

IFJÚSÁGI SZEGMENS

**HOGYAN LEHET A PREZENTÁCIÓT ÉS A
KOMMUNIKÁCIÓT ÁTALAKÍTANI
A GENERÁCIÓ IGÉNYEI A**

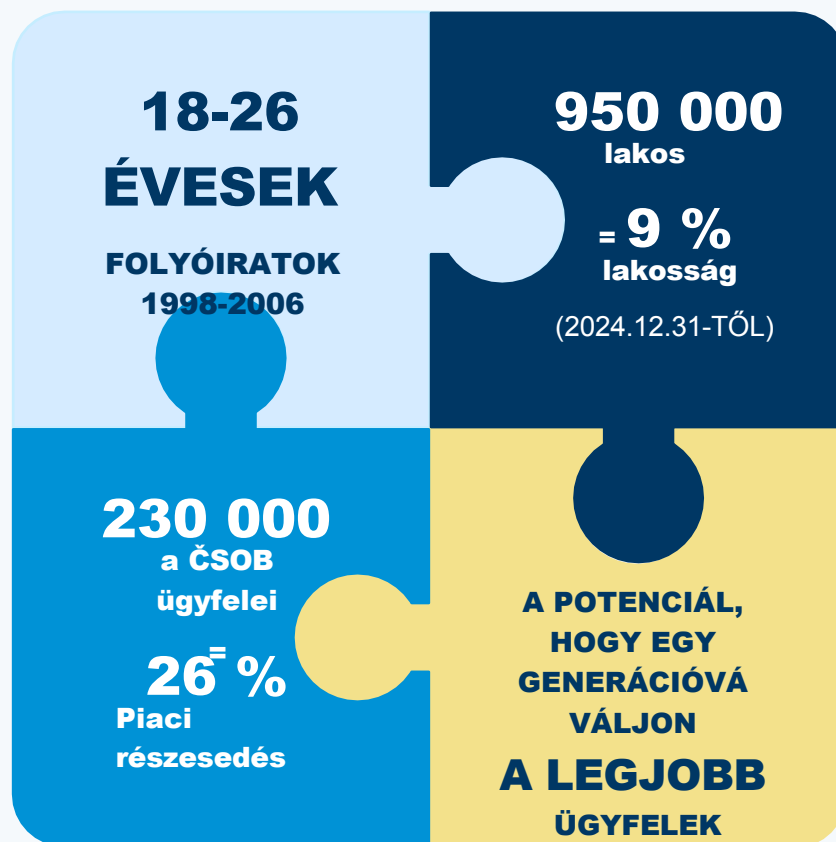






FIATALOK A CSEH KÖZTÁRSASÁGBAN

Z GENERÁCIÓ - A JÖVŐ AZ ÁBÉCÉ VÉGÉN



Az első **teljesen digitális generáció**.

 A technológia és az online világ befolyásolja a kommunikációjukat, az és fogyasztói szokások. információkeresésüket.

 A természeti környezet **társadalmi hálózatok** (különösen az IG és a TikTok), ahol a csehek 86%-a tölti szabadidejét minden nap. Ezek a **fő hírforrásuk**, de elsősorban szórakoztató tartalmakat keresnek.

 A Z generáció képviselőinek 22%-a a **befolyásolókat** tartja a banki információk legmegbízhatóbb forrásának. A **hitelesség** azonban kulcsfontosságú számukra.

 Nagy hangsúlyt fektetnek a **mentális egészségre, fenntarthatóság, társadalmi**

felelősségvállalás, tolerancia és
egyenlőség.

"A CSOB-nak régóta problémája van a márka megítélésével a fiatalabb generáció körében.

A fiatalok nem tartják ezt modernnek, egy barátságos bank a 21. században."



36 %

VALAHOL MÁSHOL HASZNÁL EGY FŐ BANKOT



40 %

AZ ÜGYFELEK NEM FIZETNEK RENDSZERESEN KÁRTYÁVAL

**230 TIS.
ÜGYFELEK
18-26
LET**



200 %

ELVÁNDORLÁSI ARÁNY = 2X MAGASABB ELVÁNDORLÁSI ARÁNY A RENDSZERES ÜGYFELEKHEZ KÉPEST



40 %

A TÁVOZÓ ÜGYFELEK A CSOPORTOS TERMÉK ELLENÉRE TÁVOZTAK



22 %

AZ ÜGYFELEK NEM HASZNÁLJÁK A ČSOB SMART



42 NPS

6M számlanyitásból származó 6M vs. 52 a MASS SEGMENT esetében

AZ IPSOS 2024 MEGLÁTÁSAI



A fiatal ügyfelek csak **29 éves korukban** kezdenek el gondolkodni a ČSOB márkán, amikor elkezdnek **gondolkodni** családi élet.



Ahogy koruk és igényeik nőnek, úgy fogják értékelni a ČSOB-termékek széles választékát.



A fiatalabb szegmens (diákok, első munkahelyek) **nem mutat szoros kapcsolatot a ČSOB-val.** A leggyakrabban használt termékek a **folyószámla** és a **megtakarítás**.



A legtöbben értékelik **az árak kényelmét**, a **tisztességes üzletmenetet** és a hűségért járó **jutalmakat**. (Jelenleg problémát jelentenek pl. a devizaszámlák vagy az ATM-díjak.)



