



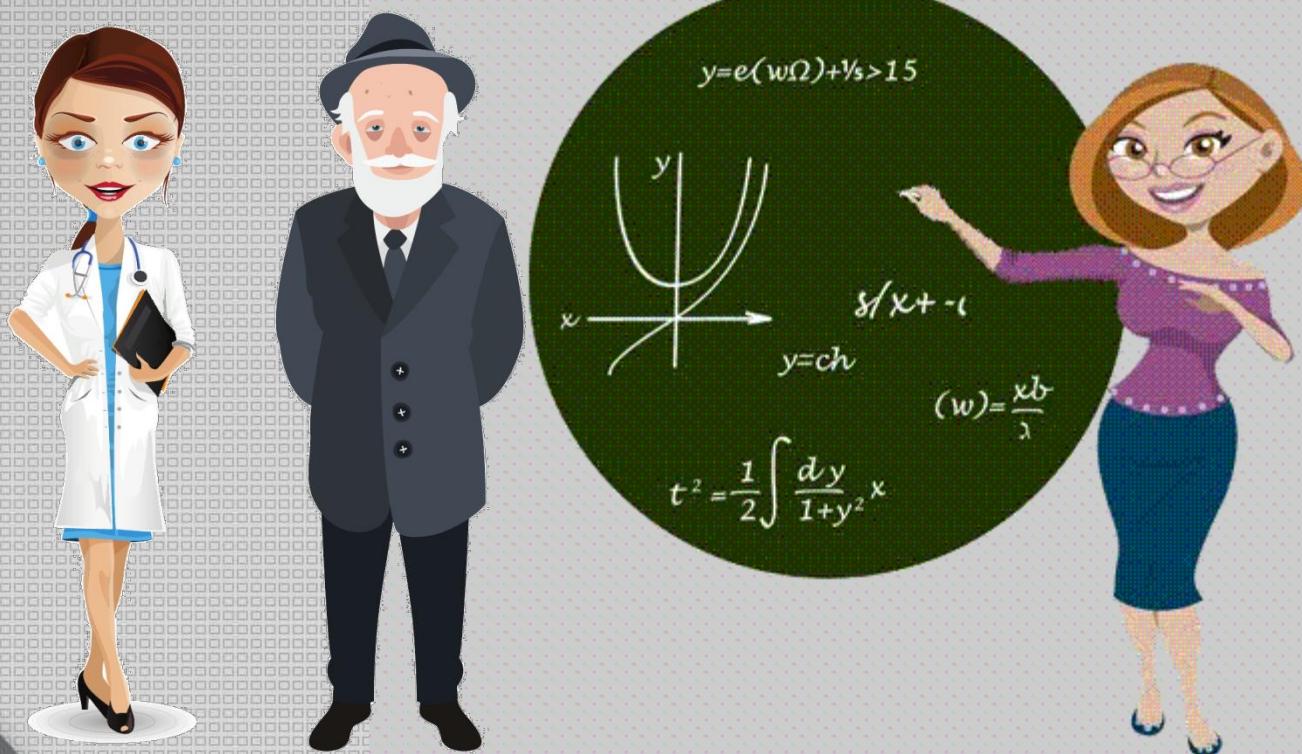
Učenici:
Ognjen Stanković
Ana Jovanović
Katarina Kujundžić
Dijana Peranović
Jana Stefanović

Mentor:
Bratislav Vasić

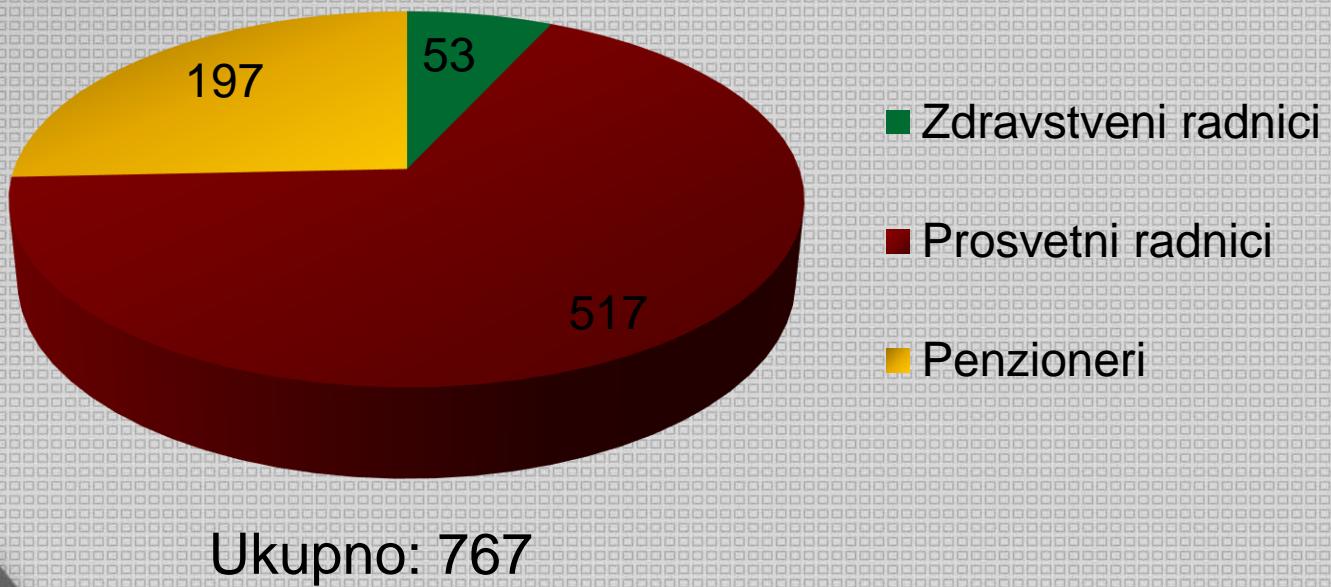
Ekonomска škola Niš

Animacija klijenata fizičkih lica

Zaključili smo da u ograničenim mogućnostima diferenciranja zbog turbulentnih uslova privređivanja, privredne krize i velike nezaposlenosti naša ciljna grupa treba da budu budžetski korisnici upravo zbog redovnosti i sigurnosti ličnih primanja.



