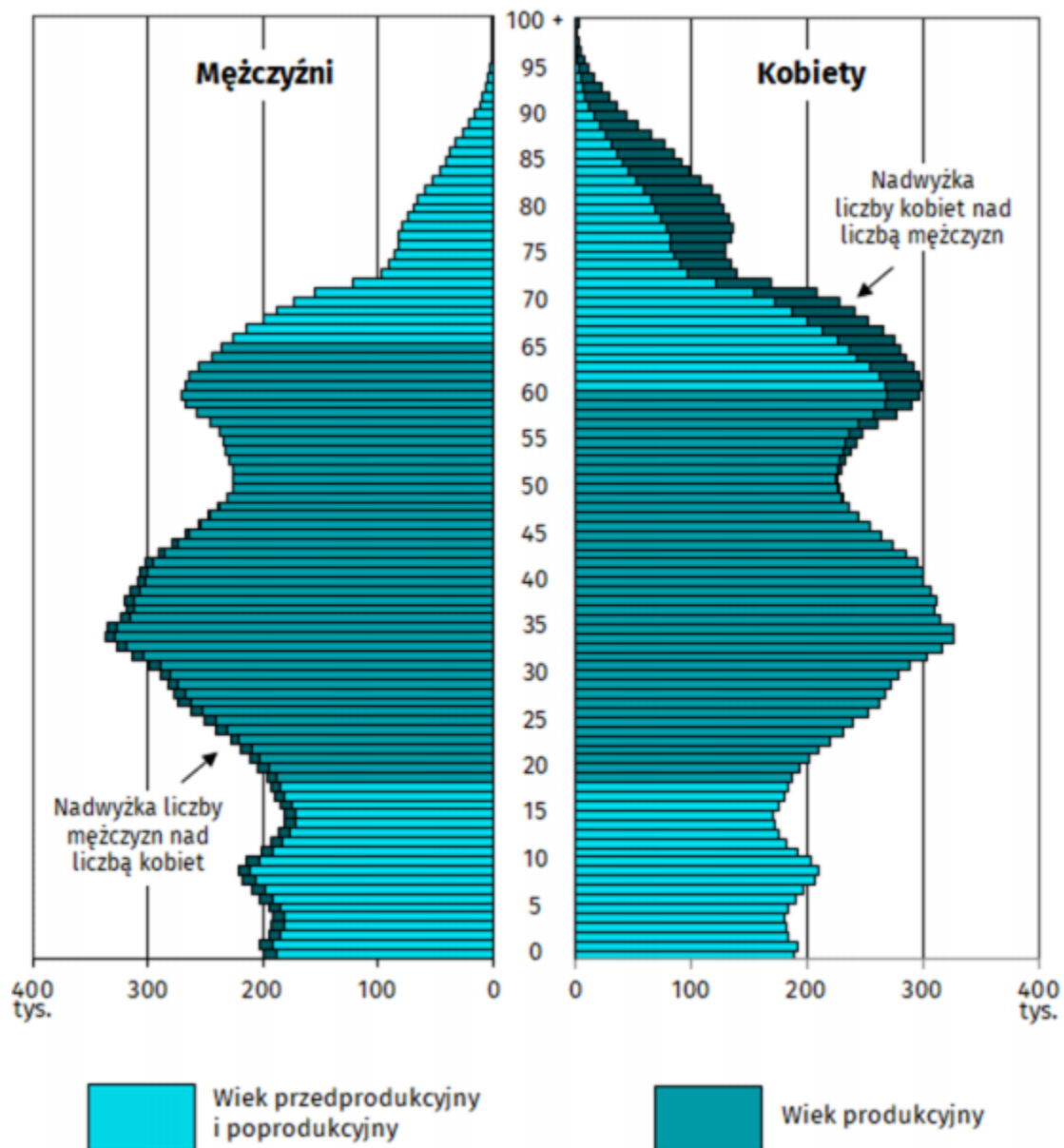


Wykład:

**Modele obsługi
klientów indywidualnych**

Liczba i struktura ludności w Polsce, 6.2018

38,4 mln



Źródło: GUS.

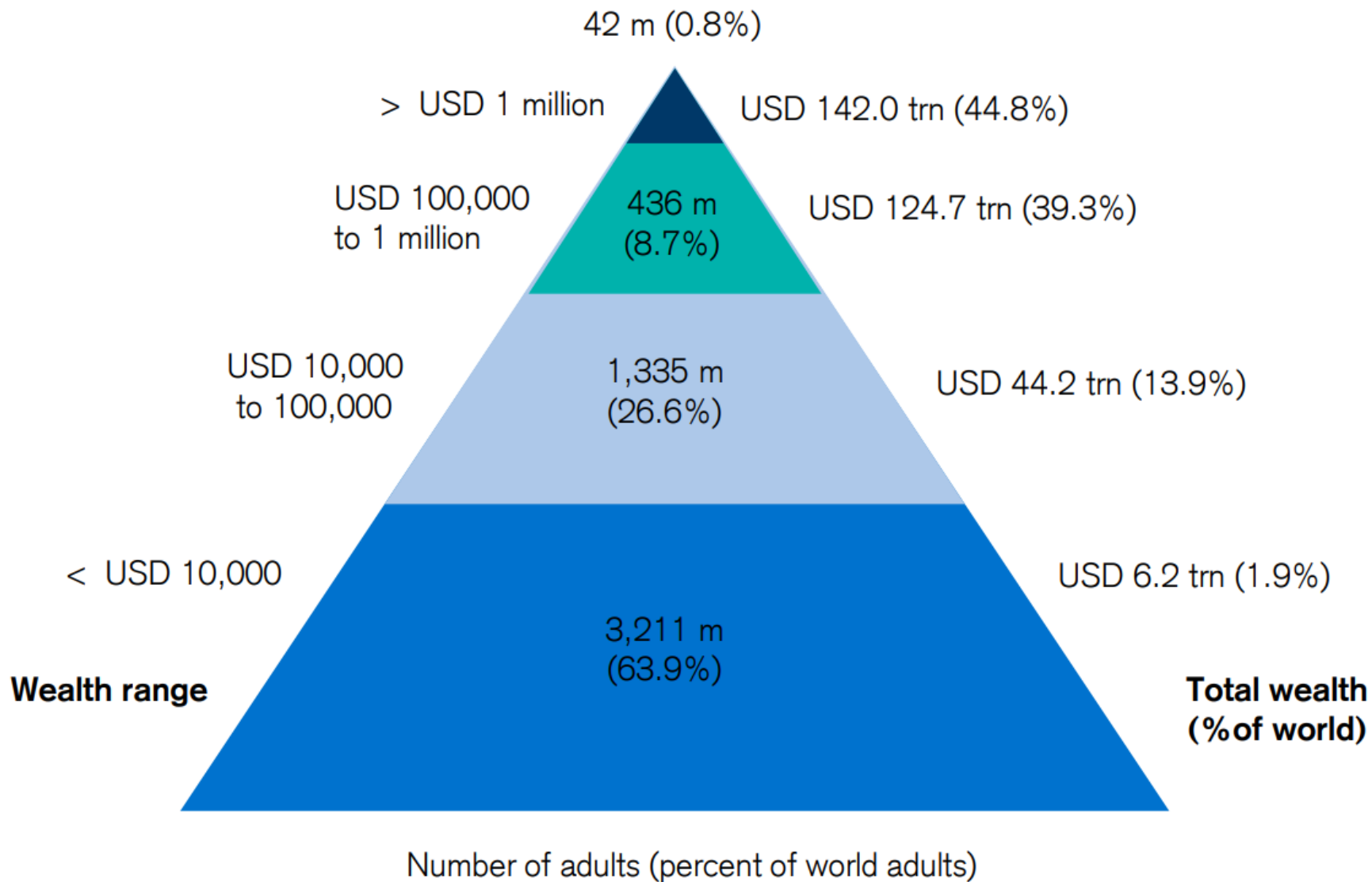
Segmentacja klientów indywidualnych (1)

Kryterium segmentacji	Segmenty
Płeć	mężczyźni, kobiety
Wiek	do 30 lat, 31-40 lat, 41-50 lat, 51-60 lat, powyżej 60 lat
Wykształcenie	podstawowe i zasadnicze zawodowe, średnie, wyższe
Status zawodowy	zatrudnieni w zakładzie pracy, własna firma / działalność gospodarcza, emeryt / rencista, student / osoba ucząca się, osoba niepracująca zawodowo, bezrobotny
Wielkość gospodarstwa domowego	1 osoba, 2 osoby, 3 osoby, 4 osoby, 5 osób, 6 osób i więcej
Faza cyklu życia rodziny	młoda osoba samotna, małżeństwo / para bez dzieci, małżeństwo z dziećmi do lat 6, małżeństwo z dziećmi od 6 do 18 lat, małżeństwo z dorosłymi dziećmi, małżeństwo z dziećmi poza domem / starsza osoba samotna
Dochody	do 1000 zł, 1001–2000, 2001–3000, 3001–4000, 4001–5000, powyżej 5000 zł
Wartość posiadanych aktywów	do 150000 zł, 150001-400000 zł, 400001-800000 zł, powyżej 800000 zł

