

¿Por qué es importante mantener a nuestros clientes satisfechos?



El **costo de adquisición de nuevos clientes** es más alto que mantener a nuestros actuales satisfechos

Los consumidores adquieren más de nuestros productos y servicios



Además de generarnos mayor negocio, los clientes **satisfechos son menos sensibles** a cambios de precios

Los **clientes satisfechos nos recomiendan**, haciéndonos crecer aún más



Nos encontramos en mercados competitivos donde las empresas que no logran satisfacer las necesidades de sus clientes están destinadas al fracaso, por lo que cada vez es más importante conocer y monitorear aquellos factores que afectan la satisfacción y fidelidad con nuestra marca para ir al ritmo del mercado e incluso delante de este.

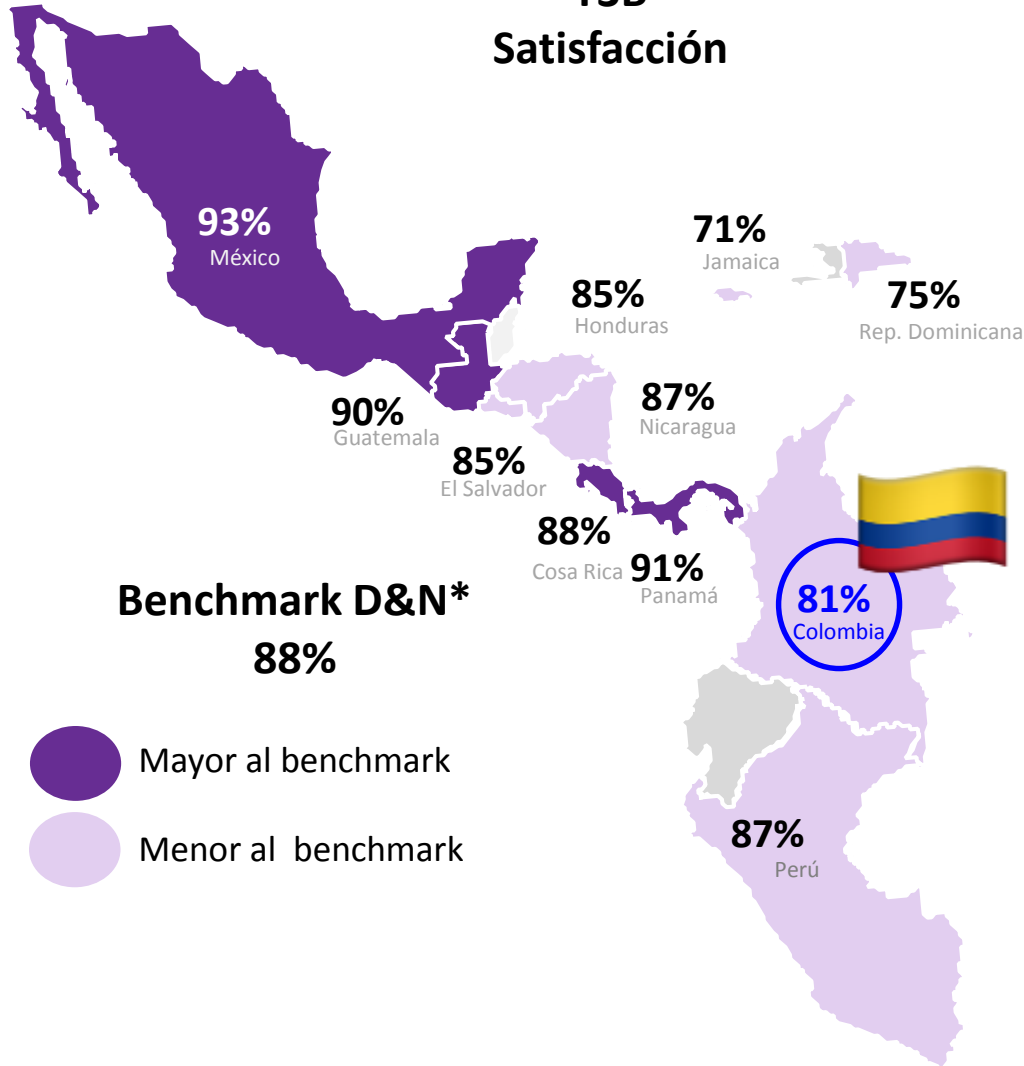
Los bancos en Colombia tienen **oportunidades para aumentar el nivel de satisfacción, fidelidad y recomendación de sus clientes**, por lo que es importante que éstos enfoquen sus esfuerzos en mejorar principalmente el servicio al cliente.



