

w 2008 roku powstało siedem analogicznych jednostek w największych ośrodkach miejskich kraju, tj. w Poznaniu, Wrocławiu, Krakowie, Łodzi, Gdańsku, Szczecinie oraz Chorzowie. Zadaniem tych struktur jest kompleksowa obsługa firm reprezentujących najwyższy segment sektora MSP, w tym zapewnienie sprawnego procesu kredytowego w oparciu o wysoko wykwalifikowane i wyposażone w odpowiednie kompetencje kadry.

Private Banking

W trakcie 2008 roku uruchomiono nowy kanał sprzedaży zorientowany na potrzeby klientów posiadających aktywa płynne o wartości minimum 1 mln zł. Pierwsze biura Private Banking otwarto w Warszawie i Poznaniu (od początku 2009 roku działa też biuro we Wrocławiu). Obsługa klientów prowadzona jest przez dwuosobowe zespoły specjalistów, często poza siedzibą banku. Nowy kanał dystrybucji specjalizuje się w sprzedaży produktów oszczędnościowych i inwestycyjnych. W 2008 roku w ofercie inwestycyjnej banku dominowały produkty strukturyzowane (np. FX Depo oraz Quo Vadis). Zakres dostępnych usług obejmuje również doradztwo oraz zindywidualizowane rozwiązania inwestycyjne i finansowanie. Do dyspozycji klientów Private Banking oddano specjalną platformę informatyczną umożliwiającą pasywny dostęp do utrzymywanego portfela inwestycyjnego.

Elektroniczne kanały dystrybucji

BZWBK24

W 2008 roku nastąpił dalszy rozwój funkcjonalności serwisu bankowości elektronicznej BZWBK24. Użytkownikom BZWBK24 Internet umożliwiono aktywną obsługę kart debetowych (aktywacja nowych kart, zmiana numeru PIN, odblokowanie karty) oraz udostępniono wgląd do dodatkowych informacji nt. użytkowanych kart. Z myślą o klientach przebywających w celach zarobkowych za granicą, wprowadzono opcję otwierania przez internet konta oszczędnościowego w walutach obcych (EUR i GBP). Uruchomiono ponadto specjalistyczne serwisy internetowe: serwis starczysiec.pl poświęcony płatnościom internetowym

oraz serwis tutajdoladuj.pl, który konsoliduje wszystkie dostępne w banku możliwości doładowania telefonu przez internet, umożliwiając dodatkowo zamówienie faktury za doładowanie opłacone Przelewem24.

Serwis BZWBK24 – oprócz swojej podstawowej roli jako kanał obsługi transakcyjnej – zaczął pełnić funkcję edukacyjną, aktywizacyjną i sprzedażową. Przepływ informacji między bankiem a klientem usprawniły komunikaty wyświetlane w ramach transakcyjnego serwisu internetowego w celu prezentacji aktualnej oferty produktowej i promocyjnej banku oraz kwot zaangażowania kredytowego dostępnego dla klientów indywidualnych w ramach kredytu gotówkowego i karty kredytowej (produkty oferowane za pośrednictwem Centrum Sprzedaży Telefonicznej i Elektronicznej). Nowe narzędzie komunikacji wykorzystano w licznych akcjach aktywizujących klientów do zakupu produktów i usług, m.in. konta oszczędnościowego, lokat, funduszy Arka, karty kredytowej, kredytu gotówkowego, Alertów24, etc. Rozwijano też kolejny kanał komunikowania się z klientami i sprzedaży, tzw. microsites, czyli strony internetowe dedykowane w całości wybranemu produktowi lub procesowi.

Bezpośredni Kanał Sprzedaży/Centrum Sprzedaży Telefonicznej i Elektronicznej

Centrum Sprzedaży Telefonicznej i Elektronicznej (CSTiE) prowadzi sprzedaż bezpośrednią głównie w formie aktywnych kampanii sprzedażowych, realizując cele związane z CRM i sprzedażą typu cross-selling. W 2008 roku przedmiotem takich kampanii były karty kredytowe, kredyty gotówkowe i limity kredytowe w kontaktach osobistych. Produkty oferowane były w kilku trybach: sprzedaż w ramach infolinii 0801 666 444, sprzedaż Internetowa oraz cross-selling i up-selling w ramach obsługi klienta. Inicjowaną przez CSTiE sprzedaż produktu finalizowano w wybranym przez klienta oddziale Banku Zachodniego WBK S.A. lub przy pomocy kuriera.

Bardzo dobre wyniki sprzedaży telefonicznej i jakość pozyskiwanego portfela kredytowego zdecydowały o dalszym rozwoju potencjału sprzedażowego jednostki.

Bankomaty

31 grudnia 2008 roku sieć bankomatów Banku Zachodniego WBK S.A. liczyła 1 004 urządzenia, co w skali 12 miesięcy oznacza przyrost o 330 sztuk. Szybki wzrost ilości instalacji jest efektem realizacji programu rozwoju sieci bankomatów, który osiągnął założone cele i został w minionym roku zamknięty. Oprócz rozbudowy sieci z użyciem nowoczesnych bankomatów, bank kontynuował modernizację bazy sprzętowej. W wyniku podjętych działań, wzrosła dostępność bankomatów Banku Zachodniego WBK S.A., liczba transakcji bankomatowych oraz funkcjonalność

Klienci BZWBK24 (tys.)



WBK

Bank Zachodni WBK S.A.