Lényeges az a képesség, hogy **mindent digitálisan** tudunk megoldani. A ČSOB Smart megítélése ebben a csoportban nem túl pozitív.



A KB-val együtt a ČSOB a **legrosszabbnak ítélt bank a fiatalok körében az NPS szempontjából.** A fő versenytárs az Airbank.



A számla paraméterei felcserélhetők más bankokkal (mindegyik bank kínál folyószámlát ingyenesen).

MIT AKARUNK ELÉRNI



VONZÓ NAPI BANKI AJÁNLATOK, AMELYEK MEGFELELNEK A Z GENERÁCIÓ IGÉNYEINEK ÉS SZÜKSÉGLETEINEK.



HOSSZÚ TÁVÚ KOMMUNIKÁCIÓS KONCEPCIÓ A LEGJOBB A MARKETING LEHETSÉGES HATÁSA A FIATALOKRA



A FIATAL PORTOLISZ MINŐSÉGÉNEK AKTÍV JAVÍTÁSA (AKVIZÍCIÓ ↑, AKTIVÁLÁS ↑↑↑, NPS ↑↑↑, ELVÁNDORLÁS ↓↓).

HOGYAN KELL CSINÁLNI

MULTIFUNKCIONÁLIS CSAPAT



Egy önálló csapat, amely dedikált kapacitással és fókusszal rendelkezik.



Egyértelmű cél és elképzelés. És a vágy a változásra és a dolgok előrevitelére.



Aktív részvétel, a szokásos napirendjükön túlmutató és a téma birtoklása.



Agilis munkamódszer, amely elősegíti a hatékony együttműködést, az ügyfelek elégedettségét és a rugalmasságot.



Szegmens
Lukáš BURIAN



David SHORT



SEGMENT
Karla WEISS

**BANKÜGYEK (számlák, kártyák) Martina GRÁNOVÁ
Filip STUMPER**



ONLINE



NAPI

MARKETING ÉS SZOCIÁLIS
Michaela DUŠKOVÁ

CX/UX
Hung Duc TRAN
Jan JOHANOVSKI

BEFEKTETÉSEK/PATRIA
Kateryna POPELESHKO,
Libor SVOBODA

DIGI ÉS KATE
Klara VOJTOVÁ



A Z GÉN AKTÍV RÉSZVÉTELE



**INSPIRÁCIÓ
KÖZVETLENÜL A
Z GENERÁCIÓ
KÉPVISELŐITŐL**



**KONCEPCIONÁLI
S
MEGKÖZELÍTÉS
AZ EGÉSZ
BANKBAN**

→ kapcsolat a HR-rel
és kiskereskedelmi
forgalmazás



**AKTÍV RÉSZVÉTEL
GEN Z DO
BIZONYOS TÉMÁK**



**DIÁKOKKAL DOLGOZNI
MINDEN**



A SIKERES AJÁNLATHOZ VEZETŐ ÚT

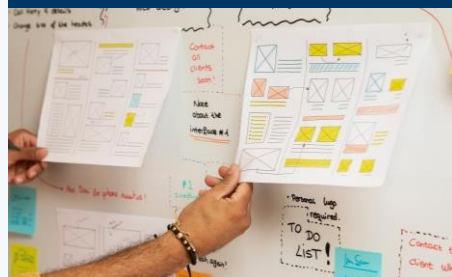
1 DEEP DIVE BEMENETEK



- **KUTATÁS** az ügyfél, az igényei, kívánságai, problémái és elvárásai jobb megértése érdekében.
- A **VERSENY** feltérképezése a Cseh Köztársaságban és külföldön
- **PERSON** létrehozása



2 DESIGN SPRINT

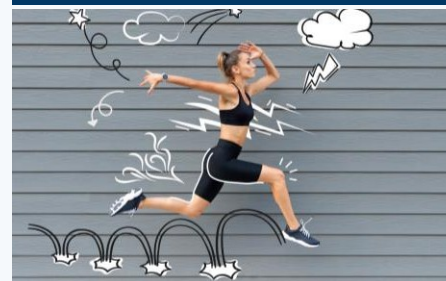


Tervezési sprint külső facilitációval, melynek célja egy **JAVASLAT** létrehozása.

- irány
- célok
- konkrét cselekvési lépések



3 GYORS GYŐZELMEK



- ✓ **ONBOARDING**
- ✓ **DÍJAK**
- ✓ **IGAZ NÉV KÁRTYA**
- ✓ **DEVIZASZÁMLÁK**

4 HOSSZÚ TÁVÚ JÖVŐKÉP



- ✓ A **TOP 3** bank között van a rangsorban Tudatosság
- ✓ A **Z generáció** igényeinek kielégítésére irányuló felajánlás
- ✓ **KOMMUNIKÁCIÓS KONCEPCIÓ A FIATALOK SZÁMÁRA**



EGYÜTTMŰKÖDÉS A MASTERCARD DAL

- Hosszú távú projekt-egytműködés az ifjúsági tevékenységek terén.
- A Mastercard Advisory és szakértelmük igénybevétele.
- MC költségvetési előirányzat.

MILYEN KIRÁLY EZ

**ÉS SZERETNÉNK, HA ILYEN ELÉGEDETT
ÜGYFELEINK LENNÉNEK
FEL AKARTÁK EMELNI
KÖSZÖNÖM A FIGYELMUKET**

KARLA ÉS LUKAS