Consumidores satisfechos con su banco principal en la región

Capital o ciudad principal

T3B Satisfacción



Benchmark D&N*
88%

- Mayor al benchmark
- Menor al benchmark

El benchmark regional de la categoría es alto en comparación al de otras categorías de servicio, donde únicamente 4 de los 11 países muestran un promedio de satisfacción igual o mayor al promedio.

Los países con menos usuarios satisfechos con su banco son República Dominicana y Jamaica. **Colombia por debajo del promedio de la región.**

Unidad: Porcentaje,

Benchmark Dichter & Neira Satisfacción Bancos 2013-2014: n=7,512

Base: Colombia=515, Costa Rica=315, El Salvador=313, Guatemala=316, Honduras=314, México=313, Nicaragua=311, Panamá=313, Perú=315, República Dominicana=310, Jamaica=335

S1. En la escala del 1 al 10, siendo 1 "totalmente insatisfecho" y 10 "totalmente satisfecho". ¿Qué tan satisfecho se encuentra con (...) ? RU

La satisfacción general con su banco principal en Colombia se encuentra por debajo del promedio regional según los Benchmarks D&N de la categoría. **Se evidencian oportunidades de mejora en los niveles de satisfacción** en la zona de la Costa Atlántica.

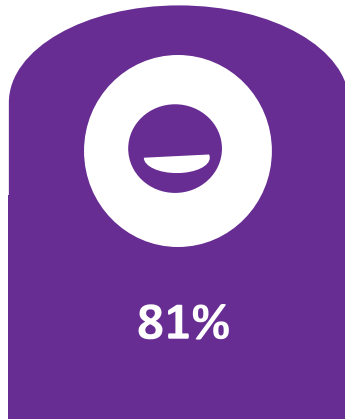
**Benchmark
Regional D&N
Satisfacción
General
Banco Principal***



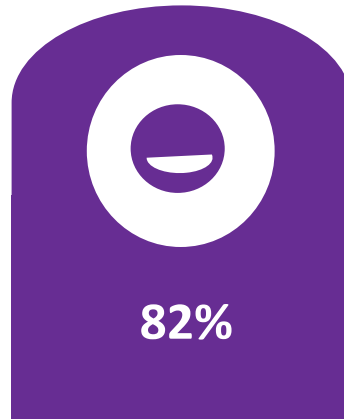
88%

**Satisfacción
(T3B)**

Total País

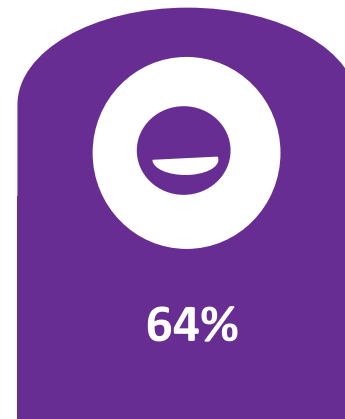


Bogotá



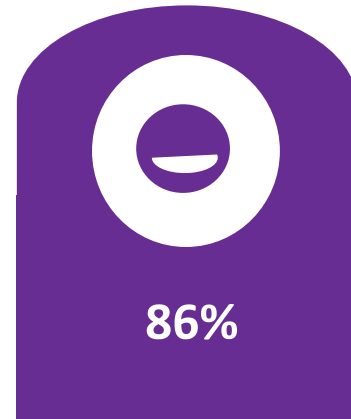
Costa

(Barranquilla, Cartagena)



Occidente

(Medellín, Cali, Eje Cafetero)