Istraživanjem tržišta koje smo sprovedeli putem anketa, a u kojem je učestvovalo 767 ispitanika nedvosmisleno nam je ukazalo da je jedini način da se privuku novi i zadrže stari klijenti, smisliti nešto novo u skladu sa željama, zahtevima i potrebama klijenata.



S obzirom da je naša ciljna grupa struktuirana od segmenata koji imaju različite zahteve, morali smo da razvijamo jasnu i opipljivu ponudu bankarskih proizvoda koji će dati odgovor našim klijentima na pitanje:

U čemu se razlikujemo od drugih?

Primarni zadatak našeg istraživanja je da nam ukaže zašto je neka banka drugačija i bolja od neke druge. Shvatili smo da bi sa kreiranjem novog bankarskog proizvoda, klijenti izlazili nasmejani iz naših filijala.



Kako bi oblikovali posebnu poslovnu ponudu bankarskih proizvoda prethodno smo prikupili validne informacije o trenutnom stanju bankarskog sektora u Srbiji i sagledali tendencije daljeg razvoja.



Strengths Snage

- Inovativan proizvod
- Stručan i ambiciozan menadžerski tim
- Dobar marketinški koncept
- Jasno definisana marketing strategija
- Adekvatna organizaciona struktura

Opportunities Šanse

- Izgledna mogućnost smanjivanja broja banaka
- Stalni rast očekivanja korisnika
- Promovisanje obrazovanja
- Loš finansijski položaj naših ciljnih grupa
- Smanjenje plata u javnom sektoru
- Orginalnost proizvoda
- Stalni rast broja penzionera

Weaknesses Slabosti

- Nedovoljna diferencijacija bankarskih proizvoda
- Suočava se sa velikom konkurencijom u poslovanju sa stanovništvom
- Nedovoljan broj filijala

Threats Pretnje

- Veliki broj banaka
- Ograničene mogućnosti diferenciranja bankarskih proizvoda
- Otpuštanje u javnom sektoru
- Turbulentni uslovi privređivanja i slaba privreda
- Nizak životni standard i velika nezaposlenost

SWOT Analysis

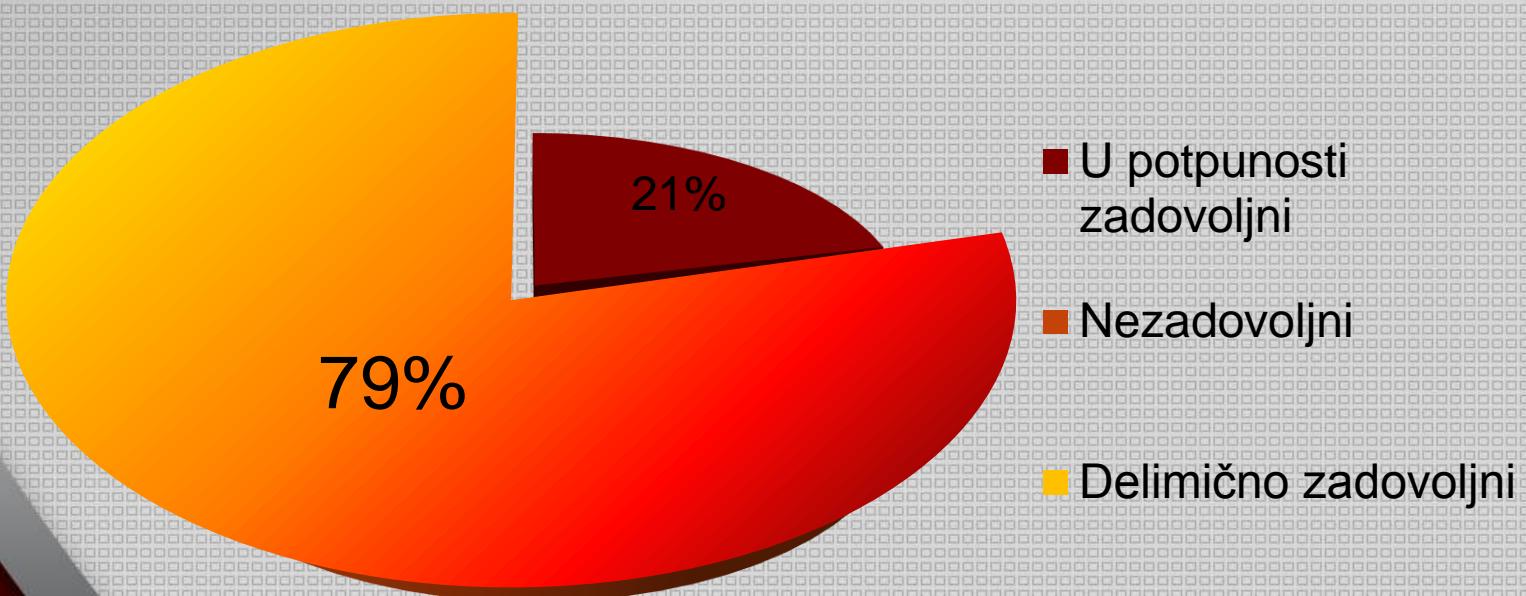
Paket ponuda za penzionere

Ovaj tržišni segment u Srbiji obuhvata 1.736.154 osobe, što ga čini najbrojnijom kategorijom i s obzirom na sigurnost primanja predstavlja atraktivnu mogućnost da sa interesantnom ponudom značajno povećamo broj klijenata Societe Generale banke.



Na uzorku od 197 ispitanika koji primaju penziju preko banke, tek 21% je u potpunosti zadovoljno.