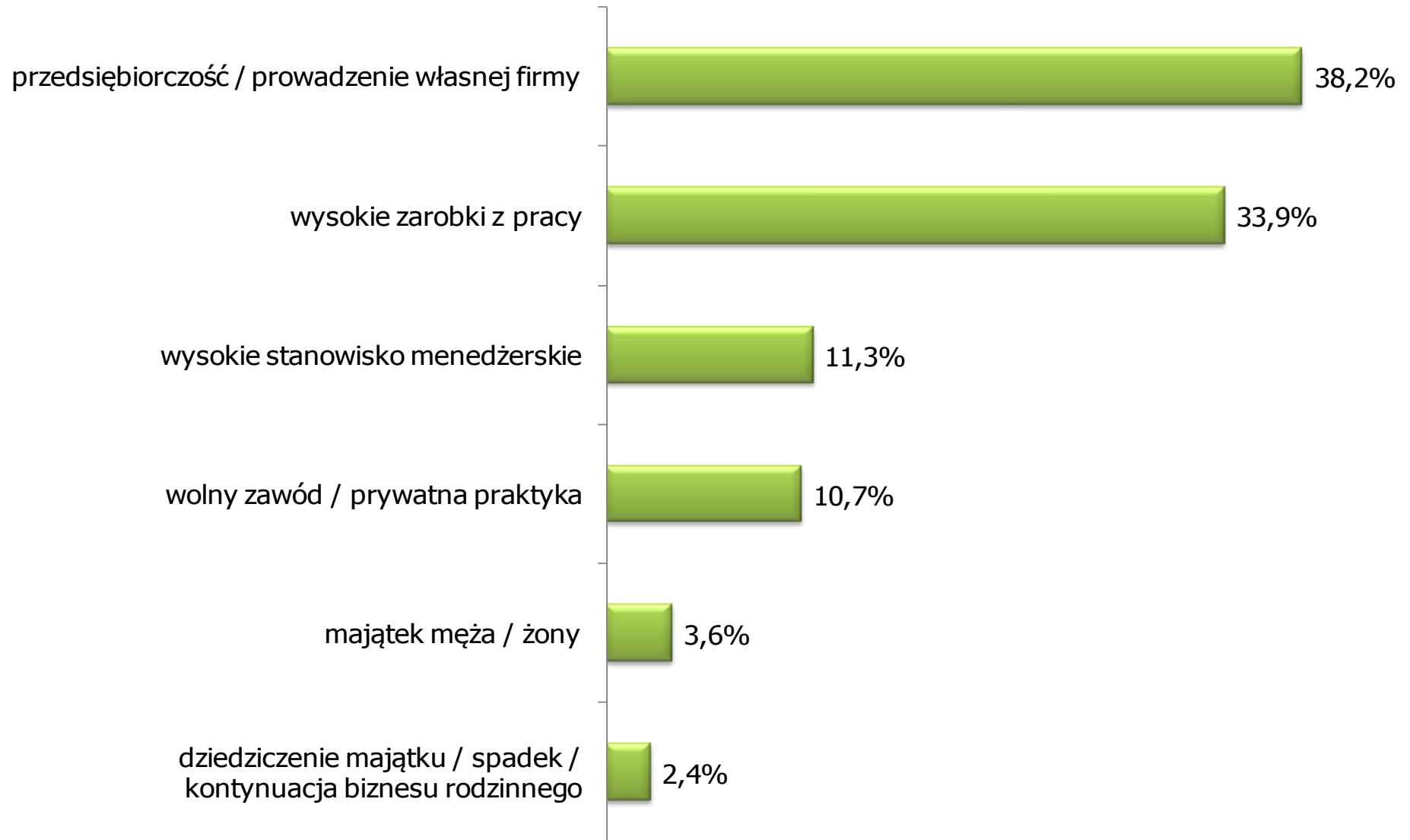
Segmentacja klientów indywidualnych (2)

Kryterium segmentacji	Segmenty
Miejsce zamieszkania (miasto – wieś)	miasto powyżej 200 000 mieszkańców, miasto 50 001-200 000, miasto do 50 tys., wieś / osada
Miejsce zamieszkania (województwo)	mazowieckie, śląskie, wielkopolskie, małopolskie, dolnośląskie, łódzkie, kujawsko-pomorskie, pomorskie, lubelskie, podkarpackie, zachodnio-pomorskie, opolskie, lubuskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie, podlaskie
Stosunek do nowości	poszukujący nowości, szybko akceptujący nowości, naśladowcy (akceptujący nowości, gdy są już sprawdzone), konserwatyści (przywiązani do tradycyjnych produktów)
Stosunek do ryzyka	mały dochód / niskie ryzyko, większy dochód / umiarkowane ryzyko, wysoki dochód / wysoki poziom ryzyka
Typ psychologiczny	łowca przygód, samorealizujący się, zorientowany na sukces, domator, wątpiący, zrezygnowany
Wpływ na zysk firmy	A (grupa przynosząca firmie duże zyski), B (grupa przynosząca firmie średnie lub małe zyski), C (grupa przynosząca firmie straty)
Liczba wykorzystywanych produktów	1, 2, 3, 4, 5 i więcej

Światowa piramida bogactwa



Źródła pochodzenia bogactwa



Źródło: QUALIFACT, Affluent segment, 2011.

Doradztwo w UBS

The future of advice

Top financial goals¹ of wealthy clients



Source: VIP Forum

Notes:

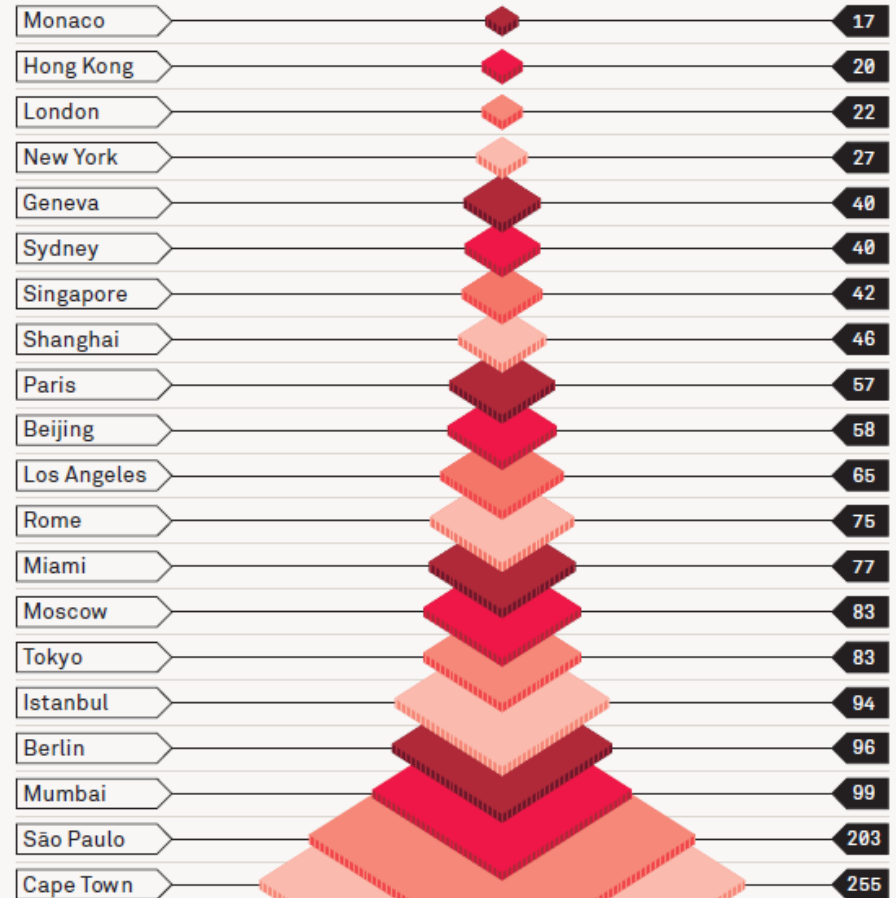
1 Percentage citing as "very important" among U.S. Households with \$1 million or more in investable assets.