Unidad= Porcentaje

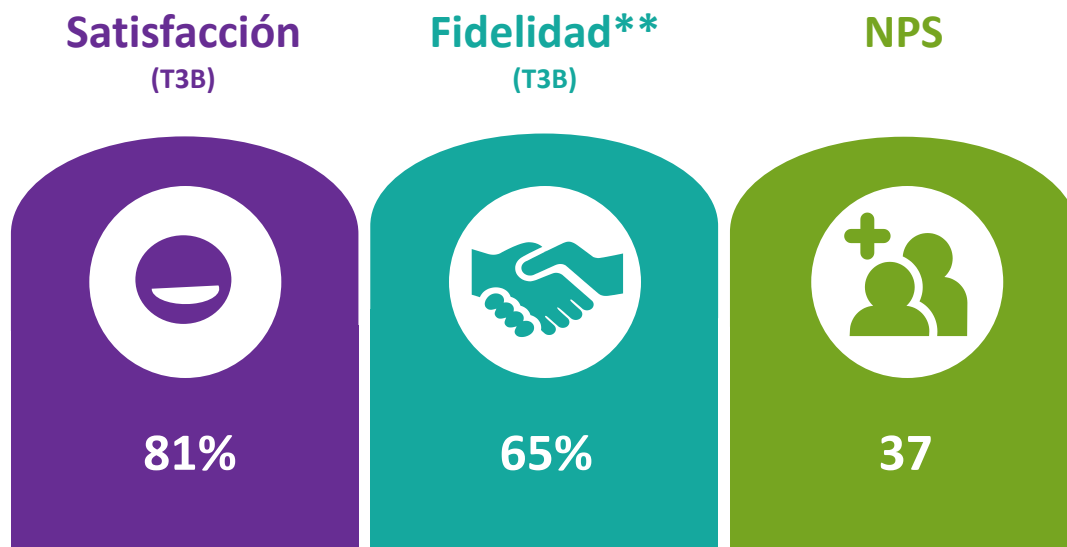
Base: Total País=515, Bogotá=383, Costa=58, Occidente=58

*Benchmark Dichter & Neira Satisfacción Bancos 2013-2014: n=7,512

S1. En la escala del 1 al 10, siendo 1 "totalmente insatisfecho" y 10 "totalmente satisfecho". ¿Qué tan satisfecho se encuentra con (...)?

65% de los clientes se consideran fieles a su banco principal (Alta satisfacción y Baja probabilidad de cambio) lo que se convierte en un reto para aquellos bancos que buscan la excelencia y contar con una mayor cartera de clientes fieles.

Total satisfacción y fidelidad en Colombia – Bancos en general



El **NPS** es un indicador que ilustra la diferencia entre la proporción de clientes muy satisfechos (**promotores**) y los de baja satisfacción (**detractores**).

Unidad= Porcentaje

Base n=515

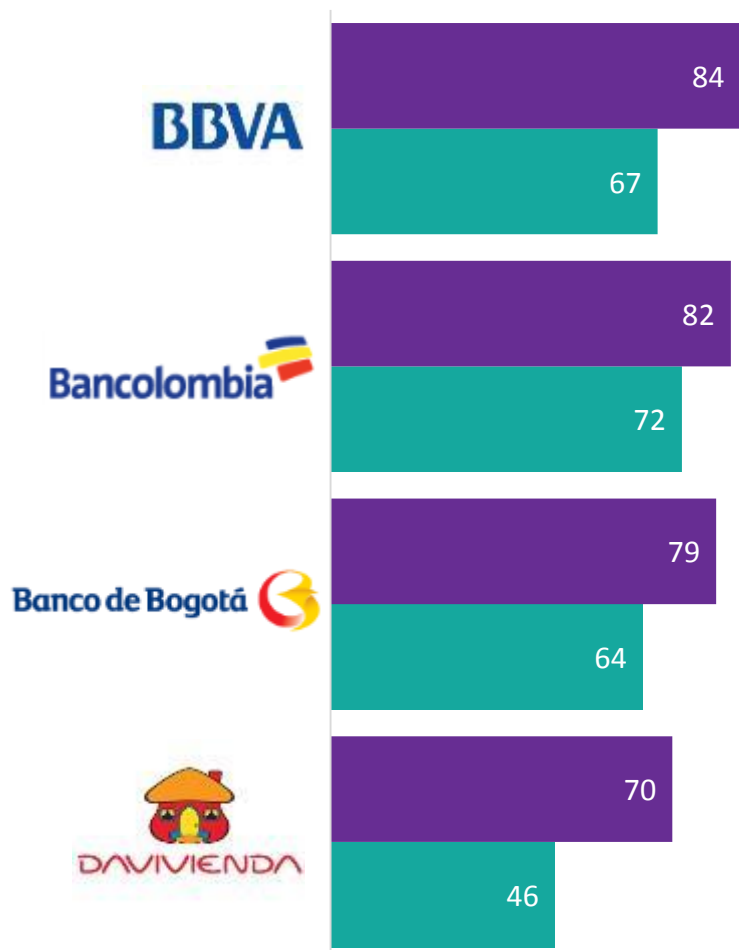
Benchmark Dichter & Neira Satisfacción Bancos 2013-2014: n=7,512

