


Analiza slovenske bančne panoge 2016



Prednaročila
do 14. decembra

Katera banka je digitalno najbolj konkurenčna? Kako konkurenčna je vaša banka?

Letošnja analiza vključuje raziskave in poročila:

- #1** Analiza slovenske bančne panoge 2016 – Vsebinska in hevristična analiza spletnih mest vseh slovenskih bank, produktnih spletnih mest, profilov na družbenih omrežjih...
- #2** Mystery shopping raziskava – Digitalna odzivnost slovenskih bank
- #3** Analiza slovenskega spletnega bančništva – Vsebinska in hevristična analiza vseh slovenskih spletnih
- #4** Analiza slovenskega mobilnega bančništva – Vsebinska in hevristična analiza mobilnih spletnih mest slovenskih bank

Dodatne storitve po naročilu:

- #5** Primerjalne benchmark analize za vse raziskave – za spletna mesta, spletne banke, mobilna spletna mesta
- #6** Analiza uporabniške izkušnje (z eyetracking tehnologijo) – Testiranje na realnih uporabnikih (spletna mesta, spletne banke, mobilna spletna mesta)



Analiza slovenske bančne panoge 2016

Katere analize bomo izvajali in kateri produkti so vam na voljo

V podjetju E-laborat že **11. leto zapored** v zadnjem četrtletju izvedemo temeljito **analizo stanja slovenskega digitalnega bančništva**. Tudi v bančništvu vsako leto beležimo spremembe in pojavljajo se trendi, ki od bank terjajo, da v digitalnem okolju uvajajo nove načine poslovanja in nove načine komuniciranja z javnostmi.

Zato vsako leto naše raziskave vključujejo novosti, ki zagotavljajo kar najvišjo uporabno vrednost naših produktov in storitev. Letos lahko izbirate med v nadaljevanju predstavljenimi **generičnimi produkti** in **dodatnimi individualiziranimi** raziskovalno svetovalnimi storitvami.

Ker želimo, da naše rešitve rešujejo vaše **realne** in **aktualne probleme**, smo vedno hvaležni, ko se na nas obrnete s konkretnimi pričakovanji, predlogi in potrebami.

Stopite v stik z nami!

DODATNE INFORMACIJE:

www.e-laborat.si

info@e-laborat.si

01 565 52 92

#1 Analiza slovenske bančne panoge 2016

Osnovna raziskava slovenskega digitalnega bančništva prikaže **standarde** in **trende** v slovenski **bančni panogi** v **digitalnem okolju**. Ker vedno analiziramo tudi tuja spletna mesta, ta ponudi tudi primerjave s stanjem v tujini.

Poleg natančne **vsebinske** in **hevristične** (uporabniške) analize vseh spletnih mest, v tej raziskavi analiziramo tudi vsa **produktna spletna mesta** ter profile in strani na **družbenih omrežjih** (Facebook, Twitter, LinkedIn).

Na podlagi pridobljenih rezultatov pripravimo poročilo analize. To vsebuje podatke v obliki **tabel** in **grafov**, opisno **interpretacijo** podatkov ter **primere dobrih in slabih praks**.

Analiza in primerjava digitalnega poslovanja vseh slovenskih bank in hranilnic

POTEK ANALIZE IN PRIPRAVA POROČILA

- **Zajem podatkov** – analiza spletnih mest, analiza produktnih spletnih strani, prikazovanje na mobilnih napravah – poteka med **23. novembrom** in **10. decembrom**.
- V analizo smo vključili: vse spletne strani slovenskih bank in hranilnic (tudi vašo!), produktne spletne strani bank, profile in strani na družbenih omrežjih ter 15 izbranih **tujih bank**.
- Vsako spletno stran analiziramo z vidika **vsebinske kakovosti** (preko 250 parametrov) ter izvedemo hevristično analizo **uporabniške izkušnje**.
- Izvedli bomo tudi **analizo spletnih tržnih deležev** – pozicije posameznih bančnih spletnih mest na spletnih iskalnikih za **100 ključnih besed** in besednih zvez, ki jih uporabniki uporabljamo, ko iščemo bančne produkte.

POROČILO ANALIZE BO VSEBOVALO:

- rezultate raziskave v obliki grafov, tabel, komentarjev,
- primere najboljših praks,
- komentarje in priporočila.