Rynek nieruchomości dla zamożnych klientów



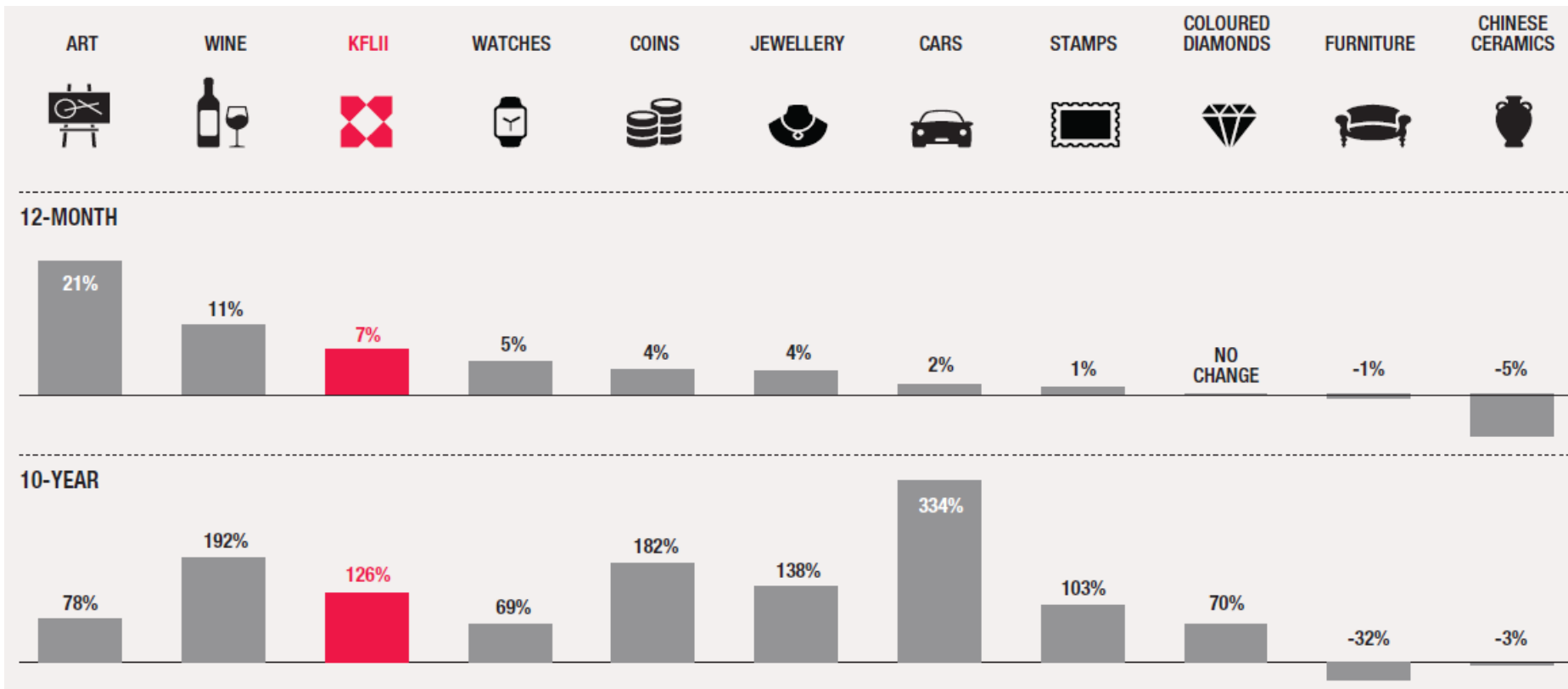
THE NUMBER OF SQUARE METRES US\$1M WILL BUY IN...

Based on prime residential prices as at Dec 2015

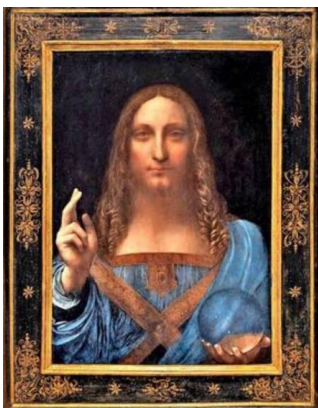


Źródło: The Wealth Report 2016, Knight Frank.

Inwestycje w dobra luksusowe, 2017



Źródło: The Wealth Report 2018, Knight Frank.

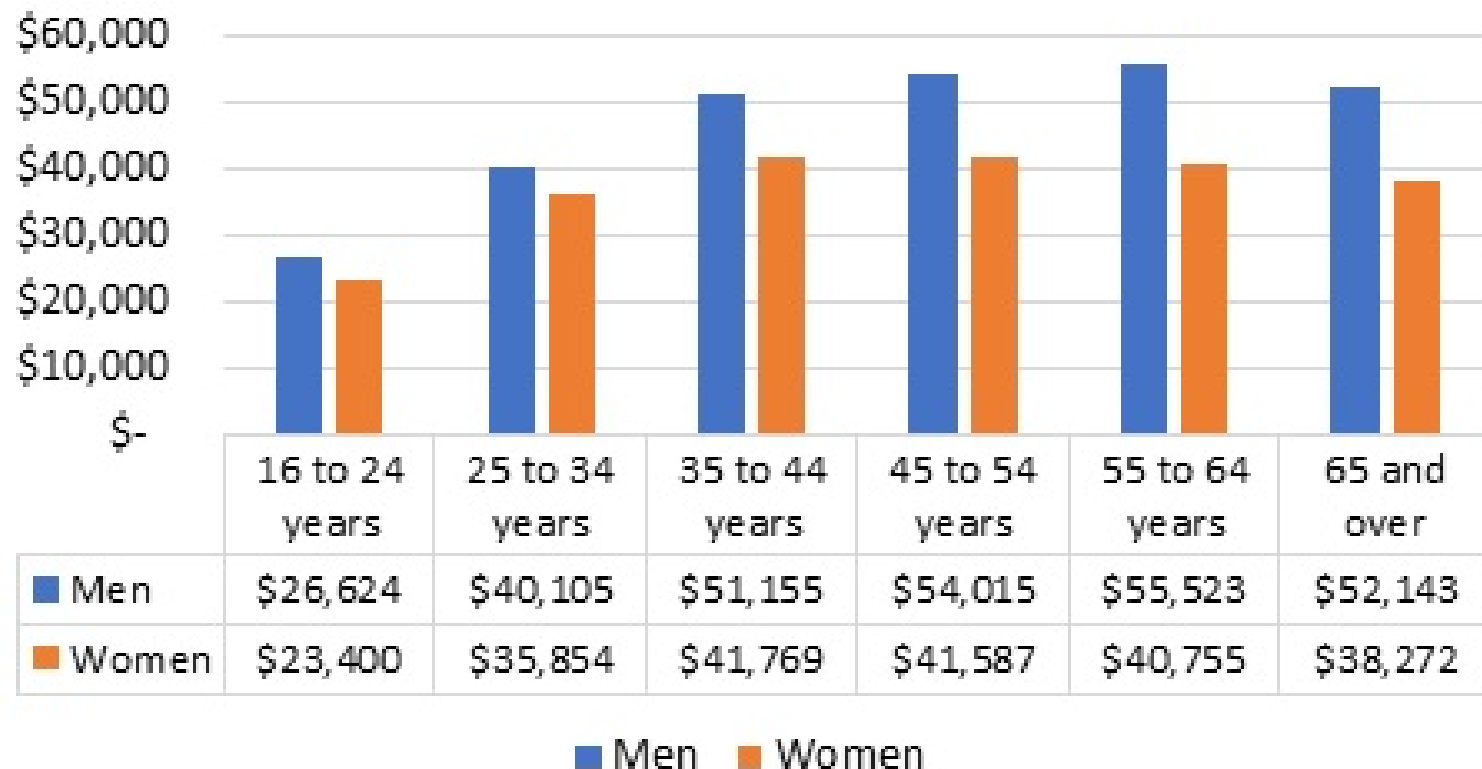


„Salvator Mundi” Leonarda da Vinci
Sprzedany za 450 mln USD



„Pink Star” różowy diament
sprzedany za 71 mln USD

Mediana dochodów w USA, 2015



Źródło: <http://www.rcaemergingwealth.com>.

Liczba osób zamożnych w Polsce

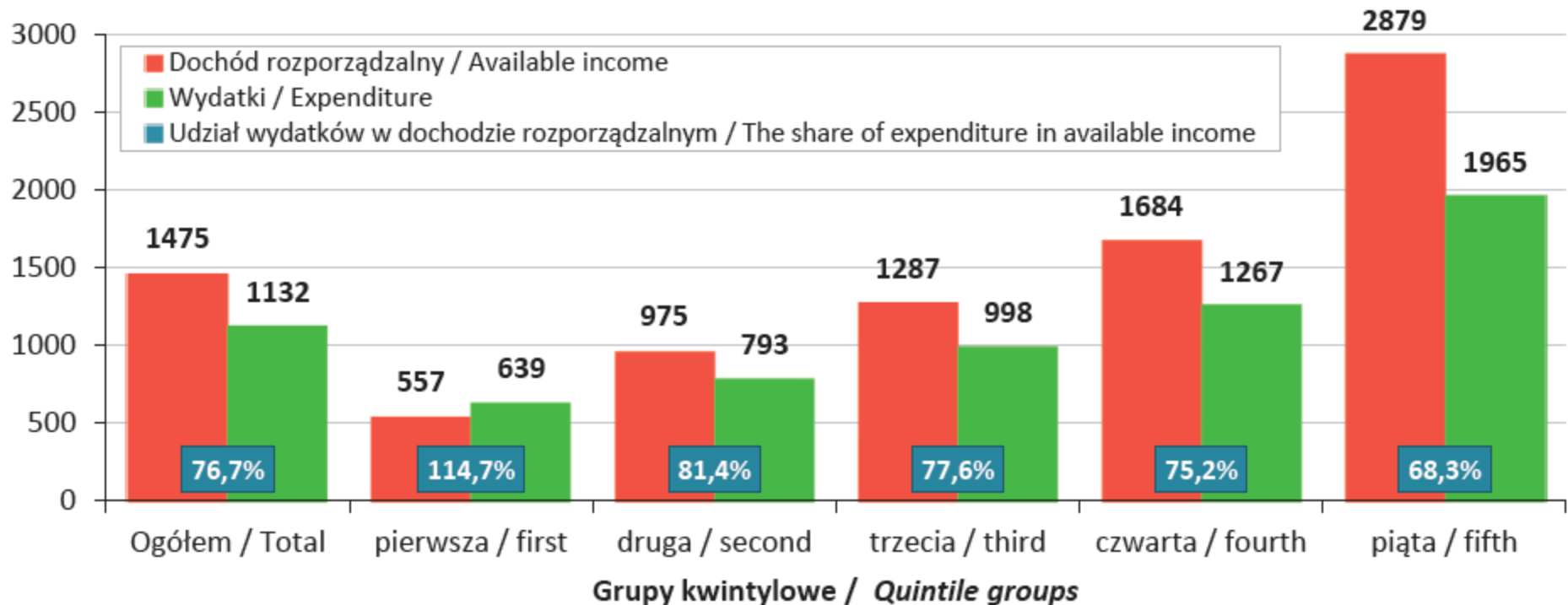
Liczba osób deklarujących dochód roczny minimum 1 mln PLN:
14,7 tys. [„Gazeta Prawna”, 2013].