**Fidelidad = Satisfacción (T3B) vs Intención de cambio (T3B)

S1. En la escala del 1 al 10, siendo 1 "totalmente insatisfecho" y 10 "totalmente satisfecho". ¿Qué tan satisfecho se encuentra con (...)? **RU1**. En la escala del 1 a 10, En donde el 1 significa "Seguro que cambiaría" y el 10 "Seguro que no cambiaría" ¿Qué tan probable es que usted cambie (...) por otro banco? **RU R1**. En una escala del 0 al 10 donde 0 es "Muy probable que no la recomendaría" y 10 "Muy probable que sí la recomendaría", ¿Me podría decir que tanto recomendaría a sus amigos y familiares a (**MENCIONAR MARCA P1**) si tuviesen la posibilidad de elegir este banco? **RU**

La satisfacción y la fidelidad con los bancos principales en Colombia

■ Satisfacción ■ Fidelidad



Para el caso de la industria bancaria en Colombia; la satisfacción y la intención de cambio tienen una relación alta¹, lo que indica que los clientes con alta satisfacción tienen mayor probabilidad de mantenerse fieles a su banco principal.



Unidad= Porcentaje

Base= Bancolombia=199, Banco de Bogotá=118, BBVA=104, Davivienda=46

Fidelidad = Satisfacción (T3B) vs Intención de cambio (T3B)

1. Correlación entre satisfacción e intención de cambio banca Colombia= $R^2=0.94$ (alta)

S5. En la escala del 1 al 10, siendo 1 "totalmente insatisfecho" y 10 "totalmente satisfecho". ¿Qué tan satisfecho se encuentra con (...)? RU I5. En la escala del 1 a 10, En donde el 1 significa "Seguro que cambiaría" y el 10 "Seguro que no cambiaría" ¿Qué tan probable es que usted se cambie de (MENCIONAR MARCA P5) a otro banco?

Más allá de la satisfacción- Net Promoter Score (NPS)

NPS

El mayor reto lo tienen **Banco de Bogotá** y **Davivienda** que cuentan con un NPS más bajo



Promotores

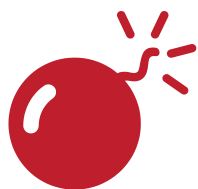
(Calificación 10-9)

60% de sus clientes promueven a **BBVA**

Neutros

(Calificación 7-8)

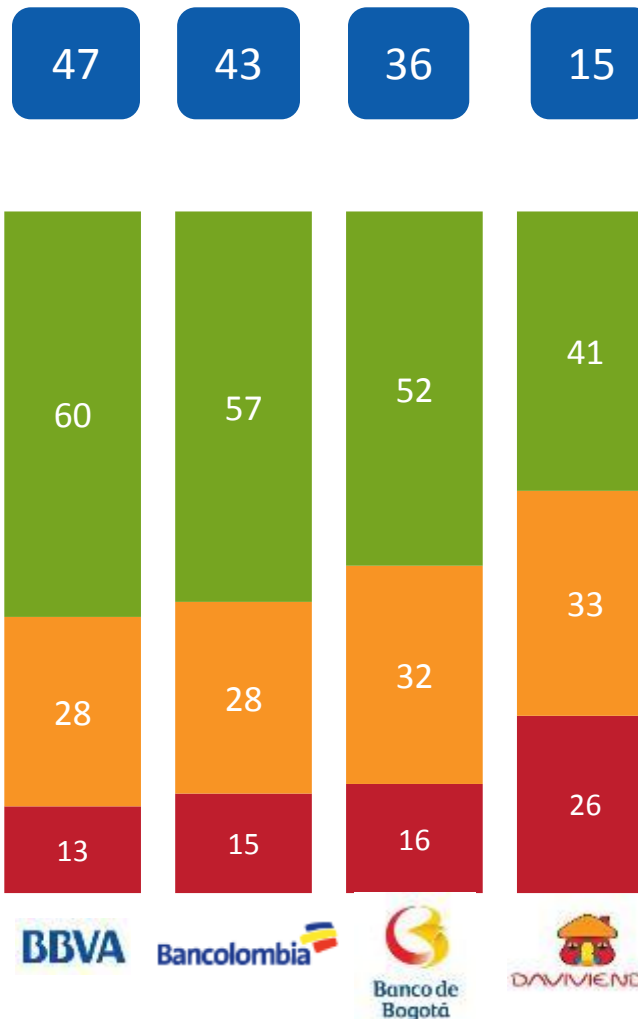
En general, los bancos tienen un similar % de clientes neutros