VSEBINA POROČILA ODGOVARJA NA VPRAŠANJA:

- *Katera banka je najbolj digitalno konkurenčna?*
- *Katere banke so dobre na določenih področjih?*
- *Kako konkurenčna je vaša banka?*
- *Kakšni so trendi in standardi ter katere novosti so se pojavile v letu 2016?*
- *Kaj so dobre prakse in zakaj?*



Poročilo raziskave bo izšlo **28. decembra 2016**.

Redna **CENA** poročila znaša **1.830,00 EUR + ddv**.
Cene poročil s **POPUSTI** v priloženi **NAROČILNICI**.



#2 Mystery shopping raziskava

Z metodo »**skrivnostnega nakupovanja**« merimo v obdobju dveh tednov **digitalno odzivnost** vaše in vseh ostalih slovenskih bank. Z lažnega elektronskega naslova smo vam posredovali določena vprašanja na »**info**« **elektronske naslove** in **povpraševanja** za določene produkte. Pri bankah, ki to omogočajo, smo izvedli tudi povpraševanja **preko spletnih obrazcev**.

Analiza odzivnosti in kakovosti digitalnega komuniciranja slovenskih bank

POTEK ANALIZE IN PRIPRAVA POROČILA

- Testiranje izvajamo med **15. in 29. novembrom**.
- Z **lažnega elektronskega naslova** smo vam na »**info**« elektronski naslov poslali specifična vprašanja.
- Poslali smo vam tudi **povpraševanja** za konkretne bančne produkte.
- Povpraševanje smo, kjer je mogoče, poslali tudi preko **informativnih obrazcev**.
- V tem obdobju analiziramo tudi kakovost komuniciranja **preko e-novic** (»newsletter«).
- Beležimo **odzivnost** in **kakovost** komuniciranja.

Podatki bodo predstavljeni v poročilu Analiza slovenske bančne panoge na internetu 2016.

- Predstavljeni bodo posamezni podatki po **tabelah** in **grafih**.
- Podatki bodo opremljeni s **komentarji**.
- Prikazani bodo tudi primeri (predvsem) **dobrih praks**.

#3 Analiza slovenskega spletnega bančništva

Za potrebe te raziskave smo **odprli osebne račune na vseh slovenskih bankah** ter uporabili opcijo spletnega bančništva. Na vseh spletnih bankah bomo izvedli **vsebinsko** in **hevristično analizo**.

Ker izvajamo to raziskavo **drugo leto zapored**, bomo lahko **podatke primerjali z lanskimi** in prikazali aktualne **trende**, poleg **standardov** na področju spletnega bančništva.

Na podlagi pridobljenih rezultatov pripravimo poročilo analize. To vsebuje podatke v obliki **tabel** in **grafov**, **opisno interpretacijo** podatkov ter **primere dobrih in slabih praks**.

Analiza in primerjava vseh slovenskih spletnih bank

POTEK ANALIZE IN PRIPRAVA POROČILA

- Zajem podatkov bomo izvajali med **10. in 30. decembrom**.
- Za potrebe analize smo odprli račune **na vseh slovenskih bankah** in hranilnicah.
- Na vseh spletnih bankah bomo naredili **popis ključnih funkcionalnosti in vsebin**.
- Definirali bomo **ključne uporabniške poti** in določili **hevristike** (uporabniške standarde).
- Naši **strokovnjaki za uporabniško** izkušnjo bodo analizirali **vsako spletno banko posebej**.

POROČILO ANALIZE

- Pridobljene podatke bomo **obdelali, primerjali** in pripravili za **prikaz v poročilu**.
- Podatke bomo **primerjali tudi z rezultati lanske analize** in identificirali **trende**.
- Poročilo bo poleg pridobljenih podatkov opremljeno tudi s slikami uporabe vseh spletnih bank, primeri **dobrih praks, komentarji in priporočili**.

VSEBINA POROČILA ODGOVARJA NA VPRAŠANJA:

- *Kako načrtovati in izvesti ključne funkcionalnosti ob prenovi ali optimizaciji spletne banke?*
- *Kakšno je zadovoljstvo vaših komitentov z vašo spletno banko?*
- *Kje v procesu uporabe se najpogosteje »zataknejo«?*
- *Kateri postopki so dobri in kateri so slabi?*
- *Jo lahko uporabljajo slepi, slabovidni, gluhonemi... ljudje s posebnimi potrebami?*
- *Kako zmanjšati krivuljo učenja uporabe, zmanjšati frustracije vaših komitentov in posledično razbremeniti klicni (in e-mail) center?*
- ...



Poročilo raziskave bo izšlo v drugi polovici januarja 2017.

