



Analiza sectorului financiar in spatiul virtual

Bucuresti, 12.12.2006

In aceasta analiza au fost urmarite modalitatile de utilizare a Internetului de catre primele 15 banci din Romania, pentru promovarea lor si pentru comunicarea cu potentialii sau actualii clienti.

Site-ul BRD conduce

în topul prezentelor online cu 84.5 puncte, urmat de Bancpost cu 79.5 puncte.

Pe locul al treilea se afla BCR – 77.5 puncte, iar pe urmatoarele doua pozitii:

OTP Bank cu 75.5 puncte si Banca Româneasca cu 73 de puncte.

Criteriile de analiza

au fost formate din patru mari categorii: Continut, Promovare, Facilitati, Uzabilitate si Accesibilitate.

Pentru continut s-a

analizat oferta de produse si servicii disponibile pe site, documente, frecventa de actualizare, newsletter-ul.

Promovarea contine

aspectul estetic, studiul de acoperire în publicatiile de specialitate, rezultate în cautarea organica, promovare încrucisata.

Facilitatile

analizate au fost serviciile de e-banking, mobile-banking, ecommerce, RSS Feed, tutoriale informative, FAQ.

Pentru uzabilitate

si accesibilitate s-au avut în vedere usurinta de a gasi informatiile pe site,

accesibilitatea pentru persoanele cu dizabilitati, facilitatile de navigare oferite.

Dupa analizarea datelor, s-a observat ca cele mai importante lipsuri sunt designul fad, care îngreuneaza si navigarea, sau cel violent, care oboseste utilizatorul. De asemenea, lipsesc serviciile specifice web-ului contemporan (Feed-urile RSS care sa anunte cursul valutar, dobânzile), hartile de site si motoarele de cautare interna. Toate acestea ar facilita navigarea utilizatorilor. Ca si în cazul serviciilor online, unde se pot face îmbunatatiri.

Studiul reflecta o acoperire satisfacatoare a institutiilor bancare în domeniului online din punct de vedere informational. Accesul persoanelor fizice si al IMM-urilor la produsele si serviciile bancilor este facilitat de cantitatea mare de informatie si de posibilitatea de a obtine o parte dintre documentele necesare doar prin accesul la internet. Atât serviciile de tranzactionare online, cât si cele de instruire privind modalitatea de folosire ar mai necesita însa îmbunatatiri.

Cu o medie a punctajului general de 64.73 de puncte, prezentele online se pot îmbunatatii. Au fost analizate cele mai importante 15 banci dupa cifra de afaceri, conform rapoartelor Bancii Nationale a României dupa primele trei trimestre ale anului 2006, informatii citate si în Ziarul Financiar, editia 2 noiembrie 2006. Dintre primele 15 banci au fost excluse cele care nu au o dimensiune de retail banking, precum si acelea care sunt focusate pe produse specializate (Citibank si Eximbank), analiza axându-se pe bancile generaliste. În locul bancilor care nu se încadrau criteriilor analizei au fost introduse urmatoarele banci aflate în clasamentul B.N.R.: OTP Bank si Finansbank.

Cele 15 banci si situirile aferente supuse acestei analize sunt:

ABN Amro -
www.abnamro.ro

Alpha Bank -
www.alphabank.ro

Banca Comerciala
Româna - <http://www.bcr.ro/>

Bancpost -
<http://www.bancpost.ro/>

Banca Româneasca -
<http://www.brom.ro/>

Banca Transilvania
- <http://www.bancatransilvania.ro/>

BRD Groupe Société
Générale - <http://www.brd.ro/>

CEC -
<http://www.cec-sa.ro/>

Finansbank -
<http://www.finansbank.ro/>

HVB Tiriac -
<http://www.hvbtiriac.ro/>

ING Bank -
<http://www.ingbank.ro/>

OTP Bank –
<http://www.otpbank.ro/>

Raiffeisen Bank -
<http://www.raiffeisen.ro/>

UniCredit Romania -
<http://www.unicredit.ro/>

Volksbank -
<http://www.volksbankromania.ro/>

Site-ul BRD Groupe Societe Generale, cu un punctaj total de 84.5, s-a diferentiat prin serviciile oferite (internet-banking, mobile banking si e-commerce), având optiunea de a le testa sau de a le activa online. Desi cu un punctaj mic la categoria "uzabilitate", designul placut, structura navigationala simpla, simulatoarele de rate, feedback-ul online oferit de specialisti, posibilitatea de a descarca formulare si o buna vizibilitate pe siturile media specializate au reusit sa propulseze situl pe primul loc. De asemenea, utilizatorii beneficiaza online de un motor de cautare intern, de harti interactive pentru diverse domenii (agentii, ATM-ur, parteneri), de un simulator bancomat. www.brd.ro ofera si campanii de promovare / fidelizare pe anumite categorii de vârsta / sociale.

Site-ul Bancpost a obtinut un punctaj foarte mic pentru design / aspect estetic. Prima pagina este foarte încarcata, iar coloana din partea stânga – care ofera o expunere a

premiilor si realizarii bancii – ocupa prea mult spatiu. Meniul superior nu încapă în totalitate în pagina, aspectul parând neglijent. La celelalte categorii însă, BancPost câștiga teren: ofera multa informatie, facilitati de comunicare, meniul are o raza larga, nefiind astfel nevoie de accesarea prea multor pagini pentru a ajunge la informatia dorita. Astfel reuseste sa ajunga la 79.5 puncte. Serviciile online disponibile (Internet banking, e-commerce si mobile banking) si o buna expunere în motoarele de cautare aduc numarul maxim de puncte la aceste categorii, desi situl pierde puncte la acoperire în publicatii si la accesibilitate pentru persoanele cu dizabilitati.

Banca Comerciala

Româna se claseaza pe al treilea loc la capitolul prezentei online. Principalul dezavantaj este, ca si în cazul BancPost, aspectul estetic al sitului. La acesta se adauga si o acoperire slaba în motoarele de cautare si un numar mic de pagini afisate. De asemenea, nu exista o harta sau un motor intern de cautare, ceea ce îngreuneaza navigarea. Bara de navigare, construita pe doua niveluri, nu este destul de clara si nu ajuta cu mult navigarea, separarea dintre cele doua niveluri nefiind atât de evidenta. BCR are însă un volum mare de informatie, formulare care pot fi descarcate, actele necesare pentru diverse operatiuni, o foarte buna acoperire media. Serviciile online au plusat si ele, punctajul final al www.bcr.ro fiind de 77.5 puncte.

OTP Bank a obtinut

cel mai mare punctaj pentru Uzabilitate si Accesibilitate, însă a pierdut puncte pentru design si cantitatea de informatii. Situl este usor de navigat, ofera sericii specifice mediului online contemporan. Nu ofera însă RSS Feed, dictionar de termeni sau optiunea de a printa paginile. Neavând o buna acoperire în publicatiile specializate, se claseaza pe locul al patrulea, cu 75.5 puncte.

Site-ul Bancii

Românesti a fost dezavantajat de lipsa serviciilor oferite, proiectul aflându-se în desfasurare. Cu toate acestea, www.bancaromaneasca.ro ofera o cantitate mare de informatie, structurata clar si usor de urmarit. Obtine punctajul maxim pentru aspect estetic si cautare organica pe motoarele de cautare si se prezinta ca un site uzabil si accesibil navigarii. Totalul de puncte este de 73.

Studiul integral in
documentul atasat.

Livia Morarasu

Responsabil comunicare/PR TreeWorks

livia@tree.ro
TreeWorks