

VOLNĚ PRODEJNÁ STUDIE „KREDITNÍ KARTA VS. KONTOKORENT“

V nabídce od: leden 2009
Termín realizace: listopad 2008
Metodologie: krátkodobý řízený blog (online kvalitativní výzkum)

Hlavní cíle: zjistit hlavní bariéry proti kreditním kartám formou konfrontace jejich uživatelů a „odmítačů“ (kteří ale jinak běžně využívají jiné úvěrové produkty) a nalézt možné cesty pro jejich překonání

Formát výstupu: závěrečná zpráva ve formátu .ppt vč. verbatimů a ukázek z blogu v celkovém rozsahu 63 stran

Cena volně prodejné studie: 29 500 Kč + 19% DPH
Doplňkové analýzy*: 5 000 Kč + 19 % DPH / téma

* V případě, že shromážděné materiály podrobnější analýzu zadaného tématu umožňují. Zahrnuje doplňková zjištění k tématu, včetně verbatimů, příp. vizuálů, a doporučení pro konkrétního zadavatele.

CONFESS RESEARCH

SIMAR MESOMAR

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA Z KRÁTKODOBÉHO ŘÍZENÉHO BLOGU NA TÉMA

KREDITNÍ KARTA VS. KONTOKORENT

Petra Višková, Praha 22. prosince 2008

"POMÁHÁME BUDOvat ÚSPĚŠNÉ ZNAČKY"

WWW.CONFESS.CZ

CONFESS RESEARCH

OBSAH

➤ Úvod	
➤ Pozadí a cíle výzkumu	3
➤ Metodologie a rekruční kritéria	4
➤ Upozornění	7
➤ Obecná zjištění	8
➤ Využívané úvěrové produkty	9
➤ Situace, kdy jsou úvěrové produkty využívány	11
➤ Důvody zřízení kontokorentu / kreditní karty	13
➤ Intenzita využívání kontokorentu / kreditní karty	15
➤ Volba mezi různými finančními produkty	16
➤ Hlavní zjištění	
➤ Kreditní karta vs. Kontokorent	18
➤ Konfrontace argumentů pro a proti kreditní kartě	29
➤ Konkrétní podmínky a zdroje informací	36
➤ Návrhy na vylepšení nabídky kreditních karet	45
➤ Další zjištění – reklama	50
➤ Závěry a doporučení	57
➤ Kontakt	63

"POMÁHÁME BUDOvat ÚSPĚŠNÉ ZNAČKY"

WWW.CONFESS.CZ

CONFESS RESEARCH

POZADÍ A CÍLE VÝZKUMU

- Kreditní karta patří mezi nejvíce „odmítané“ finanční produkty, a to i těmi, kdo běžně využívají jiné úvěrové produkty (nejsou „odmítači půjček“)
- Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, CO MAJÍ LIDÉ PROTI KREDITNÍ KARTĚ, KDYŽ KONTOKORENT JIM NEVAŽÍ:
 - Jaké jsou důvody odmítnutí kreditních karet?
 - Jak „překonatelné“ jsou tyto bariéry?
 - Jaké argumenty / informace / reklamní sdělení by respondenty oslovily?
- Sekundárně výzkum zjišťoval:
 - Obecné vnímání a využívání úvěrových produktů
 - Proces rozhodování / získání úvěrového produktu
 - Informovanost o podmínkách kreditních karet a zdroje informací
 - Převládající preference u reklam na kreditní karty.

"POMÁHÁME BUDOvat ÚSPĚŠNÉ ZNAČKY"

WWW.CONFESS.CZ

CONFESS RESEARCH

TESTOVANÝ VZOREK / REKRUTAČNÍ KRITÉRIA

- 14 respondentů (různá města ČR)
 - 2 skupiny
 - Samostatná práce + konfrontace jednotlivých skupin

Skupina „Kreditní karta“:

- 7 žen/mužů ve věku 25-40
- mix klientů různých bank
- využívají kreditní kartu

Skupina „Kontokorent“:

- 7 žen/mužů ve věku 25-40
- mix klientů různých bank
- využívají kontokorent
- nemají potřebu / odmítají kreditní kartu

"POMÁHÁME BUDOvat ÚSPĚŠNÉ ZNAČKY"

WWW.CONFESS.CZ

CONFESS RESEARCH

METODA KONFRONTACE

- Přibližně v polovině výzkumu byly obě původně oddělené skupiny respondentů, resp. jejich názory pro a proti kreditní kartě konfrontovány s cílem zjistit sílu argumentů uživatelů a překonatelnost bariér zmiňovaných odmítači kreditních karet. Od tohoto momentu byla diskuse společná pro obě skupiny.

"POMÁHÁME BUDOvat ÚSPĚŠNÉ ZNAČKY"

WWW.CONFESS.CZ

CONFESS RESEARCH

UPOZORNĚNÍ

- Jedná se o volně prodejnou studii, která nebyla realizována exkluzivně pro žádného konkrétního zadavatele.
- Zjištění a doporučení z této závěrečné zprávy mohou být využity výhradně pro potřeby klienta, který ji získal oficiální cestou od výzkumné agentury CONFESS Research.
- Závěrečná zpráva ani žádná její část nesmí být bez výslovného písemného souhlasu CONFESS Research dále poskytnuta třetím subjektům, publikována ani jinak zveřejněna. Při nedodržení této podmínky má CONFESS Research nárok na úhradu vzniklé škody.
 - Metodologie i výsledky výzkumu jsou majetkem a know-how výzkumné agentury CONFESS Research a informace obsažené v této zprávě jsou považovány za citlivé.
 - Zvláště citlivé jsou osobní informace o respondentech výzkumu, zejm. jejich jména, profil, fotografie atp., které nesmí být v žádném případě veřejně využity.

"POMÁHÁME BUDOvat ÚSPĚŠNÉ ZNAČKY"

WWW.CONFESS.CZ