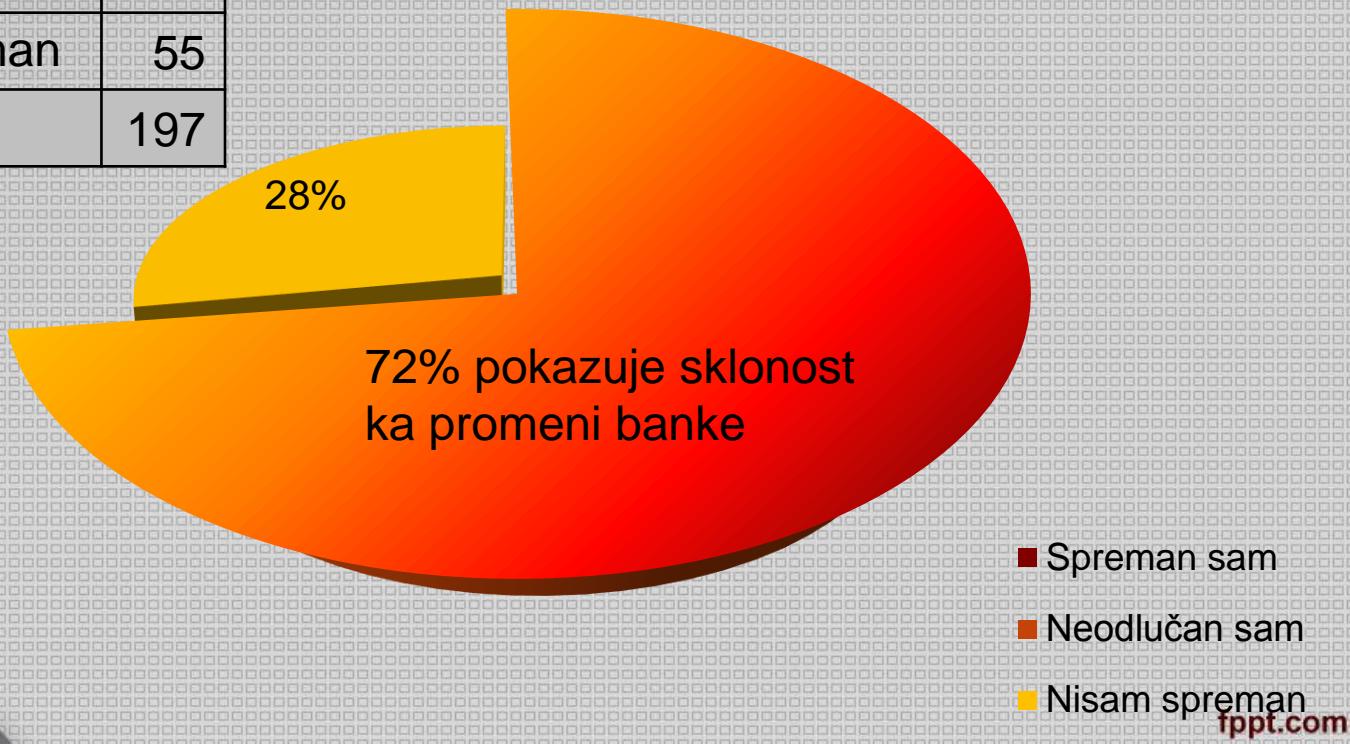
Nezadovoljnih klijenata je 41%, što zajedno sa procentom od 38% delimično zadovoljnih klijenata stvara prostor od neverovatnih 79%, gde se sa vešto kreiranim proizvodom možemo uspešno pozicionirati.



Anketa nam je takođe pružila i sledeće podatke:

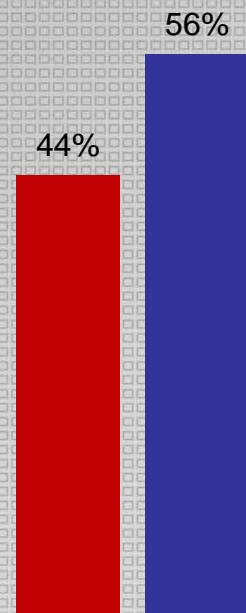
- ➡ 24% ispitanika je spremno da promeni banku,
- ➡ 48% je neodlučno i
- ➡ 28% ne pokazuje spremnost za promenu.

Spreman sam	48
Neodlučan sam	94
Nisam spremam	55
UKUPNO	197



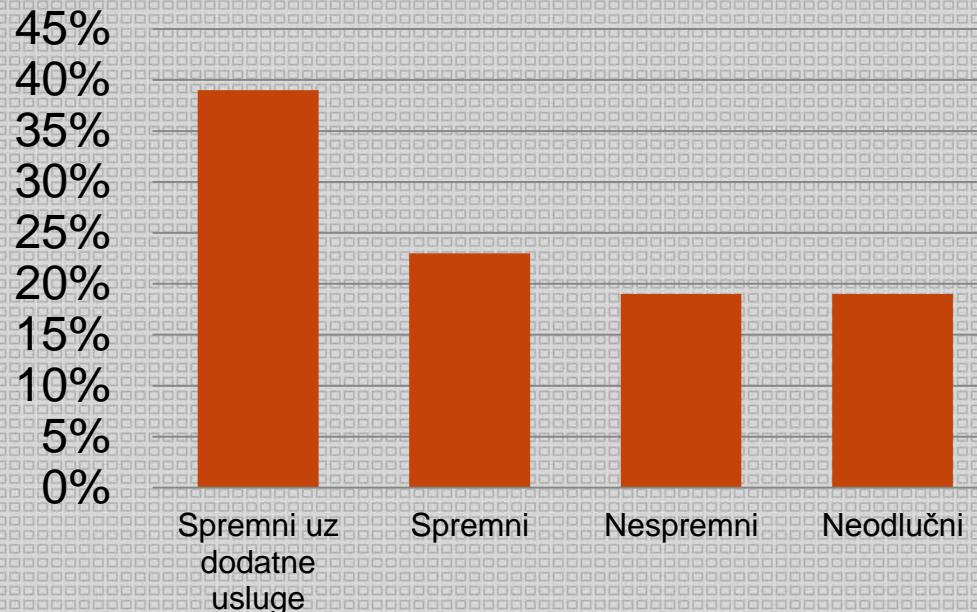
Nizak nivo zaduženosti (44%) kod ove kategorije klijenata i polovična spremnost za zaduživanje, daje nam široki opseg potencijalnih klijenata koji bi lako promenili banku i zadužili se kod Societe Generale banke.

