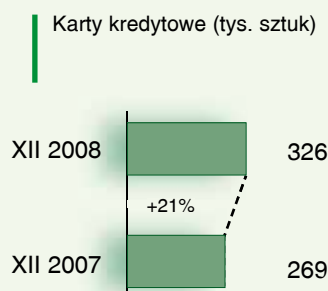


Szybkie tempo rozwoju portfela kredytów gotówkowych Banku Zachodniego WBK S.A. to między innymi konsekwencją rozbudowy sieci i wzrostu efektywności kanałów dystrybucji banku. Silnego impulsu sprzedażowego dostarczył także cykl kampanii reklamowych (lutowa kampania „Jak wszyscy, to wszyscy”, wrześniowa „Hit Sezonu: Kredyt Gotówkowy” oraz listopadowo-grudniowa „Wszyscy Biorą na Święta. Weź i Ty!”), które wsparł swym wizerunkiem John Cleese – ikona brytyjskiej komedii.

Zgodnie z umową o współpracy między Bankiem Zachodnim WBK a Domem Maklerskim BZ WBK z dnia 12 maja 2008 roku, klientom zainteresowanym kredytem gotówkowym na zakup papierów wartościowych na rynku pierwotnym oraz zorganizowanym rynku wtórnym ułatwiono dostęp do finansowania, umożliwiając składanie wniosków poza siecią banku, tj. za pośrednictwem punktów obsługi klienta Domu Maklerskiego BZ WBK oraz aplikacji internetowej tej jednostki „Inwestor On-line”.

Karty kredytowe

Bank Zachodni WBK S.A. jako pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej umożliwił klientom dokonywanie płatności bezstykowych, wprowadzając do sprzedaży kartę typu pre-paid Maestro PayPass (koniec 2007 roku). Kontynuacją tych działań było wydanie w marcu 2008 roku karty kredytowej MasterCard PayPass z wykorzystaniem technologii zbliżeniowej (PayPass). Karta posiada specjalny mikroprocesor oraz pasek magnetyczny i jest instrumentem wielofunkcyjnym. Umożliwia dokonywanie płatności bezgotówkowych w POS (w tym zbliżeniowych i z użyciem numeru PIN), wypłat w bankomatach na całym świecie oraz transakcji internetowych i MOTO (zamówienia telefoniczne i pocztowe typu Mail Order & Telephone Order).



Adresatem dwóch kolejnych propozycji banku były segmenty o znaczeniu strategicznym. W czerwcu wprowadzona została karta kredytowa Visa Platinum stanowiąca uzupełnienie oferty dla segmentu VIP, złożonego z osób oczekujących zindywidualizowanej obsługi i zainteresowanych produktami ponadstandar-

dowymi. We wrześniu natomiast uruchomiono sprzedaż karty kredytowej MasterCard<30 z dodatkową funkcją zbliżeniową, która adresowana jest do studentów i ludzi młodych. Pod koniec 2008 roku wznowiona została karta kredytowa dla miłośników narciarstwa z wbudowanym pakietem ubezpieczeniowym oraz programem upustów na sprzęt narciarski.

Aby zwiększyć popyt na karty kredytowe Banku Zachodniego WBK S.A. i zachęcić użytkowników do bardziej aktywnego ich wykorzystywania, bank przeprowadził szereg przedsięwzięć o charakterze promocyjno-sprzedażowym, w tym konkurs „Traf na UEFA EURO 2008”, zindywidualizowane oferty kart kredytowych dla klientów nieposiadających tego produktu oraz akcje sprzedażowe typu „cross-selling”.

Konto osobiste

Rozwój oferty dla posiadaczy kont złotówkowych

W 2008 roku Bank Zachodni WBK S.A. zrealizował szereg inicjatyw mających na celu uatrakcyjnienie oferty pakietów produktowych (zbudowanych wokół kont osobistych) oraz zwiększenie dynamiki ich sprzedaży. W ramach tych działań, w marcu 2008 roku posiadaczom kart Visa Electron Prestiż – wydawanych do Konta24 Prestiż – umożliwiono bezprowizyjne wypłaty ze wszystkich bankomatów w Polsce. W maju natomiast uruchomiona została sprzedaż nowego konta osobistego – Konta Wydajesz & Zarabiasz z towarzyszącą kartą debetową Visa Wydajesz & Zarabiasz wyposażoną w unikatowy na rynku polskim mechanizm zwrotu 1% wartości transakcji dokonanych z jej użyciem (więcej informacji w części „Karty debetowe”). Z myślą o właścicielach Konta<30, wznowiona została promocja wakacyjna polegająca na okresowym zniesieniu prowizji za wypłaty bankomatowe dokonywane kartą Visa Electron<30 za granicą. We wrześniu natomiast rozpoczęto jesienną kampanię Konta<30, realizowaną pod hasłem „Młodych nie golimy”, podkreślającym główny walor produktu – brak opłat za prowadzenie rachunku. Przedmiotem promocji była też debetowa karta zbliżeniowa Visa Electron<30 payWave wydawana do ww. konta, którą Bank Zachodni WBK S.A. wprowadził na rynek jako pierwszy w Polsce.

Rozwój oferty dla posiadaczy kont walutowych

W minionym roku kontynuowano prace nad podniesieniem walorów oferty adresowanej do Polaków przebywających za granicą. W centrum uwagi banku znalazły się potrzeby klientów obecnych na brytyjskim, irlandzkim i niemieckim rynku pracy, w tym funkcjonalność kanałów dystrybucji usług bankowych z perspektywy ww. użytkowników. Ofertę banku (obejmującą



WBK

Bank Zachodni WBK S.A.