Redna **CENA** poročila znaša **1.830,00 EUR + ddv**.
Cene poročil s **POPUSTI** v priloženi **NAROČILNICI**.



#4 Analiza mobilnih spletnih mest slovenskih bank

LETOS NOVOST

Spletno poslovanje v vseh panogah postaja **mobilno**. Tudi v bančni panogi. V številnih panogah je delež uporabnikov mobilnih spletnih mest že zdavnaj **presegel 50 %**. **Kakovostno prilagojeno in uporabniku prijazno** prikazovanje vaših spletnih strani na mobilnih napravah postaja vaša **ključna konkurenčna prednost**.

Zato bomo letos za vas izvedli tudi analizo tega področja v bančni panogi.

Vsa mobilna spletna mesta bomo analizirali z naslednjih vidikov:

- **Vstopna stran** – Prilagojenost vstopne strani potrebam uporabnikom, ki dostopajo preko mobilnih naprav.
- **Vsebine** – Prilagojenost vsebin za uporabnike spletnih bank preko mobilnih naprav.
- **Navigacija** – Primernost in učinkovitost navigacije na mobilnih napravah.
- **Oblikovanje** – Učinkovito oblikovanje CTA (»Call To Action«), predstavitev in vstopne strani.
- **Ponudba** – Enostavnost predstavitve ponudbe na mobilnih straneh ter prilagoditev le-te za mobilne uporabnike.
- **Uporabniška izkušnja na mobilnih napravah** – Izpolnjevanje obrazcev in informativnih izračunov – enostavno in prilagojeno za mobilne uporabnike.
- **Hitrost** – Hitrost nalaganja mobilnih strani slovenskih bank (Mobilni uporabniki so še bolj nestrpni kot drugi uporabniki in še hitreje zapustijo spletno mesto, ki ni prilagojeno hitremu nalaganju oz. potrebam uporabnikov).

Potek in izvedba analize:

- **Zajem podatkov** bo potekal med **20. decembrom** in **10. januarjem 2017**.
- Vsako mobilno spletno stran bomo analizirali na **različnih mobilnih napravah**.
- Vsako mobilno spletno stran bomo analizirali z vidika **vsebinske kakovosti** in z vidika **uporabniške izkušnje** – upoštevali bomo okrog **100 parametrov** kakovosti.

Vsebina poročila odgovarja na vprašanja:

- *Katera banka dobro služi tudi mobilnim uporabnikom?*
- *Katera spletna mesta bank so primerno prilagojena za mobilne naprave?*
- *Kaj so dobre prakse mobilnih spletnih mest in zakaj?*
- *Česa ne smete pozabiti ob transformaciji na mobilno spletno mesto?*

Redna **CENA** poročila znaša **1.710,00 EUR + ddv**.
Cene poročil s **POPUSTI** v priloženi **NAROČILNICI**.

#5 Poglobljena primerjalna analiza za vaše spletno mesto / spletno banko / mobilno spletno stran

To **dodatno raziskavo** bomo izvedli za vaše spletno mesto ali vašo spletno banko, na podlagi vašega naročila in natančnega **usklajevanja vaših potreb** ter **poslovnih načrtov in ciljev**.

Pri dodatni analizi bomo izhajali iz obstoječih podatkov ter **primerjali podatke za vašo banko s podatki celotne panoge**. Osredotočili se bomo predvsem na vaše **»šibke točke«** in te **dodatno analizirali**.

V poročilo bomo s **tabelami** in **grafi** prikazali vaše **»šibke točke«** ter podali **priporočila za izboljšave**, nazorno opremljena s **slikami** in **primeri dobrih praks**.

POTEK ANALIZE IN PRIPRAVA POROČILA

- Izvedli bomo **dodatno poglobljeno interpretacijo podatkov** analize panoge.
- Identificirali bomo **vaša šibka področja** in področja, ki **jih bomo določili skupaj** in pri tem izhajali iz vaših KPI-jev.
- Ta področja bodo analizirali naši **strokovnjaki za uporabniško izkušnjo** in **spletno poslovanje**.
- Za pripravo poročila bomo predvideli **priporočila in izboljšave**.