■ Zaduženi
■ Nezaduženi



Procenat zaduženosti

Spremnost zaduženja



Istraživanjem smo došli do zaključka da bi čak 86% ispitanika promenilo banku u slučaju da im se ponudi neka pogodnost za njihove unuke.

Ovaj paradoks nas je doveo do zaključka da je reč o neelastičnom segmentu ali nam je u isto vreme ukazao na mogućnost kreacije proizvoda kojima naši penzioneri neće moći da odole.

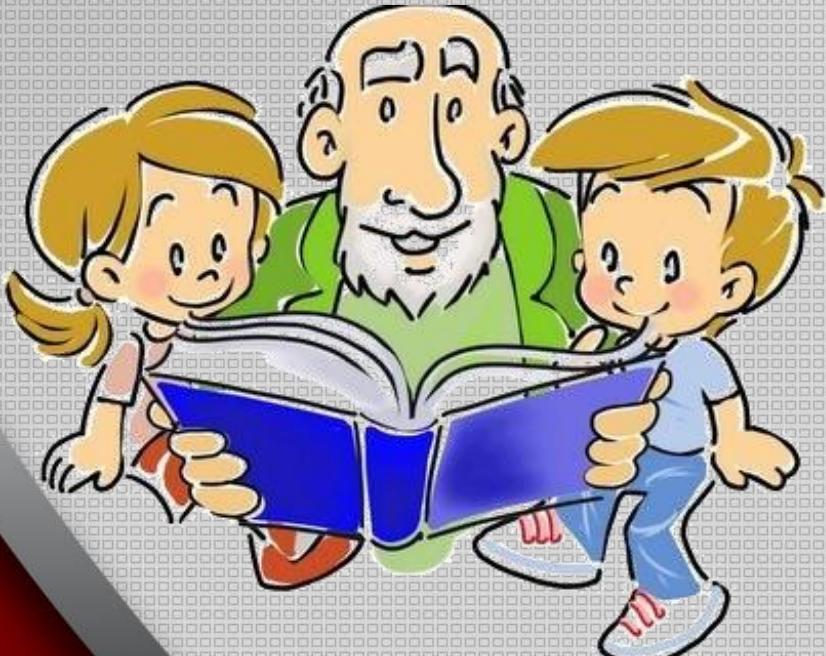


“Ljubi ga deda” štednja

Ukoliko klijenti koji imaju unuke otvore tekući račun u Societe Generale banci, stiču pravo otvaranja oročenog štednog računa na ime unuka i poklon štedni iznos od 3000 din., ukoliko je dete ostvarilo uspeh u školi 5,00.

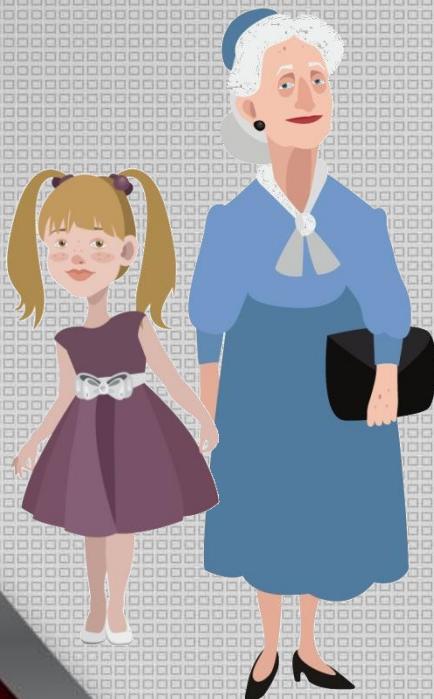


Istraživanje tržišta penzionera koje nam je omogućilo bolje razumevanje ove vrste klijenata kroz praćenje i osluškivanje želja i motiva njihovog ponašanja koje je opredeljeno osećanjima prema najmlađim članovima porodice reflektovano je u ovu bankarsku ponudu.



Kreiranje ove nove poslovne ponude za banku ne bi predstavljalo značajan trošak, naročito što sredstva štednog depozita ostaju u okviru banke.

Sa druge strane naš proizvod pruža satisfakciju potencijalnim klijentima i na taj način banka, unapređujući lanac vrednosti i usmerava svoje napore ka postizanju boljeg efekta poslovanja.



Ponuda za prosvetne radnike

Prosvetni radnici su druga kategorija u okviru segmenta budžetskih korisnika.

Ukupan broj prosvetnih radnika u Srbiji iznosi 145 653, što predstavlja ogroman potencijal koji zaslužuje kreiranje posebne poslovne strategije u pogledu pridobijanja ove profesionalne sfere.



