Oferta bate brandul în telecomunicatii şi în domeniul bancar

BUCURESTI - 4 octombrie 2006 ora 12:30
Comunicat tip General in Afaceri

Piaţa de comunicaţii mobile şi cea financiar-bancară se află în România într-o perioadă de dezvoltare accelerată: se depăşesc continuu frontiere geografice, dar şi privind mentalitatea clientului. Operatorii de telefonie mobilă insistă tot mai mult pe servicii conexe funcţiei primare a telefoniei mobile, încercând să-şi crească veniturile, iar băncile se extind tot mai aproape de client, devin mai accesibile şi caută să intre prin promoţii în viaţa a cât mai multe persoane cărora să le vândă cât mai multe produse.

Tot mai multe persoane din tot mai multe categorii sociale ajung să deschidă un cont bancar, să utilizeze un card, să împrumute bani de la bancă; la fel, să utilizeze un telefon mobil măcar pentru convorbiri. În paralel, ofertele speciale, promoţiile lansate de bănci şi de companiile de telefonie mobilă îi fac pe utilizatorii deja existenţi să cumpere, în paralel, un nou produs. Strategia de marketing face minuniFidelitatea este destul de redusă privind piaţa şi rezultatele financiare ale companiilor concurente. Există o masă importantă de populaţie care utilizează intens telefonia mobilă şi cunoaşte bine mediul bancar, ajungând să deţină, spre exemplu, cartele pre-paid de la mai multe companii de telefonie mobilă şi credite sau carduri de la mai multe bănci. Companiile lansează mereu inovaţii şi promoţii, marketingul face minuni. Un bun exemplu este şi lansarea Cosmote şi a ofertei de 2000 de minute cu doar 3 euro; marea majoritate a clienţilor beneficiau sau încă beneficiază şi de serviciile Vodafone, Orange sau Zapp, fapt evident în piaţă.Două sondaje realizate pe parcursul verii de site-urile specializate pe segmentul business www.SMARTfinancial.ro şi www.SMARTbank.ro au confirmat cele de mai sus, chiar dacă sondajele sunt reprezentative doar în rândul vizitatorilor celor două ziare financiare exclusiv electronice. Ofertele bine promovate atrag garantatPe SMARTbank.ro, cititorii au putut răspunde la întrebarea “Clientul câtor bănci existente în acest moment pe piaţă aţi fost sau sunteţi dumneavoastră, altfel spus la câte bănci aveţi deschis măcar un cont curent?”. S-au înregistrat 469 de voturi, 74% dintre respondenţi indicând faptul că au avut relaţii comerciale cu cel puţin 2 banci (22%), dacă nu chiar 3 (24%), 4 (15%), 5 (7%) sau mai mult de 5 banci (6%). Astfel, doar 20% dintre cei ce au răspuns pe

www.SMARTbank.ro au spus că au rămas fideli unei singure bănci, iar 6% au recunoscut că încă nu s-au adresat niciodată unei bănci pentru operaţiuni care necesită şi deschiderea unui cont curent.Pe SMARTfinancial.ro, întrebarea supusă publicului a fost “Câte numere de telefon mobil deţineţi în prezent?”, numărul de voturi înregistrate fiind de 1832. În acest caz, 36% dintre respondenţi au ales varianta “Un singur număr”, 2% varianta “Nici măcar unul”, iar restul de 62% au indicat faptul că deţin mai multe numere de telefon: două numere - 32%; trei numere - 20%; patru numere - 7%; cinci numere - 3%. Important este de spus şi faptul că sondajele au fost publice, cu rezultate publice şi posibilitatea imediată de a vota fără înregistrare prealabilă. Limitarea a fost foarte strictă - nu per cookie, ci per IP/zi, astfel încât relevanţa să fie cât mai mare. Piaţa este destul de transparentăSondajele confirmă şi sunt confirmate în acelaşi timp de realităţi sesizabile pe piaţă, însă nu sunt reprezentative decât la nivelul vizitatorilor celor 2 site-uri. Publicul targetat de www.SMARTfinancial.ro si www.SMARTbank.ro este din mediul de afaceri, cu venituri medii si mari, educaţie şi deschidere către nou, caracterizat de dinamism şi implicare socială.Sondaje noi adresate utilizatorilor de internetÎn prezent, SMARTfinancial.ro şi SMARTbank.ro au lansat noi sondaje publice. “În alegerea unui automobil nou, ce criteriu este cel mai important pentru dumneavoastră?” şi “Care ar fi cel mai important argument care vă convinge să alegeţi plata la comercianţi cu cardul bancar?” sunt întrebările care aşteaptă părerile cititorilor pe cele două portaluri de informaţie business.Targetare businessPrintre partenerii SMARTbank.ro şi SMARTfinancial.ro în ceea ce priveşte evenimentele de business se numără World Trade Center Bucureşti, Consiliul Naţional al Întreprinderilor Mici şi Mijlocii din România, PM Cafe (Codecs & Coaching Institute), Business-Edu, Fundaţia Eurolink - Casa Europei, Advertising Show, Print Show, Luxury Show (Euroexpo), Templus Advertising, Media ON, PROFINN, Palette Advertising – Fără Cravată, Târgul Naţional Imobiliar (BDO Business Center), Strategic 2006, Zilele Biz 2006 (Business Media Group), eco6 (la Zurich). De asemenea, SMARTfinancial.ro se bucură şi de suportul public al DotCommerce şi Gecad ePayment în ceea ce priveşte mediatizarea comerţului electronic.

Despre SC Smart Press SRL

www.SMARTfinancial.ro www.SMARTfinancial.rooffice@smartpress.ro

SC SMART PRESS SRL
http://www.smartpress.ro