Liczba osób posiadających aktywa o wartości minimum 1 mln USD:
45 tys. [Credit Suisse].

Liczba podatników PIT deklarujących dochód minimum 85 528 PLN:
601,6 tys. [Ministerstwo Finansów, 2013].

Podatnicy opodatkowani wg stawki 19% od dochodu z pozarolniczej działalności gospodarczej: **446,5 tys.** [Ministerstwo Finansów, 2013].

Dochód rozporządzalny i wydatki na 1 osobę w gospodarstwach domowych, wg grup kwintylowych



W 2015 r. prawie 55% gospodarstw domowych nie posiadało oszczędności.

Oferta usług bankowych dla studentów w Wielkiej Brytanii



[Bank](#) [Borrow](#) [Save and invest](#) [Mortgage](#) [Insure](#) [More](#)

[Personal Banking](#) / [Other accounts](#) / [Student Additions Account](#)

Student Additions Account



- ✓ Personalise your debit card free of charge
- ✓ Winner of the Moneyfacts Student Account Provider of the Year Award
- ✓ Send and receive money quickly and easily with Barclays Pingit
- ✓ Free Text Alerts
- ✓ Manage your money on the go with Barclays Mobile Banking

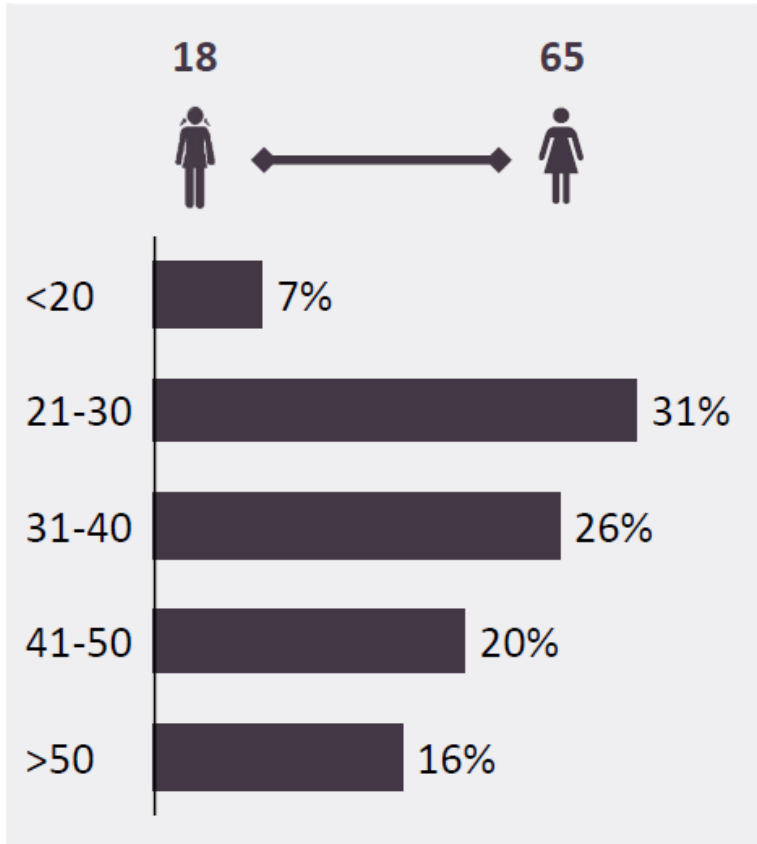
[How to apply](#) ↻

If you hold a Student Additions account, you can apply for:

- Up to £2,000 fee-free while you're studying at university depending on circumstances, with £200 fee-free available when you open your account, subject to application and status
- Overdrafts are only available to UK resident students

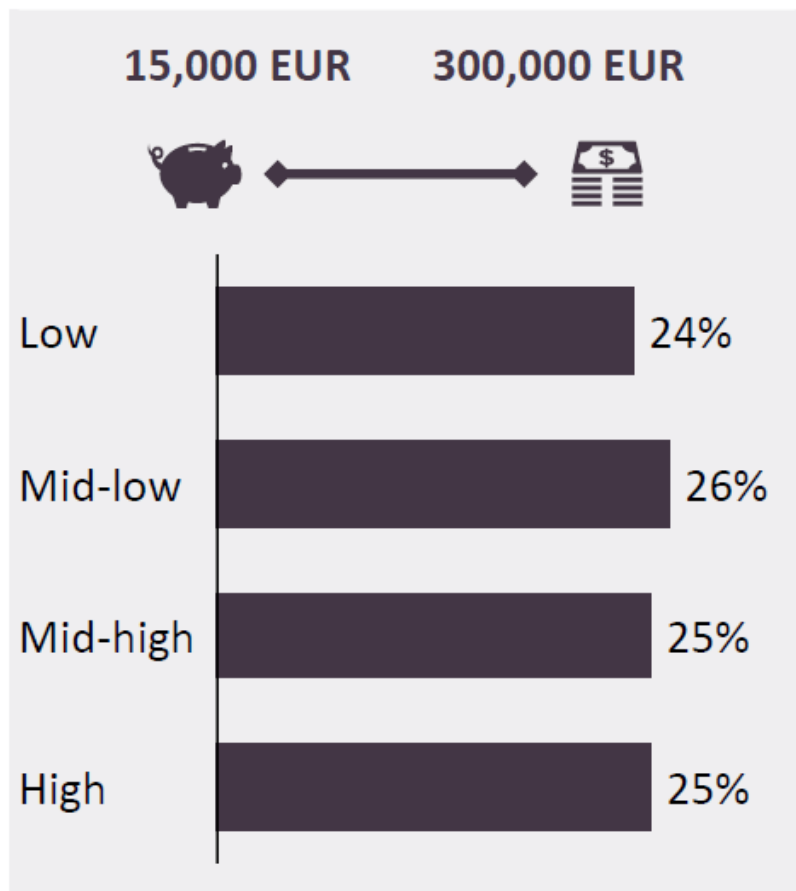
Klienci PANDORY – grupy wiekowe

AGE



Klienci PANDORY – grupy dochodowe

ANNUAL INCOME



PANDORA

Gospodarstwa rolne

TABL. 28. GOSPODARSTWA ROLNE WEDŁUG GRUP OBSZAROWYCH UŻYTKÓW ROLNYCH
FARMS BY AREA GROUPS OF AGRICULTURAL LAND

L A T A Y E A R S	Ogółem <i>Total</i>	O powierzchni użytków rolnych <i>With agricultural land area</i>							
		do 1 ha <i>up to</i>	1,01— —1,99	2,00— —4,99	5,00— —9,99	10,00— —14,99	15,00— —19,99	20,00— —49,99	50,00 ha i więcej <i>and more</i>

O g ó ł e m

Total

W liczbach bezwzględnych

In absolute numbers

2010 ^a	1509148	24876	300590	489772	346321	151517	72019	97029	27024
2013	1429006	34375	277572	455268	315227	141295	70203	103246	31820
2016	1410704	22767	271232	465940	309914	137277	66900	102022	34652