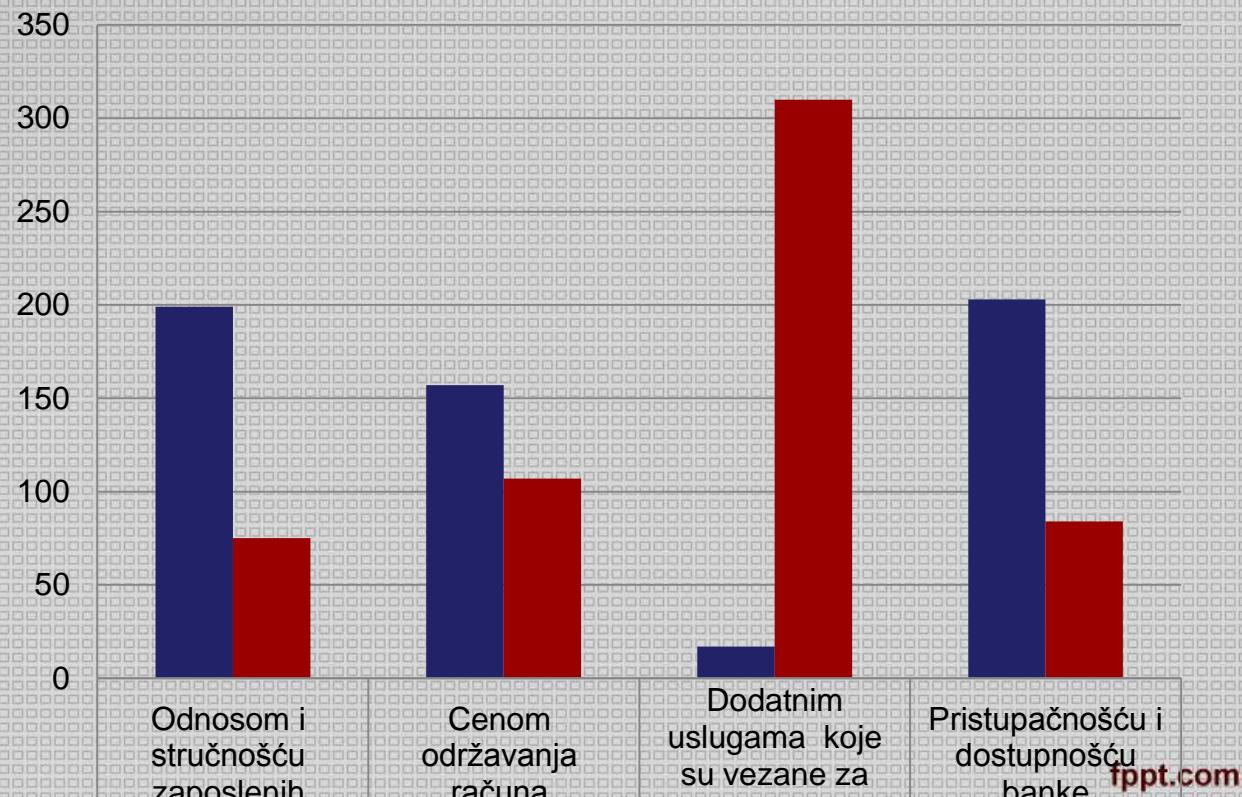
Sprovedeli smo istraživanje na uzorku od 576 prosvetnih radnika i s obzirom da se radi o veoma homogenom segmentu uz to i visokoobrazovanom i veoma zainteresovanom za unapređenje svog položaja, jasno nam je bilo u kom pravcu treba usmeriti naše aktivnosti.

Ključno pitanje i odgovor u našem istraživanju je kvantificiranje zadovoljstva uslugama banke ovog, zajedno sa zdravstvenim radnicima, suštinskog resursa.



Polazni osnov našeg istraživanja su postojeće perspektivne potrebe ovih klijenata, koji zbog trenutnog specifičnog položaja u društvu, najbolje mogu da nagoveste stvaranje brendiranog bankarskog proizvoda.

Zadovoljnost prosvetnih radnika uslugama banke



Podatak da je samo 3% anketiranih nastavnika zadovoljno trenutno ponuđenim dodatnim uslugama i preko polovine nezadovoljno trenutnom ponudom je bazični element dizajniranja bankarske usluge koja bi trebala da nas favorizuje u odnosu na konkurenciju.

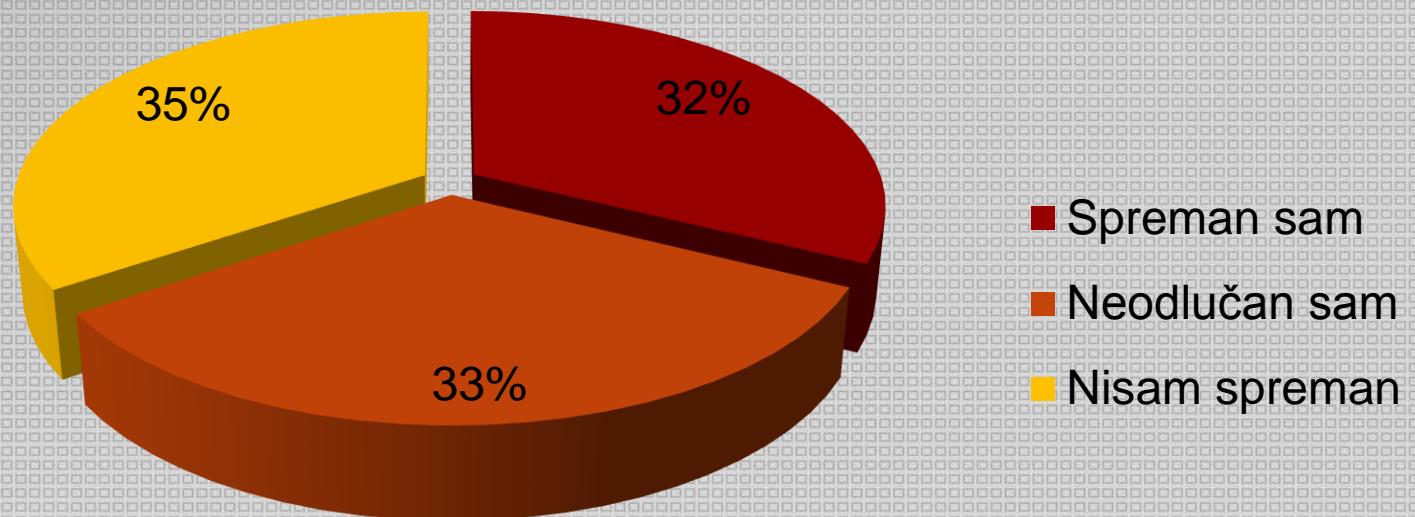
	Zadovoljan	Nezadovoljan
Odnosom i stručnošću zaposlenih	35%	13%
Cenom održavanja računa	27%	19%
Dodatnim uslugama	3%	54%
Pristupačnošću i dostupnošću banke	35%	15%
UKUPNO		100%

Zadovoljnost prosvetnih radnika uslugama banaka u procentima

Da li ste spremni da promenite svoju banku?

Spreman sam	32,3%
Neodlučan sam	33,3%
Nisam spremjan	34,4%

Da li ste spremni da prmenite svoju
banku?



Za prosvetne radnike postoji zakonska obaveza da u vremenskom periodu od 5 godina prikupe 100 bodova sa akreditovanih seminara.

Na uzorku od 15 najposećenijih akreditovanih seminara od strane Ministarstva prosvete, utvrdili smo prosečnu cenu koštanja jednog boda, koja iznosi 200 dinara.