Detractores

(Calificación 0-6)

Davivienda cuenta con el mayor % de detractores

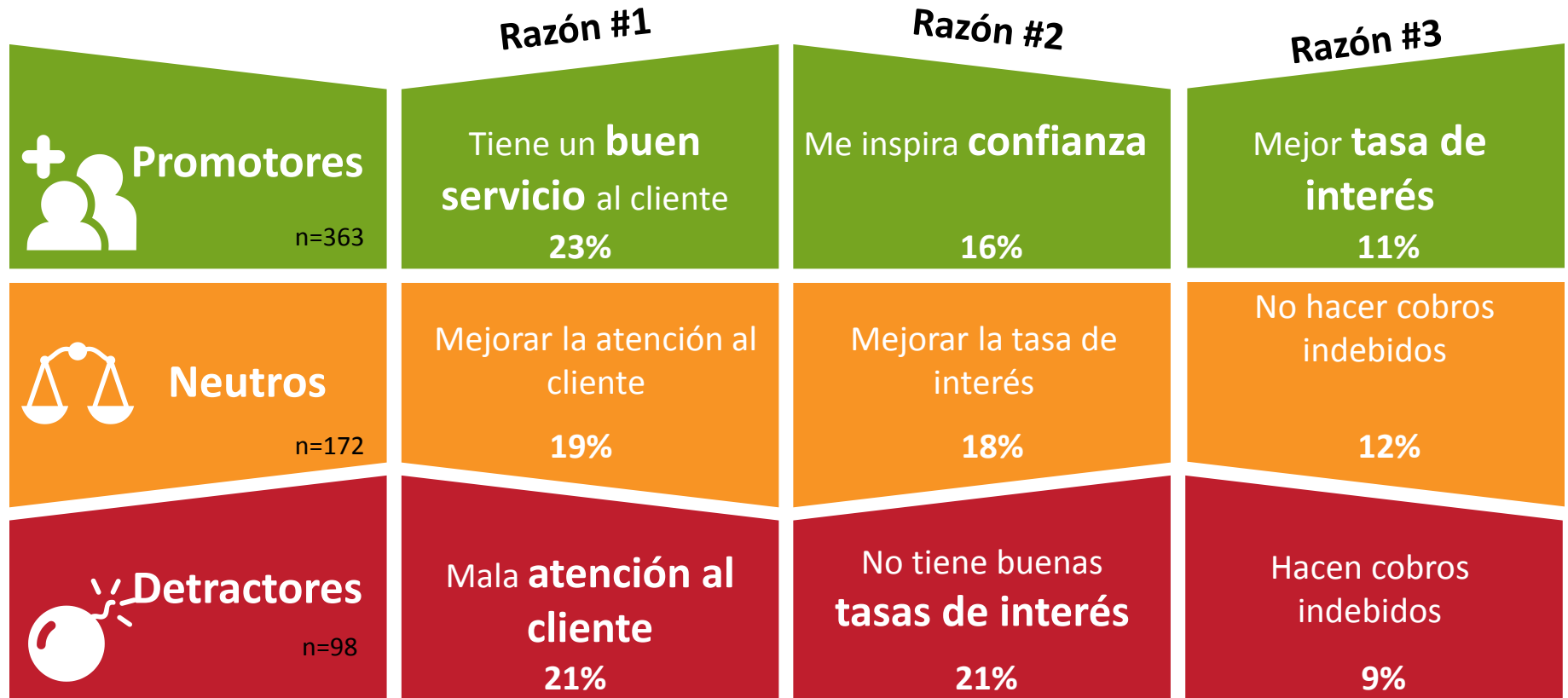


Base= Bancolombia=199, Banco de Bogotá=118, BBVA=104, Davivienda=46

R1. En una escala del 0 al 10 donde 0 es "Muy probable que no la recomendaría" y 10 "Muy probable que sí la recomendaría", ¿Me podría decir que tanto recomendaría a sus amigos y familiares a (MENCIONAR MARCA P1) si tuviesen la posibilidad de elegir esta compañía de teléfono celular? RU.



