

11.06.2014

Raport bieżący nr 14/2014

Główne cele strategii Banku Pocztowego na lata 2014-2017

Zarząd Banku Pocztowego S.A. informuje, że główne cele „Strategii rozwoju Banku Pocztowego S.A. w latach 2014-2017” to:

- wzrost rentowności kapitału własnego (ROE) powyżej 15% w 2017 r.,
- zwiększenie efektywności działania Banku – wskaźnik C/I powinien obniżyć się do poziomu 60% w 2017 r.,
- wzrost liczby prowadzonych ROR do 1,5 mln.

Aby zrealizować te cele, Bank skoncentruje się na działalności detalicznej z uzupełniającą ofertą dla mikrofirm. Bank Pocztowy chce być w 2017 r. liderem bankowości detalicznej w Polsce regionalnej.

Strategia bankowości detalicznej opiera się na dynamicznej akwizycji Klientów, ale także koncentracji na zwiększaniu ich aktywności i w konsekwencji rentowności. Bank chce osiągnąć ten cel m.in. poprzez:

- Dostosowanie oferty produktowej do zróżnicowanych potrzeb Klientów o różnym stopniu zaawansowania w korzystaniu z usług finansowych. Bank opracował także nową segmentację Klientów uwzględniającą m.in. preferowane kanały kontaktu z Bankiem.
- Uzupełnienie oferty o nowe, zrozumiałe produkty inwestycyjne. W segmencie produktów inwestycyjnych zamiarem Banku jest zbudowanie portfela produktów w wysokości 0,5 mld zł.
- Dalszą rozbudowę kanałów dystrybucji i obsługi, w tym contact center jako głównego kanału kontaktu Klienta z Bankiem oraz dokończenie rozbudowy sieci mikrooddziałów.
- Działania edukacyjne w obszarze nie tylko usług finansowych, ale też i korzystania ze zdalnych kanałów kontaktu z Bankiem. Bank chce, aby do końca 2017 roku połowa jego Klientów kontaktowała się z nim za pomocą zdalnych kanałów.

Niezmiennie istotnym elementem w Strategii Banku Pocztowego pozostaje strategiczne partnerstwo z Poczta Polska. Wykorzystując swoje doświadczenie i kompetencje w zakresie tworzenia i sprzedaży produktów finansowych, Bank Pocztowy chce być centrum kompetencyjnym Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej w obszarze usług bankowych i bancassurance.

Ponadto Bank Pocztowy rozpoczyna proces zmiany identyfikacji wizualnej. Kształt, jak i kolorystyka nowego logo podkreśla wspólne cele i rozwój Banku Pocztowego w ramach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej.

Podstawa prawna: Załącznik Nr 4 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu "Informacje bieżące i okresowe przekazywane przez emitentów dłużnych instrumentów finansowych w alternatywnym systemie obrotu na Catalyst".