

– ניתוח מקרה 2-3: גיוס לקוחות במערכת הבנקאית – נאמנות לקוחות

בשנת 2007 החליט בנק דיסקונט על מבצע להגדלת חלקו בשוק המשכנתאות. ערב המבצע היה חלקו בין מקבלי המשכנתאות כ-5%. לאחר תקופה של כחצי שנה, בה מחיר המוצר שהוצע (ריבית על המשכנתא) היה נמוך באופן מובהק מזה של המתחרים, גדל חלקו של בנק דיסקונט למשכנתאות במערכת לכדי 15%.

התנאי לקבלת משכנתא במחיר נמוך היה דרישה להעברת משכורת לבנק דיסקונט.

לכאורה, ניתן היה לצפות במוצר כה מוטא מחיר למעבר של קרוב ל-100% ממבקשי המשכנתאות לבנק דיסקונט למשכנתאות, אולם כאן ניתן לייחס לשני גורמים את המעבר המשמעותי אך המוגבל עדיין.

גורם א': עלות העברת חשבון משכורת עשויה להתברר כיקרה מדי, כך שתקטין את הערך המושג מהחיסכון במחיר המשכנתא.

גורם ב': נאמנות לבנק המקור בו מתנהל החשבון.

ניתוח של מושג הנאמנות מעלה כי למעשה מאחורי "הנאמנות" מסתתרים במקרים רבים שיקולים כלכליים, אשר אינם קיימים על פני השטח ואינם בולטים בניתוח הראשוני. שמירת הנאמנות היא איפה, במקרים רבים, ביטוי לשנאת סיכון שמשמעותה, העדפת ערך ודאי על תוחלת ערך העשויה להיות גבוהה יותר, כתוצאה מהחלפת נאמנות.

למעשה, חלק מהאסטרטגיה של בנק דיסקונט היתה לפחות "העביר" את אלה שהם ממילא לקוחות הבנק, כלומר למעשה "לנצל" את הנאמנות של לקוחות הבנק ולתת להם סיבה להישאר במערכת.