La atención al cliente constituye el factor más importante para la recomendación de un banco y define la posición de un usuario como promotor o detractor de este.



R5-a. ¿Por qué razones NO estaría dispuesto a recomendar este banco? RM R5-b ¿Qué debería hacer este banco para que usted esté MAS dispuesto a recomendarlo? RM R5-c. ¿Por qué razones estaría dispuesto a recomendar este banco? RM

Contiene métricas de más de 350 estudios realizados entre 2013 y 2014 para más de 70 clientes en la región. Los Benchmarks D&N ofrecen un punto de referencia a nivel categoría y subcategoría con el cual se pueden comparar algunas métricas relacionadas a los consumidores; además, permite a los directivos definir objetivos claros tomando en cuenta el contexto de la industria.

Las métricas con Benchmark D&N son:

- Lealtad (Satisfacción, Recomendación, NPS, Intención de cambio)
- Marca (Índice de desarrollo de marca)
- Publicidad (Recognition, Brand Linkage, Effective Recognition, Efficiency Index)
- Prueba de producto (Opinión General)

Algunas categorías con Benchmark D&N:



Telefonía Móvil



Internet



Cable TV



Banca



Alimentos



Supermercados



Bebidas alcohólicas



Bebidas No alcohólicas



Ciudad	n
Bogotá	414
Cali	16
Medellín	36
Barranquilla	31
Bucaramanga	16
Cartagena	27
Eje Cafetero	6

Universo

Hombres y Mujeres entre 18 y 65 años de edad que tienen una cuenta de ahorro o tarjeta de crédito o débito (Banco Principal)

Distribución de la muestra

Proporcional a la población por género y edad

Fecha de campo

Enero, Junio, Julio 2015

Transforming research for smarter decisions

Dichter & Neira en cifras

Fundación	1986
Oficinas Full Service	11
Clientes activos	+300
Personal recurrente	+1,000
Estudios por año	+1,600
Encuestas por año	+600,000
Auditorías en PDV	+500,000
PDV Scan Data	+800





Oficina Colombia:
Calle 76 No. 11 – 17 PISO 8
Bogotá
Personal Recurrente: +200

Transforming research for smarter decisions

NORTEAMÉRICA

México

Av. Ejército Nacional No.598,
Piso 6 y 7
Col. Polanco,
México D.F.

CARIBE

Jamaica

Unit 61, Winchester Business
Centre.
15 Hope Road. Kingston 10
Kingston

República Dominicana

Ave. Paseo de los locutores
Nº6, ensanche Piantini. Edif.
Ginza, Piso 4
Santo Domingo

CENTROAMÉRICA

Guatemala

Edif. Europlaza World Business
Center,
Torre 1, Piso 18
Ciudad de Guatemala

El Salvador

Alameda Dr. Manuel E. Araujo,
Colonia Escalón, Edificio
PALIC, Piso 4
San Salvador

Honduras

Col. Palmira, frente al Hotel
Honduras Maya, Edificio
Palmira, Piso 2
Tegucigalpa

Nicaragua

Banpro Altamira, 1 Cuadra Sur,
½ Cuadra Oeste. Casa No.
111, Altamira
Managua

Costa Rica

Del Mall San Pedro, 200 mts
norte,
Edificio Lachner, Piso 3
San José

Panamá

Avenida, Ricardo J. Alfaro
The Century Tower, Piso 21
Ciudad de Panamá

SURAMÉRICA

Colombia

Calle 76 No. 11 - 17
Torre Nogales, Piso 8
Bogotá

Perú

Av. Alfredo Benavides N°. 768
Piso. 11 Of. 1102
Lima

Bolivia

Av. Cristóbal de Mendoza.
Edificio Castelo Branco, Piso 7G
Santa Cruz de la Sierra

