Santander Consumer Bank: Jedna trzecia Polaków korzysta wyłącznie z aplikacji mobilnej swojego banku

* **Wysoka popularność bankowości mobilnej w Polsce pokazuje, że dla klientów ważna jest nie tylko oferta finansowa, ale także jakość oferowanej aplikacji.**
* **Z najnowszego raportu Santander Consumer Banku „Polaków portfel własny: na bank w aplikacji” wynika, że aż 61 proc. badanych jest gotowych na korzystanie wyłącznie z tej formy usług bankowych, bez konieczności logowania się za pomocą strony internetowej czy kontaktu z konsultantem.**
* **Respondenci oczekują przede wszystkim szybszego załatwiania spraw niż w bankowości internetowej czy oddziale (32 proc.), łatwego i sprawnego logowania oraz wysokiego poziomu bezpieczeństwa – oba te aspekty zyskały po 29 proc. wskazań.**
* **Funkcjonalna aplikacja jest na tyle ważna, że niemal co dziesiąty ankietowany (9 proc.) zdecydowałby się przenieść swoje produkty do innej instytucji ze względu na wyższy poziom oferowanej bankowości mobilnej, nawet, gdyby ceny usług były mniej korzystne.**

Wrocław, 16 września 2025 r. – INFORMACJA PRASOWA

Korzystanie z cyfrowych rozwiązań mobilnych przenika coraz głębiej do codziennego życia Polaków. Umożliwiają one szybsze i prostsze załatwianie różnych sprawy. Zarządzanie finansami nie jest tu wyjątkiem – bankowość mobilna zapewnia szybki dostęp do usług w dowolnym miejscu i czasie, a dla wielu klientów aplikacja stała się podstawowym kanałem kontaktu z wybraną instytucją finansową.

**Smartfon zamiast oddziału**

Już 34 proc. badanych deklaruje, że wszystkie aktywności związane z obsługą swoich środków, przeniosło do smartfona. Kolejne 27 proc. byłoby skłonne to zrobić, pod warunkiem pełnego dopasowania oferty do ich oczekiwań. 22 proc. preferuje bankowość internetową z dostępem poprzez przeglądarkę. Zainteresowanie całkowitym korzystaniem z aplikacji jest najwyższe wśród młodych i maleje wraz z wiekiem – deklaruje je 54 proc. osób z grupy 18-29 lat, a wśród badanych 60+, odsetek spada do najniższego poziomu – 17 proc.

Pomimo rosnącej popularności aplikacji mobilnych, wciąż można dostrzec grupę klientów, którzy są przywiązani do innych form bankowania. Aż 13 proc. respondentów deklaruje bowiem, że preferuje rozmowy telefoniczne z konsultantem przez infolinię lub osobiste wizyty w oddziałach. Wyraźnie widać, że tym przypadku zależność wiekowa układa się odwrotnie niż dla bankowości mobilnej – spotkania twarzą w twarz wybiera prawie co trzeci Polak po 60. roku życia (29 proc.). Stanowi to najwyższy wynik spośród wszystkich grup wiekowych. Im młodsi respondenci, tym rzadziej sięgają po te rozwiązania – w przedziale 18-29 lat odsetek wyniósł zaledwie 3 proc.

– *Wyniki naszego badania pokazują, że na decyzję o korzystaniu wyłącznie z aplikacji mobilnej składa się wiele aspektów. Ankietowanych najbardziej przekonuje szybsze załatwianie spraw niż w tradycyjnej bankowości internetowej lub oddziale (32 proc.). Nieco mniej istotny, ale wciąż często wskazywany, jest dla nich większy poziom bezpieczeństwa oraz sprawne i łatwe logowanie (dla obu tych elementów po 29 proc.). Respondenci zwracają również uwagę na prostotę i nowoczesność interfejsu oraz dodatkowe benefity, nagrody czy promocje (po 15 proc.). Na kolejnych miejscach uplasowały się nowe, unikatowe funkcje (13 proc.), możliwość kontaktu z doradcą poprzez czat lub wideo (12 proc.), a także dostępność wsparcia bota 24/7, bez potrzeby kontaktu z infolinią (11 proc.). Z kolei niemal co szósty badany (16 proc.) przyznaje, że nic nie byłoby w stanie przekonać go do korzystania wyłącznie z aplikacji* – komentuje **Piotr Warda, dyrektor Centrum Rozwoju Bankowości Mobilnej I Akwizycji Klienta z Santander Consumer Banku.**

**Jakość ma znaczenie**

Wysoki standard bankowości mobilnej staje się jednym z kryteriów wyboru instytucji finansowej, choć nie dla wszystkich jest decydujący. Z odpowiedzi ankietowanych wynika, że 28 proc. z nich byłoby skłonnych przenieść swój produkt finansowy do innego banku ze względu na wyższą jakość aplikacji. Warunkiem byłaby jednak dla nich taka sama lub korzystniejsza oferta cenowa. Dla 9 proc. nowoczesne i funkcjonalne rozwiązania mobilne są jednak na tyle dużą wartością, że rozważyliby zmianę nawet przy mniej atrakcyjnych kosztach. Odsetek takich odpowiedzi jest najwyższy wśród dwudziestolatków – co piąty (19 proc.) rozważyłby zmianę instytucji ze względu na lepszą aplikację. Najmniej chętni do zmian z takiego powodu są seniorzy (jedynie 2 proc.).

*– Rozwiązania mobilne zapewniają klientom szybki kontakt z bankiem poprzez czat lub zgłoszenia, dzięki czemu wiele formalności można załatwić bez czekania na infolinii czy wizyty w oddziale. Istotnym aspektem jest bezpieczeństwo – w naszej aplikacji wszystkie operacje są chronione zgodnie z najnowszymi standardami. Cieszy się ona bardzo wysokim zaufaniem użytkowników. Potwierdza to wskaźnik skłonności do polecania NPS na poziomie 76 (wg badania własnego październik 2024). Użytkownicy doceniają ją za intuicyjność, czytelność i stabilność działania, czyli realną wygodę w codziennym bankowaniu* – podkreśla **Piotr Warda z Santander Consumer Banku.**

*Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku metodą telefonicznych, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI), przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w dniach 9-18 sierpnia 2025 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba n = 1000.*

--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**Santander Consumer Bank** – jest jednym z liderów rynku consumer finance w Polsce. Oferuje klientom szeroki zakres produktów obejmujący kredyty gotówkowe, kredyty ratalne, kredyt celowy, karty kredytowe oraz lokaty i rachunek oszczędnościowy. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów oraz sklepy i punkty usługowe. Więcej na [www.santanderconsumer.pl](http://www.santanderconsumer.pl/)

**Dodatkowych informacji udziela:**

Magdalena Grzelak  
Dyrektorka ds. Komunikacji Wewnętrznej i Public Relations | Rzecznik Prasowy

tel. +48 601 161 442