15 najposećenijih akreditovanih seminara	
Ukupna vrednost seminara	48 140
Ukupan broj bodova	240
Prosečna cena po bodu	200.6
Prosečan broj bodova po seminaru	16

Težak materijalni položaj nastavnika i nemogućnost ekonomskog sistema da poboljša isti, navelo nas je da razmišljamo o kreiranju novog bankarskog proizvoda, koji će privući ovu, za čitavo društvo i našu banku, ključnu grupaciju.



Iz ovih razloga formirali smo bankarsku ponudu koja podrazumeva otvaranje tekućeg računa, sa prenosom zarade u Societe Generale banku, a banka se obavezuje da finansira pohađanje seminara, u vrednosti do 3200 dinara. Na ovaj način banka zapravo besplatno finansira stručno usavršavanje nastavnika, koje će im omogućiti prikupljanje i do 16 značajnih i neophodnih bodova.

Ovaj iznos klijenti mogu iskoristiti do kraja perioda koji im je propisan za prikupljanje poena.



Nakon otvaranja računa, potrebno je da klijent dostavi banci kataloški broj izabranog seminara koji želi da pohađa, a na banci je da uplati dogovoren iznos. U slučaju da klijent banke želi da pohađa seminar veće vrednosti, postoji mogućnost klijentovog sufinansiranja do punog iznosa.

Stvaranje mogućnosti odobravanja popusta od strane organizatora seminara, prenelo bi se na klijente banke.



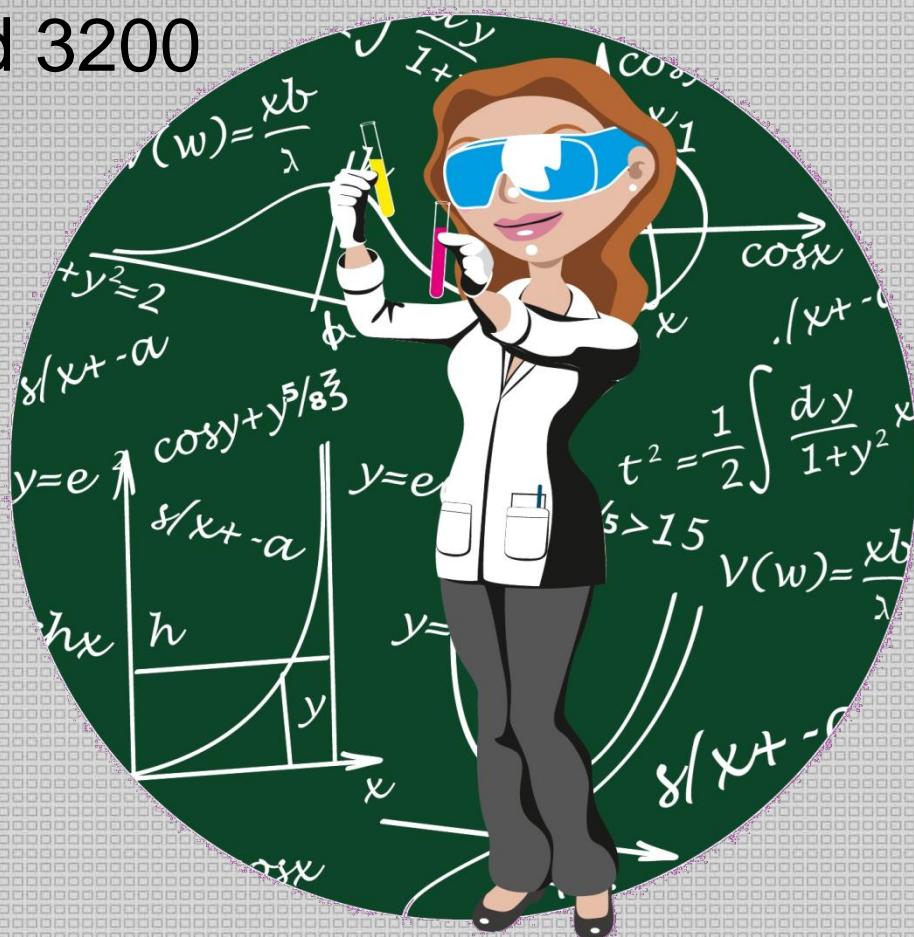
Ova realna opcija pri realizaciji našeg proizvoda doprinosi povećanju njegove korisnosti i stvara mogućnost za ostvarivanje većeg broja bodova za klijente bez povećanja troškova banke.



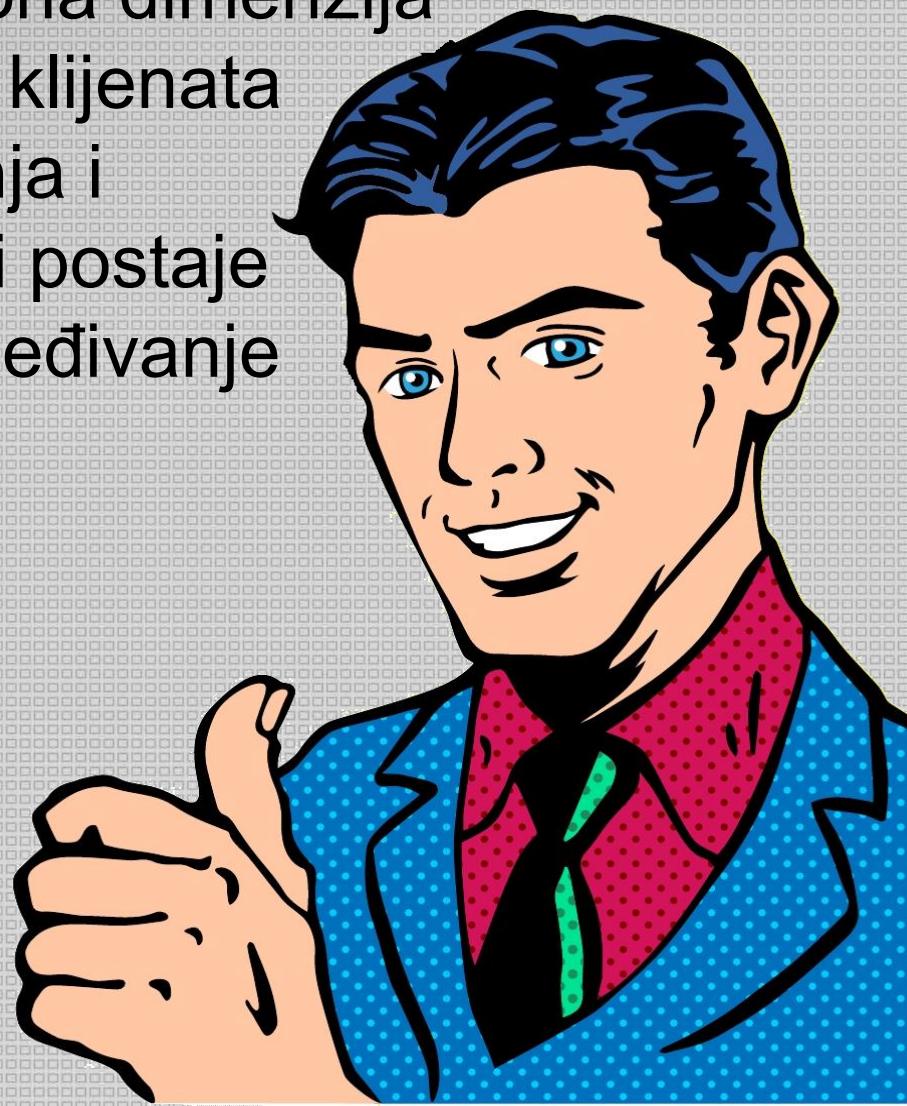
Program ponude prosvetnim radnicima zamislili smo kao skup elemenata koji identifikuju stanje zapostavljenosti ove kategorije u društvu.