W odsetkach

In percent

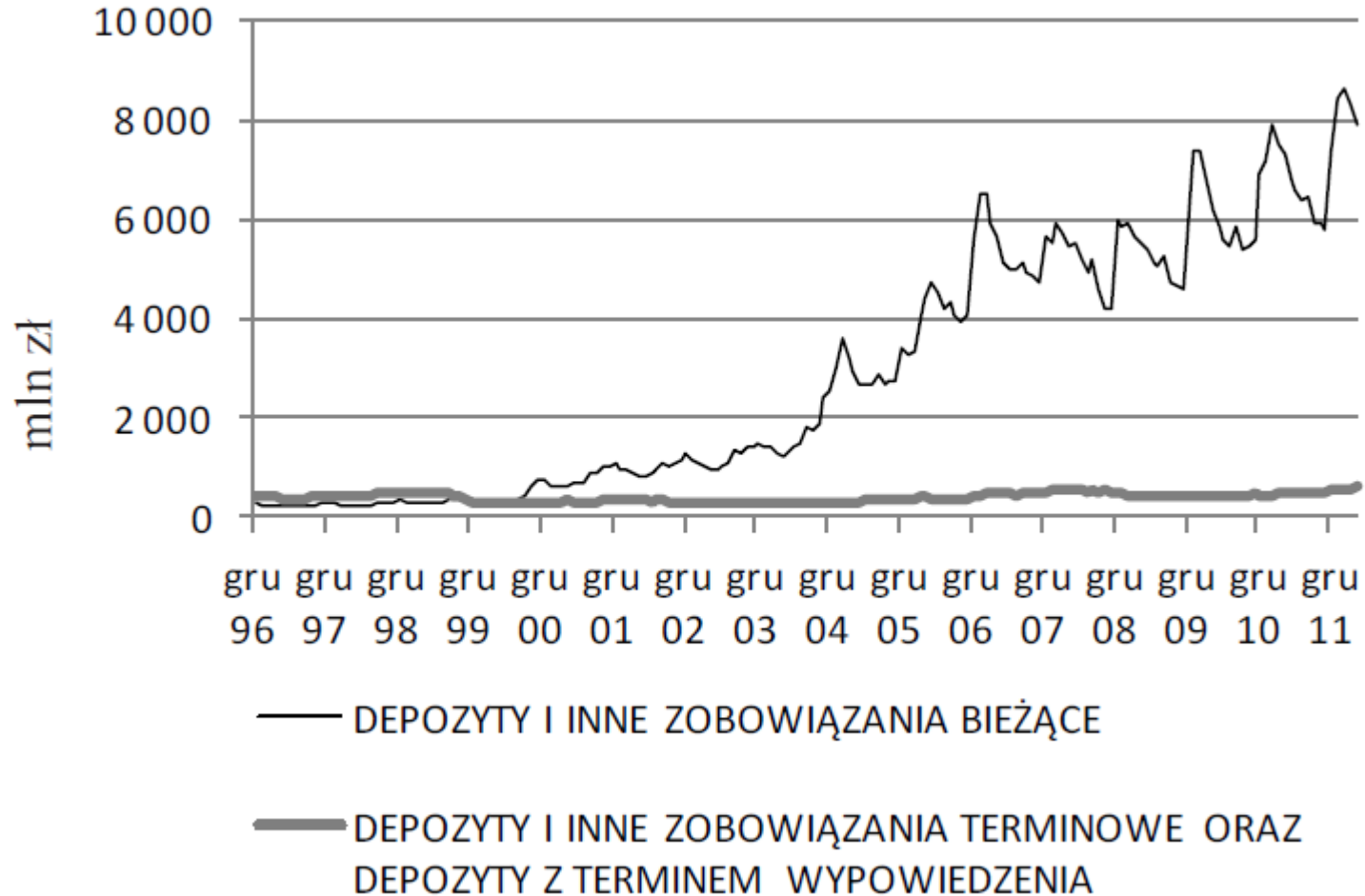
2010 ^a	100,0	1,6	19,9	32,6	22,9	10,0	4,8	6,4	1,8
2013	100,0	2,4	19,4	31,9	22,1	9,9	4,9	7,2	2,2
2016	100,0	1,6	19,2	33,1	22,0	9,7	4,7	7,2	2,5

Stosowanie nawozów sztucznych (liczba gospodarstw)

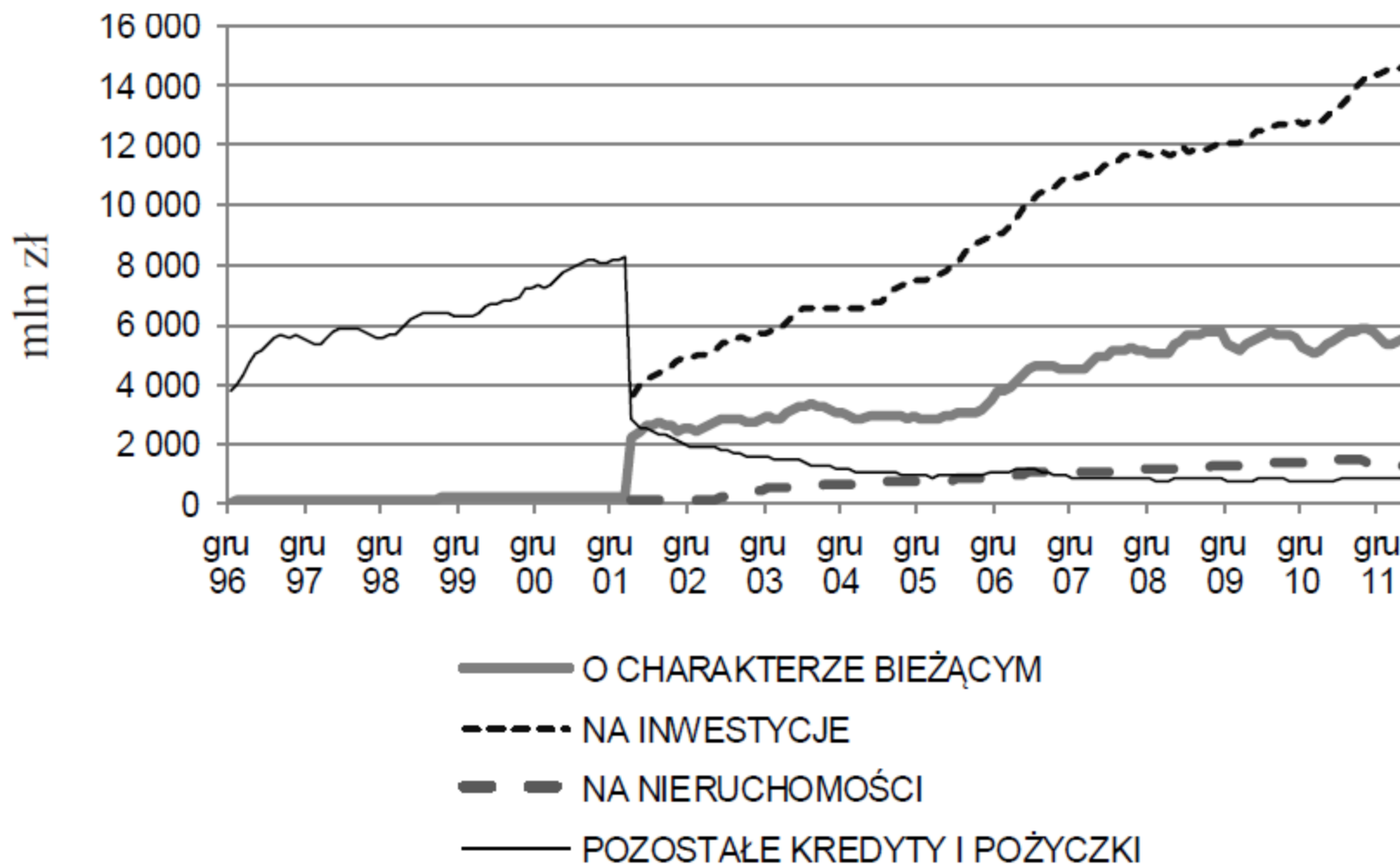
Lp. No.	WYSZCZEGÓLNIENIE <i>SPECIFICATION</i>	Ogółem <i>Total</i>
1	Gospodarstwa posiadające ciągniki <i>Farms having tractors</i>	945835
2	Gospodarstwa wykonujące zabiegi środkami ochrony roślin <i>Farms performing treatments with plant pro- tection products</i>	919410
3	Gospodarstwa stosujące nawozy mineralne i wapniowe <i>Farms applying mineral fertilizers and lime</i>	1055417
4	mineralne <i>mineral</i>	1043580
5	azotowe <i>nitrogen</i>	857792
6	fosforowe <i>phosphorus</i>	51579
7	potasowe <i>potassium</i>	86801
8	wieloskładnikowe <i>multicomponent</i>	716552
9	wapniowe lub wapniowo-magnezowe <i>lime or lime-magnesium</i>	145997

Źródło: GUS, 2017.

Depozyty rolników indywidualnych



Kredyty i pożyczki udzielone rolnikom indywidualnym



Źródło: M. Utzig, 2012.

Dopłaty do rolników

Polscy rolnicy otrzymali od 2004 roku dopłaty (w ramach płatności bezpośrednich) w wysokości ponad **96,8 miliarda złotych**.

