

88% жителей Латвии слышали о создании банка Citadele и узнают его бренд, о чем свидетельствует новейшее исследование Snapshots.

Наибольшая узнаваемость бренда наблюдается среди людей с более высокими доходами. Так, в группе людей с доходами до 250 латов о создании банка слышали 77,5%, от 251 до 600 латов - 95,5%, а среди людей, чьи доходы превышают 600 латов - 99%. При этом одинаково хорошо информированы как латыши, так и русские. Немного меньше о создании банка слышали сельские жители (83%), лучше информированы рижане (94%).

Директор медийного агентства "phd" Райвис Балодис: "Для предприятий финансовой отрасли, работающих как в сегменте частных лиц, так и в сегменте бизнес-клиентов, узнаваемость бренда является основой для достижения бизнес-целей. Анализируя результаты данного исследования, нужно признать, что банк Citadele за очень короткий срок добился невероятно широкой узнаваемости. Это отличное начало деятельности банка, тем не менее, узнаваемость бренда - всего лишь первый шаг. Банк и в дальнейшем должен тщательно работать над стратегией бизнеса, развитием продуктов и созданием репутации".

Опрос проводился с 11 по 16 августа, и в нем участвовало 947 жителей Латвии.

Источник: UABanker