Troškovi finansiranja usavršavanja nastavnika u iznosu od 3200

dinara za banku su prihvatljivi rashodi, a za naše klijente značajna pomoć u teškoj situaciji.



Međutim za nas je važnija ona dimenzija proizvoda koja kod budućih klijenata izaziva asocijacije, verovanja i očekivanja viših vrednosti i postaje moćno sredstvo za obezbeđivanje konkurentske prednosti.



Ponuda za zdravstvene radnike

Pored prosvetnih radnika, još jednu značajnu grupu budžetskih korisnika čine i zdravstveni radnici, što obuhvata 164 755 zdravstvenih radnika, a 32 643 osoba je upisano u imenik doktora medicine u Lekarskoj komori Srbije. Medicinski radnici su u obavezi, kao i radnici u prosveti, da se kontinuirano, stručno usavršavaju.



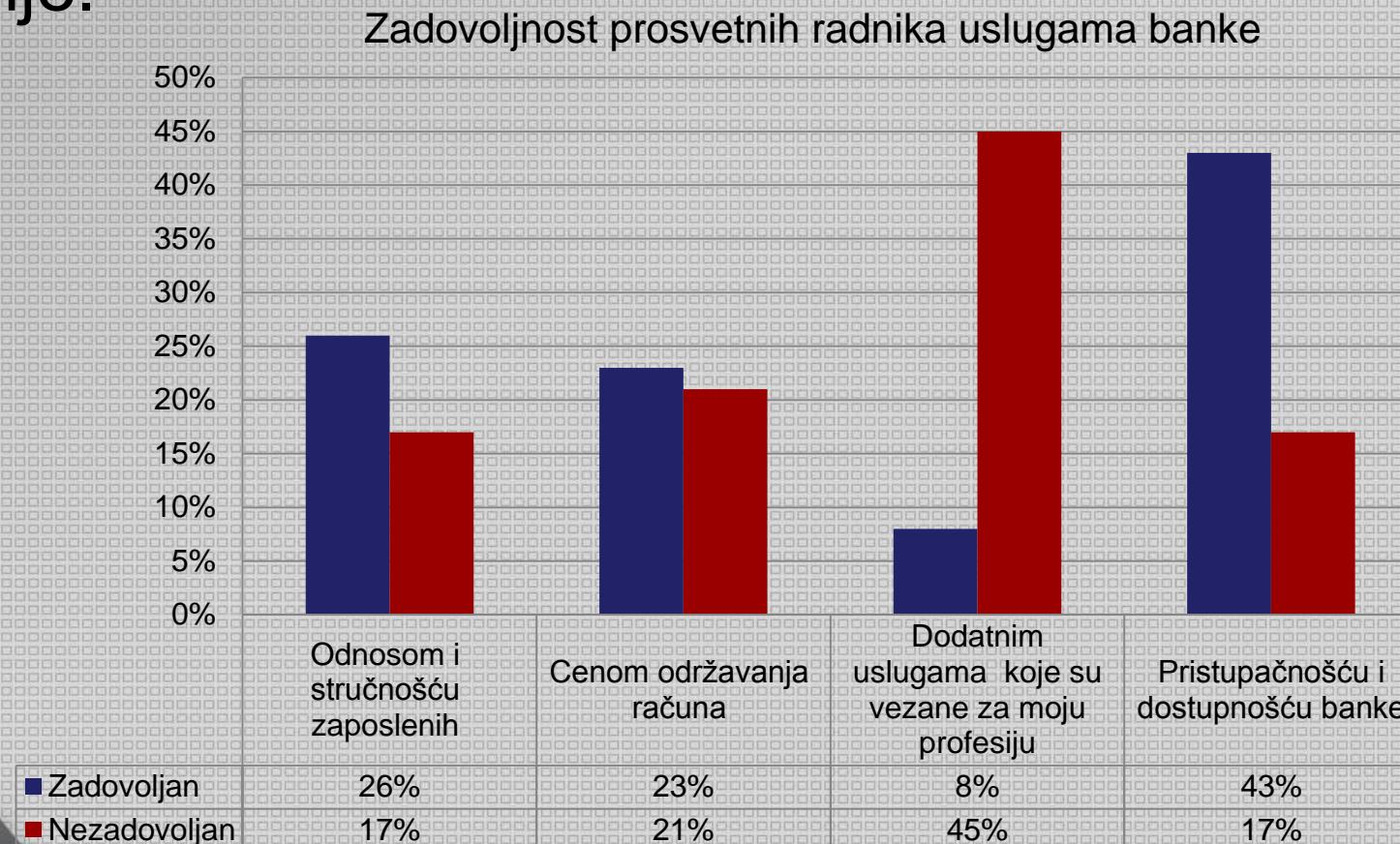
Iako su medicinski radnici važni za banku, kao potencijalni klijenti sa redovnim i sigurnim primanjima, oni čine još važniju kariku u društvu i državi, koja ih, čini se ostavlja po strani i ne pruža im potrebnu satisfakciju.