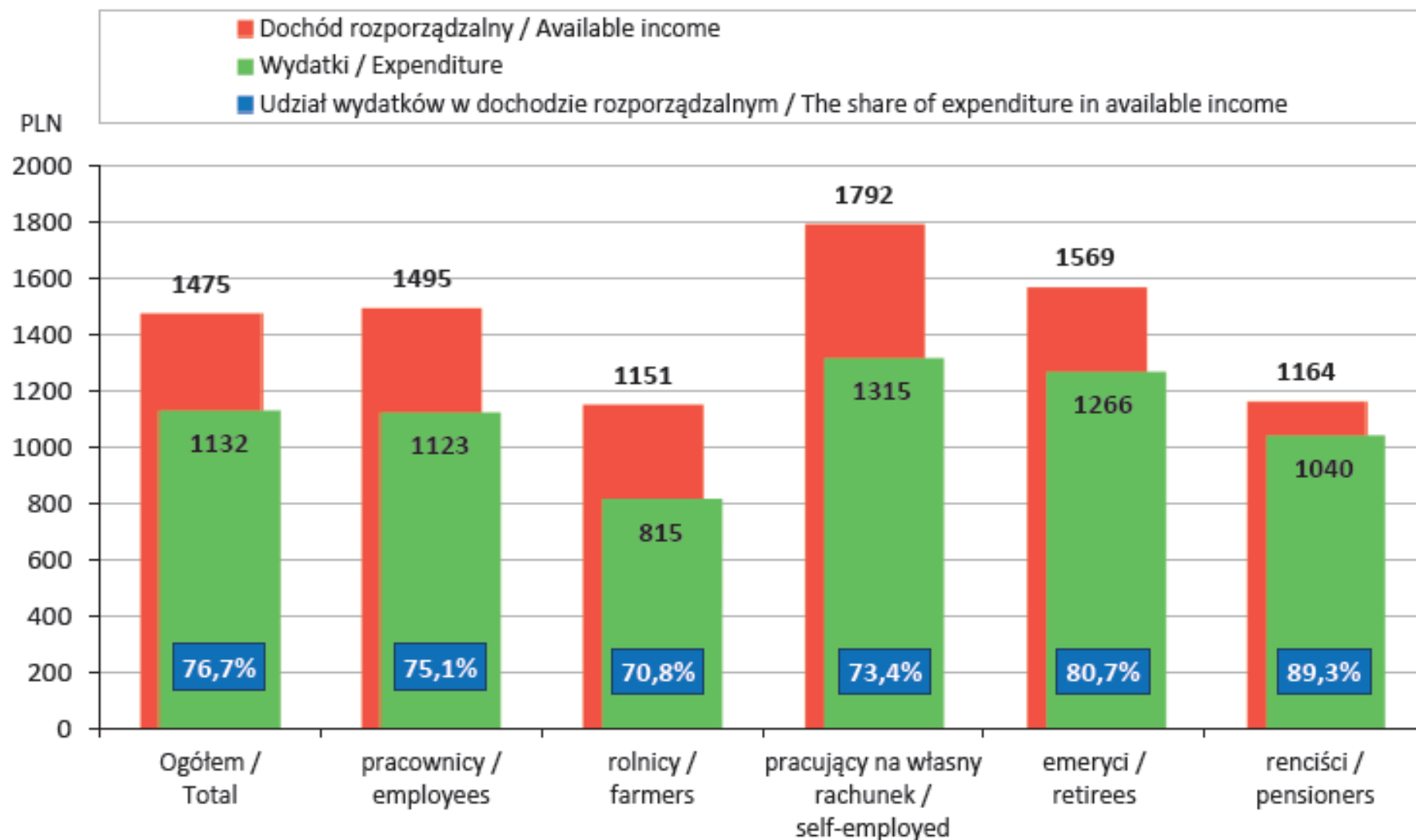
Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 miał budżet w wysokości ok. **70 miliardów złotych**. W ramach działania "Modernizacja gospodarstw rolnych,, do końca 2013 r. ponad 60 tys. rolników otrzymało wsparcie w wysokości ok 8,5 mld zł. To pozwoliło im na **inwestycje za około 14 mld zł**. Kupili oni m.in. blisko 34 tys. ciągników, przeszło 222 tys. maszyn i urządzeń rolniczych, zrealizowali ponad dwa tysiące osiemset inwestycji budowlanych.

Źródło: ARiMR.

Rodzaj płatności obszarowej	Kampania 2008	Kampania 2009	Kampania 2010	Kampania 2011	Kampania 2012	Kampania 2013
	w mln zł					
Jednolita płatność obszarowa	4759	7071	7816	9875	10210	11285
Uzupełniająca płatność bezpośrednia	3569	4733	4109	3526	2336	1517



Dochody dyspozycyjne i wydatki gospodarstw domowych w Polsce, 2016



Źródło: GUS, Budżety gospodarstw domowych w 2016 r.

Wyposażenie gospodarstw domowych (1)

Źródło: GUS, 2016.

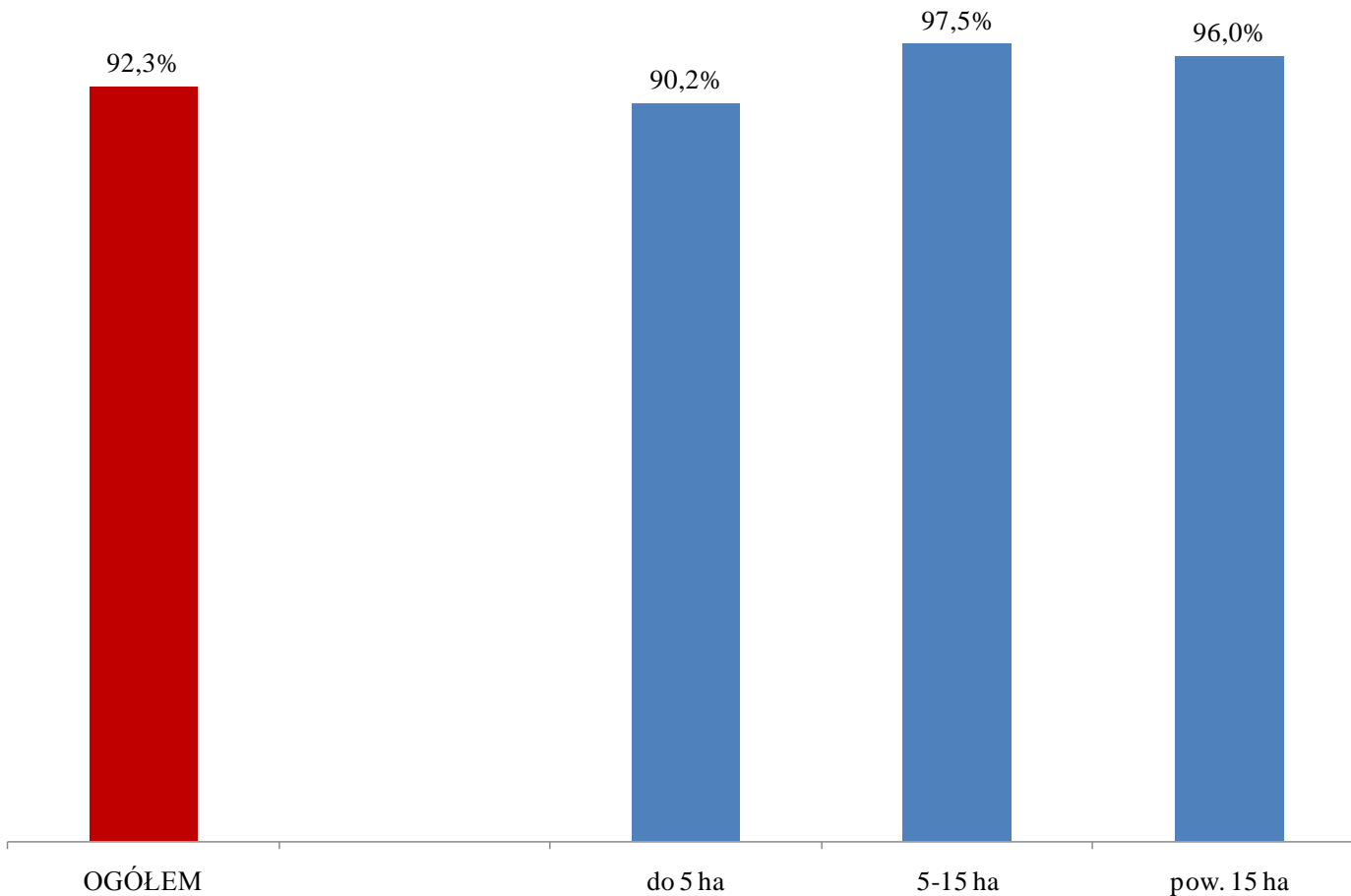
WYSZCZEGÓLNIENIE SPECIFICATION	Ogółem <i>Grand total</i>	Gospodarstwa domowe <i>Households</i>							
		w tym <i>of which</i>							
		pracowników <i>of employees</i>			rolników <i>of farmers</i>	pracu- jących na własny rachu- nek <i>of the self-em- ployed</i>	emerytów i rencistów <i>of retirees and pensioners</i>		
		razem <i>total</i>	na stanowiskach <i>in</i>				razem <i>total</i>	emery- tów <i>of retirees</i>	renci- stów <i>of pension- ers</i>
			robot- niczych <i>manual labour positions</i>	nierobot- niczych <i>non- manual labour positions</i>					
w % danej grupy gospodarstw domowych <i>in % of a given group of households</i>									
Odbiornik telewizyjny <i>Television set</i>	96,4	96,0	98,3	93,9	98,3	94,4	98,2	98,4	97,6
Urządzenie do odbioru TV satelitarnej lub kablowej <i>Satellite or cable television equipment</i>	62,2	67,0	65,8	68,2	50,7	69,8	57,0	58,3	51,1
Zestaw kina domowego <i>Home theater system</i>	11,7	15,8	13,9	17,7	8,7	24,5	4,3	4,3	4,4
Komputer z dostępem do Internetu <i>Personal computer with access to the Internet</i>	74,0	91,4	86,7	95,9	83,7	96,3	44,0	44,7	41,0
w tym z dostępem szerokopasmowym ... <i>of which broadband access</i>	56,1	70,1	64,3	75,7	63,3	73,6	32,1	32,4	30,4
Komputer bez dostępu do Internetu <i>Personal computer without access to the Internet</i>	2,0	2,2	2,7	1,7	2,4*	1,5*	1,5	1,3	2,1*

