

# Prosta, bezpieczna bankowość

W DOBREJ CENIE

## Bank Poczty, czyli jaki?



### NAJPROSTSZY

Bank wyspecjalizowany w najprostszycy produktach.



### TANI

Gwarantujący dobrą cenę dla szerokiej grupy Klientów.



### ZINTEGROWANY Z POCZTĄ POLSKĄ

Oferujący nowoczesne usługi finansowe w oparciu o integrację w ramach Grupy Poczty Polskiej.

## KOD to nasz sposób:



myślenia i działania w Banku



transformacji kultury korporacyjnej



prowadzenia biznesu

## Nasz KOD to:



# PROSTO

bo tworzymy najprostszą bankowość



# ADASIE

bo szukamy rozwiązań i działamy



# OBTANIAMY

dbamy o rentowność Klienta i Banku, jak o własną

Z KODEm budujemy wartość dla Klientów, siebie i Banku.

## Główne elementy modelu biznesowego

### MASOWA AKWIZYCJA

Bank oferuje Klientom najprostszą i tanią ofertę, w tym jeden rachunek dla Klientów detalicznych i jeden dla mikrofirm, prostą ofertę kredytową, depozytową oraz inwestycyjną, wsparciem unikalnymi programami lojalnościowymi.

### UPRODUKTOWIENIE KLIENTÓW WEWNĘTRZNYCH KREDYTAMI

Bank skoncentruje się na wzmocnieniu zarządzania cyklem życia Klienta, w tym działaniach cross-sellingowych kredytów gotówkowych do Klientów wewnętrznych.

### EFEKTYWNY MODEL OPERACYJNY

Proste, tanie i zautomatyzowane procesy w Grupie Banku.

### PEŁNA INTEGRACJA Z GRUPĄ POCZTY POLSKIEJ

Efektywne wykorzystanie potencjału sieci dystrybucji Poczty Polskiej i rozwój nowoczesnej oferty produktowej we współpracy ze spółkami z Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej.

## Bank Poczty w liczbach w 2018r.

**+ 900 tys.**

chcemy przekonać do swoich usług 900 tys. osób, by Bank Poczty obsługiwał 2,3 mln Klientów

**< 60%**

wzrost efektywności i osiągnięcie wskaźnika C/I (koszty/przychody) poniżej 60%

**> 4 mld**

zwiększenie salda kredytów gotówkowych powyżej 4 mld zł

**12,7%**

zwrot z kapitału ROE netto powyżej 12,7%

## Nowa segmentacja Klientów



### KLIENT MASOWY

Osoby z miejscowości do 50 tys. mieszkańców o dochodach do 3 tys. zł netto, ceniący prostą i zrozumiałą ofertę oraz dostępność placówek.



### KLIENT CYFROWY

Osoby w wieku: 20-55 lat. Preferujące zdalny sposób komunikacji i dokonywania transakcji, w tym:

- internet,
- call center,
- urządzenia mobilne.



### MIKROFIRMY

Fachowcy prowadzący działalność gospodarczą.

Kilkuosobowe firmy.