POROČILO ANALIZE:

- Poročilo bo vsebovalo **razširjene podatke**, ki bodo natančno prikazali **kakovost vašega spletnega mesta / spletne banke / mobilnega spletnega mesta**.
- Podatki bodo prikazani v obliki **grafov, tabel, komentarjev**.
- Za vaša šibka področja bomo pripravili **priporočila za izboljšave**, s slikami **primerov dobrih praks**.
- Vsebinsko poročila boste lahko **takoj uporabili za izboljšave!**

VSEBINA POROČILA ODGOVARJA NA VPRAŠANJA:

- *Kako spremeniti vašo rešitev (spletno stran, spletno banko, mobilno spletno stran), da bo bolj prijazna do uporabnikov?*
- *Katere postopke je potrebno dodati oziroma, kako jih optimizirati?*
- *Kaj storiti, da boste na spletu bolj konkurenčni?*
- *Katere vsebine je priporočljivo ali nujno nadgraditi in optimizirati?*
- *Kako izboljšati uporabniške poti?*
- *Kako izboljšati spletno predstavitev vaših ključnih produktov in povečati prodajno-komunikacijsko učinkovitost?*

Redna **CENA** analize znaša **2.100,00 EUR + ddv**.
Cena analize s **POPUSTI** v priloženi **NAROČILNICI**.



#6 Analiza uporabniške izkušnje s tehnologijo »eyetracking«

To je **najbolj zanesljiva in učinkovita raziskava** za testiranje kakovosti interakcije med uporabniki in vašim spletnim mestom, mobilno spletno stranjo ali spletno banko. S to raziskavo zanesljivo najdemo **probleme, zaradi katerih uporabniki ne opravijo postopkov, ki bi jih »morali«**.

Raziskave se izvaja na **realnih uporabnikih**. Testiramo naloge (scenarije), ki jih določimo skupaj in ki so ključni za poslovno učinkovitost vašega spletnega mesta, mobilne spletne strani ali spletne banke.

Raziskavo izvajamo s tehnologijo »eyetracking« – sledenja gibanja očesa.

TESTIRANJE VAŠEGA SPLETNEGA MESTA NA REALNIH UPORABNIKIH

- *Kako se na vašem spletnem mestu ZNAJDEJO uporabniki?*
- *Ali hitro in brez težav IZVEDEJO POSTOPKE, ki so ključni za uspešnost vašega spletnega mesta, in ali najdejo tisto, kar so želeli?*
- *Ali uporabniška izkušnja podpira KPI – je vašega spletnega mesta?*
- *KAKO SPREMENITI vstopno stran, navigacijo, informacijsko arhitekturo, oblikovanje, nakupne procese in druge elemente, da bo vaše spletno mesto bolj prijazno, logično in koristno za obiskovalce in da bo postalo vaša najuspešnejša »poslovalnica«?*

FAZE RAZISKAVE

- 1) V sodelovanju z naročnikom uskladimo vsebinska izhodišča in definiramo ključne faktorje uspeha (KPI-je) spletnega mesta.
- 2) Določimo 10 scenarijev (npr. naročilo storitve, iskanje informacij, povezanih s storitvijo, izpolnitev informativnega vprašalnika ...), ki jih kasneje testiramo na realnih uporabnikih.
- 3) V nadzorovanih okoliščinah v naših prostorih izvedemo naslednja testiranja: – 5–sekundni test vstopne strani, – testiranje vseh desetih scenarijev, – poglobljen intervju z uporabniki o splošnem vtisu spletnega mesta.
- 4) Po končanih testiranjih podatke interpretiramo ter pripravimo poročilo s konkretnimi priporočili za optimizacijo spletnega mesta. Podatke raziskave predstavimo na interni delavnici.

Testiranje uporabniške izkušnje izvajamo z najsodobnejšo tehnologijo (Tobii X120) za »Eyetracking«. Izsledki raziskave s to tehnologijo garantirajo 100% zanesljive povratne informacije o kakovosti vašega spletnega mesta.

Komu so namenjena poročila raziskav:

- **Urednikom spletnih mest in članom spletnega uredništva** »Kje smo v primerjavi s konkurenco, kako se digitalno razvija naša panoga in kakšna so pričakovanja uporabnikov?«
- **Oddelkom marketinga** »Smo na spletu konkurenčni in kako smo lahko še bolj?«
- **Oddelkom za odnose z javnostmi / PR** »Kako z digitalnimi orodji učinkovito komunicirati s specifičnimi javnostmi?«
- **Upravi in vrhnjemu menedžmentu** »Ali izkoriščamo vse potenciale digitalnega poslovanja?«



Primer tipičnih strani raziskovalnega poročila.



Vaša poročila prejmete v Pdf obliki, opremljena z direktnimi povezavami do primerov.