Wyposażenie gospodarstw domowych (2)

WYSZCZEGÓLNIENIE SPECIFICATION	Gospodarstwa domowe <i>Households</i>								
	w tym <i>of which</i>								
	Ogółem <i>Grand total</i>	pracowników <i>of employees</i>			rolników <i>of farmers</i>	pracu- jących na własny rachu- nek <i>of the self-em- ployed</i>	emerytów i rencistów <i>of retirees and pensioners</i>		
		razem <i>total</i>	na stanowiskach <i>in</i>				razem <i>total</i>	emery- tów <i>of retirees</i>	renci- stów <i>of pension- ers</i>
			robot- niczych <i>manual labour positions</i>	nierobot- niczych <i>non- manual labour positions</i>					
w % danej grupy gospodarstw domowych <i>in % of a given group of households</i>									
Telefon stacjonarny <i>Landline phone</i>	30,5	22,2	21,0	23,3	42,7	25,3	44,8	47,2	34,0
Telefon komórkowy <i>Mobile phone</i>	95,7	99,7	99,5	99,9	98,8	99,3	89,0	89,0	88,6
w tym smartfon <i>of which smartphone</i>	53,4	71,7	65,3	78,0	56,2	77,0	22,3	22,0	23,6
Motocykl, skuter, motorower <i>Motorcycle, scooter, motorbike</i>	6,4	7,7	10,0	5,6	20,8	8,4	2,8	2,6	3,7
Samochód osobowy <i>Passenger car</i>	63,7	77,1	73,9	80,2	94,8	92,4	39,6	42,4	26,9

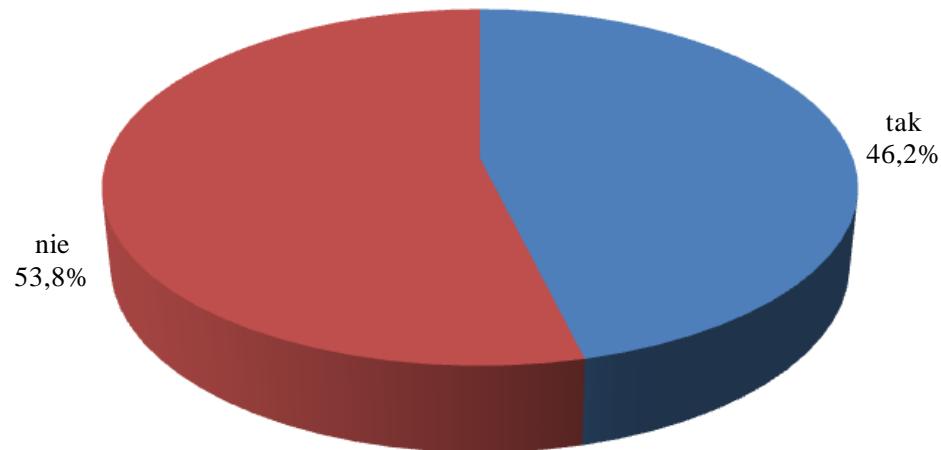
Źródło: GUS, Budżety gospodarstw domowych w 2016 r.

Posiadanie rachunku prywatnego - segmentacja wg wielkości gospodarstwa



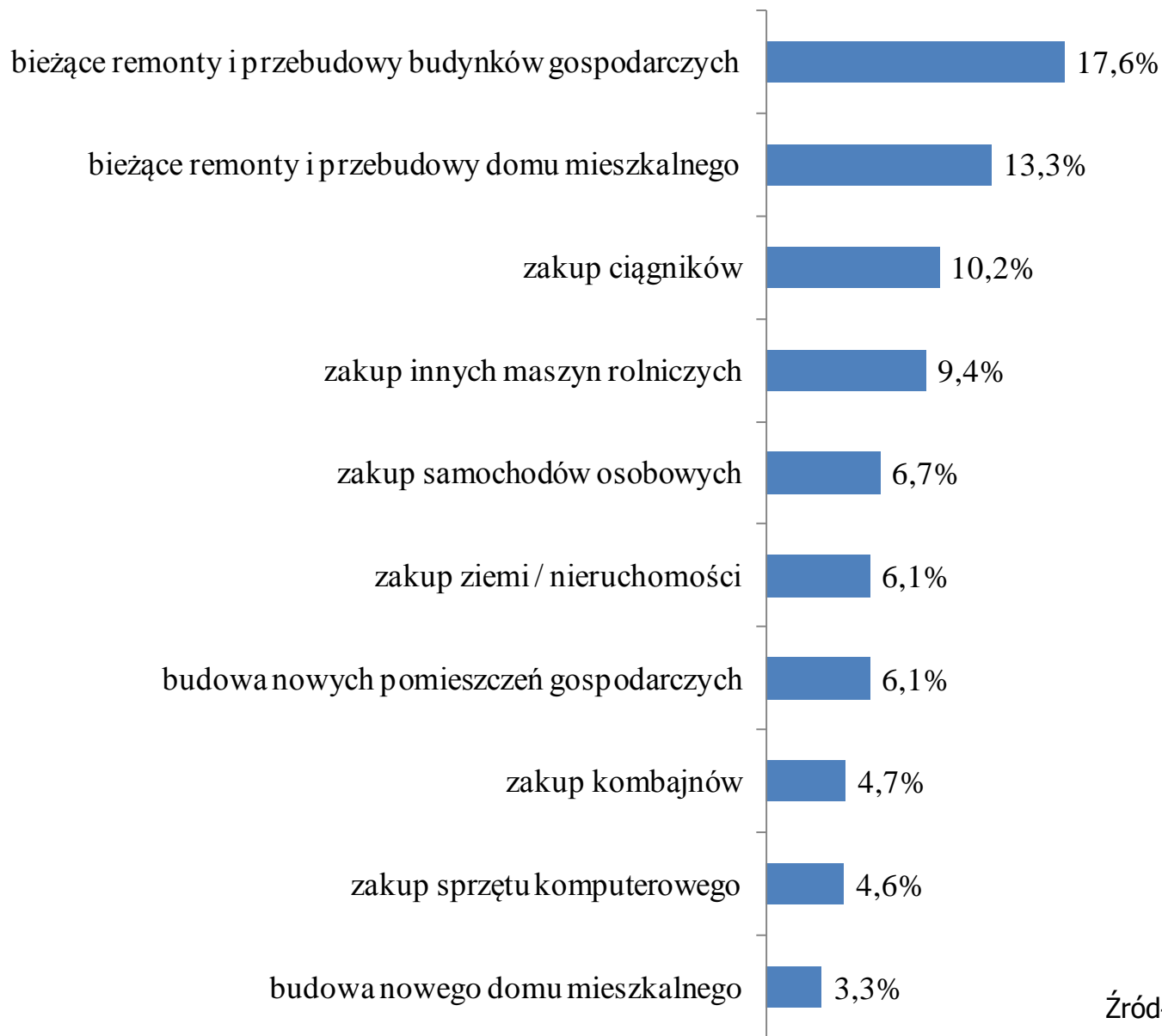
Źródło: QUALIFACT, AGRI 2009.

Odsetek gospodarstw rolnych inwestujących w ostatnich 12 miesiącach



Źródło: QUALIFACT, AGRI 2009.

Inwestycje dokonane w ostatnich 12 miesiącach



Źródło: QUALIFACT, AGRI 2009.

Banki, w których gospodarstwa rolne posiadają rachunek prywatny

Bank	%
<i>banki spółdzielcze</i>	53,0%
PKO BP SA	21,9%
BGŻ SA	5,4%
Bank BPH SA	5,3%
Bank Ochrony Środowiska SA	4,7%
Pekao SA	4,3%
BZ WBK SA	1,3%
ING Bank Śląski SA	1,1%
Kredyt Bank SA	1,1%
Bank Millennium SA	0,6%



Kryteria wyboru banku - wskazania na 1. miejscu (n=543)

Źródło: QUALIFACT, AGRI 2009.

Kanały dystrybucji usług bankowych używane przez gospodarstwa rolne do celów prywatnych

Kanał dystrybucji	%
placówka / oddział banku	98,4%
bankomaty	36,2%
Internet Banking	6,1%
telefoniczne usługi bankowe	1,5%
Mobile Banking	0,1%

Źródło: Qualifact, Agri 2009.

Potrzeby finansowe rolników

Specyficznych potrzeb finansowych należy upatrywać przede wszystkim w **kredytach**:

- szybkich, łatwych (bo rolnik musi nawozić natychmiast, nie może czekać na kredyt miesiąc),
- tanich (np. preferencyjnych),
- elastycznych w spłacie (nie co miesiąc, lecz zgodnie z częstotliwością uzyskiwanych dochodów, np. raz na pół roku, raz w roku oraz bez poważnych konsekwencji przy niewielkim przesunięciu spłaty).

Relacje z bankami spółdzielczymi (1)

Jak my z ojcem świniaka na wóz, sprzedali, pieniądze gdzie? Do banku spółdzielczego. Z dziada pradiada.

