

#ISTRAŽIVANJE U HRVATSKOJ#

Čak 86 posto pripadnika generacije Z, mladih rođenih između 1997. i 2012., kredit bi ugovaralo posjetom poslovnici, a većina ih preferira i fizičku kupnju u trgovini, neki su od rezultata istraživanja predstavljenog u srijedu na konferenciji Digital Touchpoint.

Na konferenciji u organizaciji kompanija ASEE i Payten, naglasak je bio na digitalnim trendovima u bankarskoj i industriji plaćanja, a predstavljeno je istraživanje odrađeno u suradnji s agencijom Ipsos, provedeno u travnju ove godine na reprezentativnom uzorku od 300 ispitanika.

Kako je istaknuto, generacija Z se karakterizira kao ona koji "živi s mobitelom u ruci", aktivna je na brojnim društvenim mrežama, a ne zna kako je svijet izgledao prije interneta.

U odnosu na prethodnu generaciju, generalno ih se smatra pragmatičnijima i ambicioznijima, da kao klijenti donose dobro informirane odluke te da su politički progresivniji, uz naglasak na raznolikost.

Voditelj odjela za razvoj mobilnih aplikacija u ASEE-u Ivan Glazer, koji je predstavio istraživanje, istaknuo je da su rezultati na neki način "kontroverzni", odnosno nisu onakvi kakvi bi se očekivali od generacije koja je odrasla uz internet. Jedan od "začudujućih" rezultata istraživanja je tako i da je tri četvrtine ispitanika bilo u banci više od pet puta. Imidž banke i vrijednosti koje zastupa bitni su samo trećini ispitanika.

"To je u suprotnosti s nekim zapadnjačkim vrijednostima generacije Z", napomenuo je Glazer.

Također, više od 80 posto ispitanika smatra važnim imati vlastitu nekretninu, gotovo polovica očekuje da će podignuti kredit u idućih pet godina, a zanimljivo je i da bi ih velika većina, 86 posto, kredit ugovorilo osobnim posjetom banci.

Vrlo je i zanimljivo da većina pripadnika generacije Z, njih 63 posto, preferira fizičku kupovinu u trgovinama. Također, još uvijek koriste gotovinu, čak i tamo gdje nije nužno, dok ih tek trećina koristi Apple Pay i Google Pay za plaćanja.

"No, ne treba ih kriviti jer su te usluge došle u Hrvatsku razmjerno kasno", zamijetio je Glazer.

Većina pripadnika generacije Z zna što su kriptovalute, ali ih ne koristi

Pripadnici Z generacije se o financijama najviše obrazuju putem interneta, kroz razgovor s roditeljima kao i putem društvenih mreža i razgovora s vršnjacima. Velika većina, njih 85 posto, zarađuje u određenoj mjeri, dok ih 15 posto isključivo ovisi o financiranju roditelja.

Velika većina, odnosno 76 posto ispitanika, koristi mobilno bankarstvo, njih osam posto internet bankarstvo, a 15 posto ih za korištenje bankarskih usluga još uvijek odlazi u poslovnicu.

Njih 42 posto je izjavilo da je spremno platiti više za usluge banke ako im se nudi izvrsno digitalno korisničko iskustvo, dok ih pak 58 posto nije na to spremno.

Generacija Z neočekivano preferira klasično bankarstvo i kupnju

Kategorija: MAGAZINAŽurirano: Srijeda, 25 Svibanj 2022 12:39

Objavljeno: Srijeda, 25 Svibanj 2022 12:39

Nadalje, popusti u pojedinim trgovinama i programi vjernosti u mobilnim bankarskim aplikacijama predstavljaju "odlične funkcionalnosti koje bi rado koristili" za 78 posto ispitanih.

"Financijska revolucija" koju su donijele kriptovalute i NFT-ovi kod pripadnika generacije Z u Hrvatskoj nije uzela maha, pa ih je tako 76 posto odgovorilo da zna što su kriptovalute, ali ih ne koristi, dok ih tek tri posto posjeduje NFT-ove.

Kada je riječ o društvenim mrežama, najpopularniji je Instagram, na kojem najviše vremena provodi 51 posto ispitanih, a Facebook, koji se danas percipira kao društvena mreža roditelja, baka i djedova, koristi još petina pripadnika generacije. Tik Tok pak još nije popularan kao u zapadnim zemljama i koristi ga 14 posto ispitanih, pokazalo je istraživanje. (Hina)