Uporabna znanja za digitalno poslovanje

Redna **CENA** analize znaša **6.500,00 EUR + ddv** oziroma **4.500,00 EUR + ddv** brez tehnologije »eyetracking«
Cena analize s **POPUSTI** v priloženi **NAROČILNICI**.

DODATNE INFORMACIJE:

www.e-laborat.si

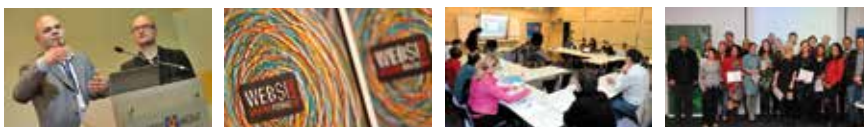
info@e-laborat.si

01 565 52 92

Zakaj nam zaupati?

Ker že enajsto leto opravljamo analize panog na spletu v različnih panogah in pripravljamo specializirane raziskovalne priročnike. Po-buda je prišla s strani strank, ki so želele **redna poročila o trendih in standardih** v panogi ter **nasvete** za aktualne in najboljše rešitve njihovih konkretnih problemov.

Naše vodilo je, da pripravimo poročilo raziskave, ki bo nazorno po-kazalo, **kdo in zakaj je v panogi najboljši**, ter **priročnik z visoko uporabno vrednostjo**, ki bo s primeri predstavil preverjeno najboljše aktualne spletne prakse v vaši panogi (domače in tuje), ki jih lahko takoj uporabite za večjo učinkovitost vaših spletnih strani.



Do sedaj so nam zaupali tudi:

Abanka Vipa d.d., Adria Airways d.d., Adria mobil, d.o.o. Adriatic Slovenica d.d., Agencija RS za okolje, Allianz Hungaria Zrt., Alpina d.d., Alta skladi d.d., Amis, d.o.o., Avto Triglav d.o.o., Banka Celje d.d., Banka Koper d.d., Dnevnik d.d., Elektro Ljubljana d.d., Eles, d.o.o., Engrotuš d.d., Fakulteta za komercialne in poslovne vede, Fakulteta za turistične študije – Turistica, Fashion.si, Fructal d.d., GA, gospodinjiski aparati d.d., Gen-i d.o.o., Gorenje d.d., Gorenjska banka, d.d., GZS, Gospodarsko razstavišče d.o.o., Grand Hotel Toplice Bled d.o.o., Grawe Zavarovalnica d.d., Microsoft Slovenija d.o.o., Hit, d.d., Hoteli Bernardin, d.d., Hypo Alpe-Adria-Bank d.d., Istrabenz Turizem d.d., Izi mobil, d.d., JAPTI, Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije, Kapital-ska družba, d.d., KD Group d.d., Lek d.d., Lokalna turistična organizacija Bovec, Loterija Slovenije, d.d., Luka Koper, d.d., Medis d.o.o., Mercator d.d., Microsoft Slovenija d.o.o., Ministrstvo za javno upravo, Ministrstvo za obrambo, MM Marketing magazin, Mobitel, d.d., Nikon GmbH, NLB d.d., Nova KBM d.d., Olimpijski komite Slovenije, PM Poslovni medij d.o.o., Porsche Slovenija, d.o.o., Poštna banka Slovenije, d.d., Računalniške novice, Radio Triglav Jesenice, d.o.o., Raiffeisen banka d.d., Relax Turizem d.o.o., Renault Nissan Slovenija d.o.o., Sava Hoteli Bled, d.d., Sberbank banka d.d., Si.mobil d.d., SKB banka d.d. Ljubljana, SKUPNA, pokojninska družba, d.d., Slovenska turistična organizacija, Srce Slovenije, Steklarna Hrastnik d.o.o., Turizem Ljubljana, T-2 d.o.o., Telekom Slovenije d.d., Terme Krka, d.o.o., Terme Olimia d.d., UniCredit Banka Slovenija d.d., Union hoteli d.d., Unior d.d., VZAJEMNA zdravstvena zavarovalnica, d.z.v., Zavarovalnica Tilia, d.d., Zavarovalnica Triglav d.d., Zavod za turizem Maribor, Združenje bank Slovenije, ŽITO Prehrambna industrija d.d.



E-laborat,
svetovalno analitična družba, d.o.o.
Letališka cesta 5
1000 Ljubljana

T: 01 565 52 92
www.e-laborat.si
www.netfork-akademija.si
www.websi.si