



Jak skutecznie zwiększać sprzedaż kart płatniczych?

Sprzedaż kart płatniczych w bankowości spółdzielczej to nie tylko realizacja planów sprzedażowych, ale przede wszystkim budowanie trwałych relacji z klientami oraz pozytywnego wizerunku banku jako nowoczesnej i zaufanej instytucji. Na dzisiejszym konkurencyjnym rynku coraz trudniej się wyróżnić, jednak nadal są sposoby, aby skutecznie podbijać rynek.

Poniżej znajdziesz sprawdzone metody oraz pomysły, które pomogą Ci poprawić wyniki w tym obszarze.

1. Zatroszcz się, aby klienci widzieli w Tobie eksperta, a nie sprzedawcę Kluczem do skutecznej sprzedaży jest budowanie zaufania i pozycji doradcy, który rozumie potrzeby klienta i potrafi doradzić najlepsze rozwiązanie – nie tylko sprzedać produkt.

Aby klienci postrzegali Cię jako eksperta:

- Słuchaj uważnie – zadawaj pytania, dopytuj o potrzeby, dowiedz się, jak wygląda codzienne życie i biznes Twojego klienta.
- Dziel się wiedzą – wyjaśniaj, jak działa karta płatnicza, jakie ma funkcje i jakie są najnowsze trendy w płatnościach bezgotówkowych.
- Proponuj rozwiązania, a nie produkty – dopasowuj ofertę do rzeczywistych potrzeb klienta, pokazując, jakie korzyści odniesie w swoim konkretnym przypadku.
- Buduj długoterminowe relacje – pozostawaj w kontakcie, pytaj o satysfakcję, informuj o nowościach i wspieraj klienta również po sprzedaży.
- Bądź godny zaufania – zawsze działaj transparentnie, informując o wszystkich kosztach i warunkach. Dzięki temu klienci będą wracali do Ciebie po kolejne produkty, polecali Twoje usługi innym i postrzegali bank jako miejsce, gdzie faktycznie dba się o ich interesy – a nie tylko realizuje cele sprzedażowe.

2. Poproś o polecenie – wykorzystaj potencjał najlepszych klientów Twoi zadowoleni klienci to najlepsza wizytówka banku. Regularnie pytaj ich, czy mogliby polecić Twoje usługi swoim znajomym, rodzinie lub współpracownikom.

Możesz wprowadzić:

- Program rekomendacji – nagradzaj obecnych klientów za skuteczne polecenie nowego posiadacza karty (np. drobnym upominkiem lub bonusem w postaci specjalnego oprocentowania lokaty lub pożyczki).
- Bezpośrednie prośby podczas spotkań – po zakończonej sprawie zapytaj:
- „Od wielu lat wspieram Panią/Pana w zarządzaniu finansami osobistymi może mógłbym zadbać także o finanse Pani/Pana dzieci/rodziców lub znajomych?” Dzięki temu dotrzesz do nowych osób, które już na starcie mają większe zaufanie do banku.

3. Przygotuj ofertę specjalną dla pracowników obsługiwanych firm

Współpracujesz z lokalnymi przedsiębiorstwami?

Wykorzystaj te relacje! Zaproponuj firmom dedykowaną ofertę kart płatniczych dla ich pracowników, np.:

- Niższe opłaty za wydanie lub prowadzenie karty,
- Dodatkowe korzyści (np. ubezpieczenie zakupów),
- Szybką i uproszczoną procedurę wydania karty dla całej firmy. Możesz zorganizować prezentacje lub krótkie spotkania informacyjne w siedzibach firm, podczas których przedstawisz ofertę i odpowiesz na pytania pracowników. To buduje zaufanie i zwiększa szansę na sprzedaż wielu kart jednocześnie.

4. Promuj siebie i bank na LinkedIn LinkedIn to platforma, na której możesz zbudować wizerunek oraz dotrzeć do nowych, potencjalnych klientów – zarówno indywidualnych, jak i biznesowych.

Pamiętaj o:

- Regularnych postach – dziel się wiedzą na temat korzyści płynących z posiadania karty płatniczej, nowościami w ofercie czy ciekawymi case study.
- Pokazuj sukcesy – informuj o osiągnięciach, zrealizowanych projektach czy pozytywnych opiniach klientów.
- Angażuj się w dyskusje branżowe – komentuj posty lokalnych przedsiębiorców i instytucji. Taka aktywność zwiększa Twoją rozpoznawalność i buduje zaufanie do banku.



5. Udział w wydarzeniach lokalnych Obecność na targach, festynach, spotkaniach branżowych czy imprezach sportowych to doskonała okazja do bezpośredniego kontaktu z mieszkańcami.

Warto:

- Przygotować mobilne stoisko banku z możliwością natychmiastowego złożenia wniosku o kartę.
- Rozdawać materiały informacyjne i drobne gadżety z logo banku.
- Organizować konkursy lub quizy z nagrodami – np. voucherami na zakupy przy płatności kartą.
- Budujesz w ten sposób pozytywny wizerunek banku jako instytucji zaangażowanej w życie lokalnej społeczności i otwartej na ludzi.

6. Edukuj i pokazuj praktyczne korzyści Wielu klientów, zwłaszcza starszych lub mniej aktywnych cyfrowo, obawia się korzystania z kart płatniczych. Pokaż im, jakie to proste i bezpieczne!

Organizuj:

- Warsztaty i spotkania edukacyjne (w siedzibie banku, online lub w terenie),
- Instruktaże korzystania z kart (np. płatności zbliżeniowe, zakupy online, bezpieczeństwo transakcji),
- Przekazuj materiały edukacyjne w formie ulotek lub krótkich filmów wideo.

7. Przypominaj o dodatkowych korzyściach Karty płatnicze to nie tylko wygoda płacenia.

Przypominaj klientom o:

- Programie lojalnościowym Visa Benefit,
- Ubezpieczeniach,
- Promocjach i rabatach u partnerów banku. Im więcej klient wie o korzyściach, tym chętniej sięgnie po kartę!

Podsumowanie

Sprzedaż kart płatniczych w bankowości spółdzielczej wymaga inicjatywy, kreatywności i konsekwencji. Wykorzystuj rekomendacje, buduj relacje z lokalnym biznesem, promuj siebie i bank w sieci, bądź obecny na wydarzeniach i edukuj klientów. To sprawdzone metody, które realnie przełożą się na wzrost liczby wydanych kart oraz zadowolenie klientów. **POWODZENIA!**