# Notas: Documento de Análise Inmark

De 2021 para 2022 o BPI desce na posição de banco com “Notoriedade Top of Mind” e sobe na “Notoriedade 5 bancos de referência”

NPS do BPI abaixo da média de mercado tanto em 2021 como em 2022.

Diminuição face a 2021 do nível de satisfação com os balcões do banco (abaixo do mercado em 2021 e 2022) e com o Centro especializado de empresas (acima do mercado em 2021 e 2022). Aumento face a 2021 do nível de satisfação com a App do Banco (acima do mercado em 2022).

- Análise SWAT

Pontos fracos:

Desequilíbrio entre o BPI no que diz respeito aos dados de mercado(menor presença em Lisboa; BPI com menos pontos no setor dos serviços; Nas empresas com volume de negócios entre 3.5 e 5.5 M€, existem menos clientes BPI.

I com a pior net BPI.

Nível de satisfação global abaixo do mercado e dos principais concorrentes. Pontuações inferiores às do mercado em: gestor de conta, telefone/mail; Caixa MB, soluções de depósito e zonas automáticas. A satisfação que os clientes dão aos serviços e ao comércio é inferior ao mercado.

Menor proatividade do gerente de contas BPI em relação aos principais concorrentes, mas é o canal que os clientes mais usam face aos concorrentes.

Ameaças:

Percentagem de empresas que considera o BPI o seu banco preferencial diminuiu, o que leva à necessidade de adoção de políticas de venda cruzada.

Menor penetração face ao ano anterior, sendo que estão à frente do BPI o Millennium, Santander, e Caixa Geral de Depósitos.

BPI corresponde à entidade que regista a maior diminuição de eficácia comercial de produtos e serviços.

Forças:

BPI é escolhido como banco preferencial sobretudo pelas “ boas condições económicas”.

Nível de satisfação de home banking superior ao do mercado- sobretudo no centro de negócios especializado e na app do banco.

Vantagem na posição competitiva dos cartões de crédito e de débito e depósitos, devido à quota de participação do BPI.

Líder de satisfação dos clientes nos produtos de financiamento.

Utilização dos canais digitais é superior à médica do mercado, com exceção do balcão, App e call center. Liderança em soluções de depósito.

Oportunidades:

Oportunidade de novos bancos entrarem como bancos secundários para outras empresas.

Clientes do BPI usam home banking acima do mercado.

Oportunidades de cross-selling em produtos de financiamento e cartões de crédito pu débito.

Trajetória comercial dos clientes possui produtos de financiamento, mas não com eles. Maior trajetória comercial do BPI nos produtos de poupança e investimento, depósitos a prazo, também onde deve estar o foco.