BS wie, że my potrzebujemy na nawozy, środki ochrony roślin, a taki bank, co jest w mieście, obsługuje ludzi z miasta, nie wie.

BS mają to specyficzne, że znają sytuacje w rolnictwie, znają ta atmosferę, natomiast PKO nie czuje tego. Ustanawia takie warunki, że nie da się z nimi współpracować.

To mały bank, często chodzę, o coś pytam. Raz miałem taką sytuację, że zadzwoniłem zapytać czy przyszły dopłaty, nie podałem nazwiska, a ona sprawdziła – po głosie mnie poznała.

Charakterystyka użytkowników różnych marek olejów silnikowych (1)

Segment	Mobil (n=194)	Castrol (n=177)	Lotos (n=145)	Elf (n=39)
Płeć				
Mężczyzna	71,6%	64,4%	68,3%	66,7%
Kobieta	28,4%	35,6%	31,7%	33,3%
Wiek				
Do 25 lat	7,7%	7,3%	12,4%	5,1%
26-30 lat	12,9%	18,1%	19,3%	7,7%
31-40 lat	37,1%	32,2%	26,9%	38,5%
41-50 lat	28,4%	21,5%	22,1%	25,6%
51-60 lat	3,6%	13,6%	11,7%	7,7%
Powyżej 60 lat	10,3%	7,3%	7,6%	15,4%
Wykształcenie				
Podstawowe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zawodowe	18,0%	13,6%	15,9%	17,9%
Średnie	47,4%	44,1%	45,5%	51,3%
Wyższe	34,5%	42,4%	38,6%	30,8%

Charakterystyka użytkowników różnych marek olejów silnikowych (2)

Segment	Mobil (n=194)	Castrol (n=177)	Lotos (n=145)	Elf (n=39)
Miejsce zamieszkania				
Wieś/Osada	26,8%	19,8%	18,6%	17,9%
Miasto do 50 000 mieszkańców	20,6%	24,3%	19,3%	25,6%
Miasto 50 001-100 000 mieszkańców	11,9%	7,9%	14,5%	15,4%
Miasto 100 001-200 000 mieszkańców	13,9%	16,9%	11,7%	5,1%
Miasto powyżej 200 000 mieszkańców	26,8%	31,1%	35,9%	35,9%
Wiek samochodu				
do 3 lat	7,2%	6,8%	4,1%	10,3%
3 - 5 lat	7,2%	5,6%	7,6%	12,8%
6 - 10 lat	28,4%	24,9%	26,2%	23,1%
powyżej 10 lat	57,2%	62,7%	62,1%	53,8%

Źródło: QUALIFACT, 2015.

Kryteria (ważone) wyboru oleju silnikowego dla mężczyzn i kobiet

Kryteria wyboru marki oleju silnikowego	Znaczenie czynnika wyboru (wskaznik ważony)	
	mężczyźni (n=674)	kobiety (n=326)
cena	23%	24%
porada mechanika	14%	17%
renoma marki oleju	11%	9%
poprzednie doświadczenia	10%	10%
zalecenie / instrukcja producenta samochodu	9%	9%
specjalne właściwości oleju	9%	8%
zalecenie stacji serwisowej	6%	4%
specyfikacje jakościowe oleju	6%	6%
porada znajomych	4%	4%
wykorzystanie olejów w sportach motorowych	3%	4%
szeroka dostępność w sprzedaży	2%	2%
reklama	1%	1%
jedyny dostępny olej w serwisie/punkcie sprzedaży	0%	0%
aktualna promocja typu "buy&get"	0%	0%
inne	0%	1%
RAZEM	100%	100%

Kryteria wyboru (ważone) oleju silnikowego wg wieku posiadanego samochodu

Kryteria wyboru marki oleju silnikowego	Znaczenie czynnika wyboru (wskaznik ważony)			
	do 3 lat (n=63)	3-5 lat (n=64)	6-10 lat (n=260)	pow. 10 lat (n=613)
cena	25%	24%	22%	24%
porada mechanika	9%	17%	16%	15%
poprzednie doświadczenia	8%	10%	10%	11%
renoma marki oleju	11%	11%	11%	10%
zalecenie producenta samochodu	16%	6%	9%	9%
specjalne właściwości oleju	7%	8%	9%	8%
zalecenie stacji serwisowej	8%	6%	5%	6%
specyfikacje jakościowe oleju	6%	9%	7%	6%
wykorzystanie olejów w sportach motorowych	2%	2%	4%	4%
porada znajomych	5%	5%	3%	4%
szeroka dostępność w sprzedaży	1%	2%	2%	2%
reklama	0%	0%	2%	1%
jedyny dostępny olej w serwisie/punkcie sprzedaży	0%	1%	0%	0%
aktualna promocja	1%	0%	0%	0%
inne	0%	0%	1%	0%

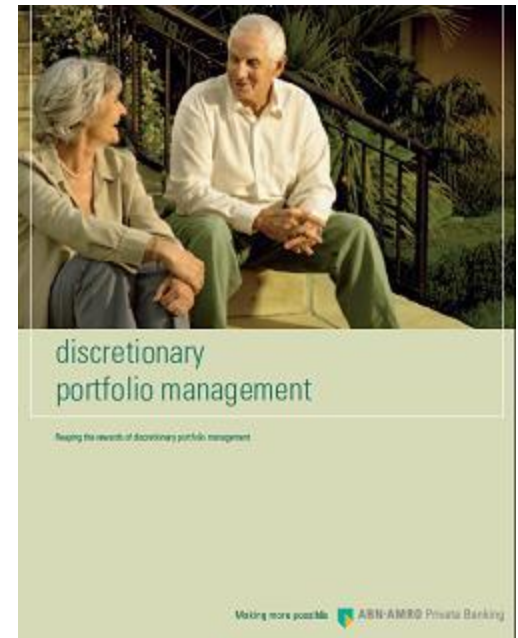
Miejsce zakupu oleju silnikowego (analiza wg dochodów netto respondentów)

Miejsce zakupu oleju na wymianę	% respondentów kupujących olej silnikowy w określonym miejscu			
	do 1000 zł (n=15)	od 1000 do 2000 zł (n=128)	od 2001 do 3000 zł (n=156)	powyżej 3000 zł (n=201)
warsztat nieautoryzowany/sklep motoryzacyjny na terenie warsztatu	20,0%	27,3%	33,3%	47,8%
warsztat autoryzowany/sklep motoryzacyjny na terenie warsztatu	6,7%	11,7%	22,4%	22,4%
sklep motoryzacyjny w innym miejscu	33,3%	32,0%	18,6%	17,4%
supermarket/hipermarket	13,3%	10,2%	12,8%	10,9%
stacja benzynowa	6,7%	9,4%	5,8%	7,0%
hurtownia motoryzacyjna	20,0%	11,7%	7,7%	5,0%
Makro Cash and Carry/hurtownia	0,0%	0,0%	1,3%	1,5%
stacja szybkiej obsługi samochodów	0,0%	2,3%	2,6%	1,0%
Internet	0,0%	0,0%	2,6%	0,5%

Wiek a sytuacja finansowa Amerykanów

Ken Dychwald w książce "Age Wave" napisał, że starsi (w wieku powyżej 50 lat) Amerykanie:

- kontrolują ponad 70% krajowych aktywów netto (będących w rękach gospodarstw domowych);
- posiadają 80% pieniędzy na rachunkach oszczędnościowych;
- kupują 80% luksusowych wycieczek;
- kupują 48% luksusowych samochodów



Nieautoryzowane *overdrafty* w USA

Większość amerykańskich banków pozwala na dokonywanie transakcji prowadzących do przekroczenia stanu środków na rachunku do pewnego poziomu i pobiera **34 USD** za każdą taką operację. Opłata overdraftowa najczęściej znacznie przekracza wielkość udzielonego kredytu.

Osoby w wieku powyżej 55 lat płacą rocznie ok. **1 mld USD** tytułem opłat za „nieautoryzowane overdrafty”.

Zdecydowana większość badanych osób deklaruje, że chcieliby decydować o możliwości korzystania z salda debetowego

Parrish, Smith, 2006

Gary Kalmar musi zapłacić 370 USD kary za 10 płatności na łączną kwotę 60 USD



Emerytury i renty z FUS, I-XII.2015

WYSZCZEGÓLNIENIE	Przeciętna miesięczna liczba emerytów i rencistów ^{2/} w tys.	Kwota wypłat ^{2/} w tys. zł	Przeciętna wypłata emerytury-renty ^{2/} w zł
O G Ó Ł E M	7 212,0	171 039 046,9	1 976,32
Emerytury	5 026,2	126 455 066,3	2 096,61
Renty z tytułu niezdolności do pracy	945,0	17 417 019,4	1 535,75
Renty rodzinne	1 240,8	27 166 961,2	1 824,60

Źródło: ZUS, 2016.

Wyszczególnienie	2000	2005	2010	2015
Przeciętna miesięczna nominalna emerytura i renta brutto z pozarolniczego systemu ubezpieczeń społecznych	894	1 178	1 668	2 068
Przeciętna miesięczna nominalna emerytura i renta rolników indywidualnych brutto	609	754	955	1 172

Źródło: GUS, 2016.