Ovakvo ponašanje dovelo je medicinske radnike do nezavidnog ekonomskog položaja, što s druge strane banchi otvara mogućnost da to iskoristi i pridobije ih kao svoje klijente, ponudivši im usluge koje će ih stimulisati i doprineti njihovom profesionalnom unapređenju.

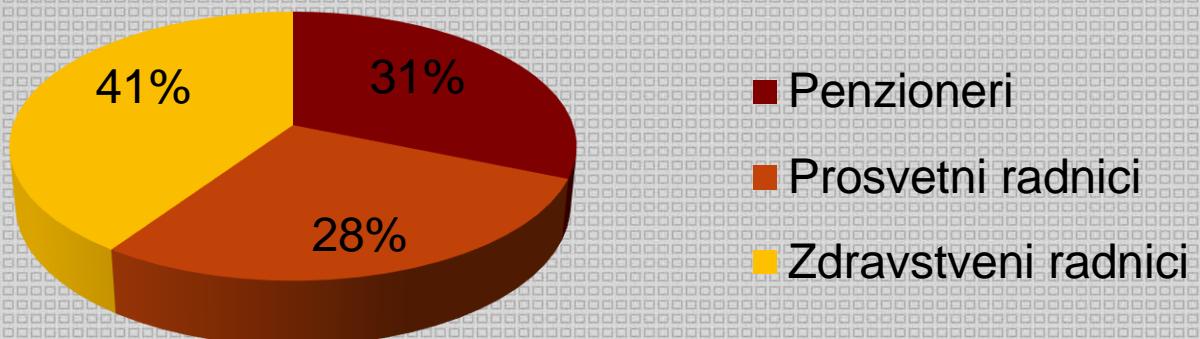


Urađeno je istraživanje koje je obuhvatilo 53 lekara, a čiji su rezultati pokazali da je čak 46% lekara nezadovoljno dodatnim uslugama koje im banka pruža, a koje se odnose na njihovo stručno usavršavanje.



U odnosu na ostale grupe ispitanika, kod zdravstvenih radnika je naročito izraženo nezadovoljstvo bankarskim uslugama što ovu grupu čini specifičnom i interesantnom veličinom gde formiranje adekvatne bankarske ponude može privući više klijenata i našu banku učiniti posebnim subjektom koji brine o potrebama klijenata.

Procenat nezadovoljnih klijenata bankarskim uslugama po kategorijama u strukturi budžetskih korisnika



Zakonska obaveza zdravstvenih radnika je da prikupe 120 poena sa akreditovanih seminara za period od 5 godina, kako bi održali svoju licencu. Uzet je uzorak od 10 najposećenijih akreditovanih seminara, na osnovu kog je izvedena računica koja nam pokazuje da prosečna cena po bodu iznosi 111 dinara.

10 najposećenijih akreditovanih seminara	
Ukupna vrednost seminara	10 300
Ukupan broj bodova	93
Prosečna cena po bodu	110,7
Prosečan broj bodova po seminaru	9,3



S obzirom na prethodno iznete podatke izvodimo zaključak da bi najprimamljivija ponuda za lekare i medicinske sestre podrazumevala da uz otvaranje tekućeg računa i prenosa zarade u Societe Generale banku, banka prihvata da finansira prisustvovanje akreditovanim seminarima, u iznosu do 3000 dinara.

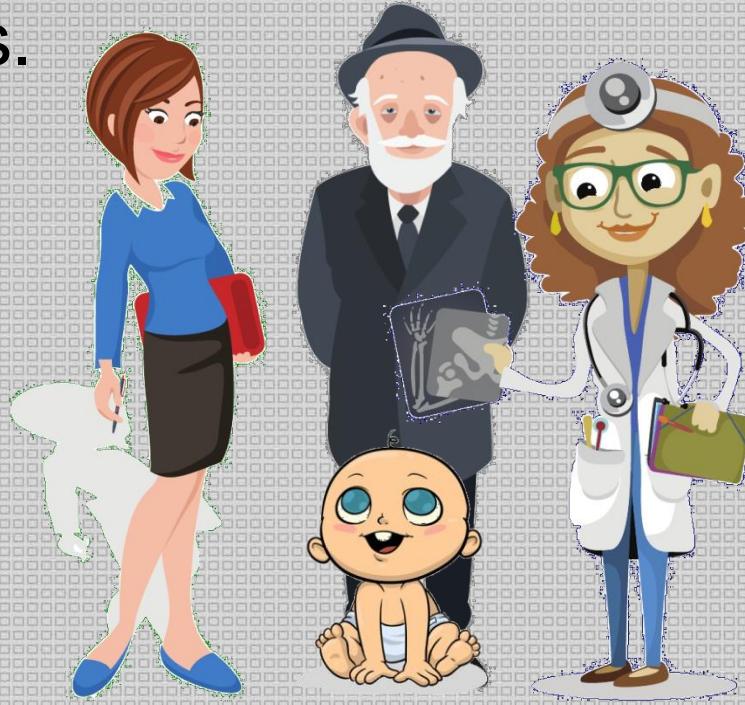


Na ovaj način banka bi pomogla zdravstvenim radnicima da dođu čak i do 27 poena.

Ovaj iznos klijenti mogu iskoristiti do kraja perioda koji im je propisan za prikupljanje poena (5 godina).



Suština koncepta identifikovanih potreba budžetskih korisnika i njihovo zadovoljenje na način efikasniji od konkurencije, nije samo pokušaj da se pridobiju novi klijenti, već način da se spoje karike u neprekidnom lancu superiornih vrednosti, naših najmilijih, onih koji ih obrazuju i onih koji brinu da budu zdravi i veseli pored nas.





**SA NAMA OVAKO NIKADA
NEĆETE IZGLEDATI**