

VI. Perspektywy dalszego rozwoju

1. Kierunki strategiczne na lata 2009-2011

Wizja Grupy Kapitałowej Banku Zachodniego WBK

Grupa Kapitałowa Banku Zachodniego WBK zamierza umacniać swoją pozycję na rynku finansowym jako organizacja uniwersalna, oferująca pełną gamę usług finansowych w segmencie bankowości detalicznej, biznesowej i inwestycyjnej. Wizja Grupy Kapitałowej Banku Zachodniego WBK zakłada osiągnięcie następujących efektów:

- wzrost udziałów w poszczególnych segmentach;
- wysoka rozpoznawalność i prestiż marki banku w oparciu o konkurencyjną ofertę i doskonałą jakość obsługi;
- silne i stabilne fundamenty finansowe sprzyjające rozwojowi akcji kredytowej, w tym adekwatny poziom płynności i mocna pozycja kapitałowa;
- liczne i zdywersyfikowane źródła dochodów w trzech podstawowych segmentach działalności: bankowości detalicznej, biznesowej i inwestycyjnej;
- sprawne zarządzanie ryzykiem, spełniające wymagania interesariuszy;
- wysoki poziom zadowolenia akcjonariuszy z wysokości i stabilności generowanego zysku.

Aspiracją Grupy Kapitałowej Banku Zachodniego WBK jest wykorzystanie zbudowanej sieci dystrybucji do osiągnięcia 10-procentowego udziału w rynku oraz zajęcie wyższej pozycji pod względem aktywów, kapitałów i liczby klientów.

Priorytety strategiczne na lata 2009-2011

Globalny kryzys na rynku finansowym oraz rozprzestrzeniająca się recesja w gospodarce światowej, zmieniły perspektywy rozwoju sytuacji makroekonomicznej w Polsce, powodując konieczność większej koncentracji na następujących priorytetach:

- wzmocnienie bazy kapitałowej i utrzymanie adekwatnego wskaźnika wypłacalności;
- aktywne zarządzanie ryzykiem kredytowym, operacyjnym i rynkowym;
- dalsza dywersyfikacja i poszukiwanie nowych źródeł dochodów;
- dywersyfikacja bazy depozytowej;
- utrzymanie wskaźnika kredytów do depozytów na poziomie zapewniającym odpowiednią płynność;
- aktywne zarządzanie kosztami i niski poziom wskaźnika koszty/dochody;

- maksymalne wykorzystanie potencjału zbudowanego dzięki inwestycjom dokonywanym w latach 2007 i 2008;
- obniżanie kosztów procesów i upraszczanie procedur;
- zwiększanie zdolności reagowania na potrzeby klientów i wymagania rynku.

Wizerunek marki

Głównym zadaniem w ramach strategii wizerunku jest zmiana percepcji Banku Zachodniego WBK S.A., który nadal postrzegany jest jako instytucja regionalna z siecią placówek na terenie Polski Zachodniej. Dzięki rozbudowie sieci oddziałów oraz działaniom z zakresu komunikacji marki, bank zaistnieje w powszechnej świadomości jako instytucja o zasięgu ogólnokrajowym i będzie rozpoznawalny na terenie całego kraju.

Wizerunek marki Banku Zachodniego WBK S.A. łączyć będzie najlepsze cechy dużej i bezpiecznej instytucji z cechami wyróżniającymi banki młode, dynamiczne i walczące o rynek atrakcyjnymi parametrami oferty. Klienci będą postrzegać Grupę Banku Zachodniego WBK jako dużą, ogólnokrajową organizację o następujących cechach:

- dającą klientowi więcej niż inne instytucje finansowe i starającą się bardziej niż pozostali uczestnicy rynku,
- stabilną finansowo i gwarantującą bezpieczeństwo środków,
- oferującą produkty atrakcyjne cenowo, nieskomplikowane, zrozumiałe i łatwe w użyciu,
- wyróżniającą się na rynku nowoczesnymi i pionierskimi rozwiązaniami.

Kultura organizacyjna

Grupa Banku Zachodniego WBK jest organizacją skoncentrowaną na dostarczaniu wartości dla klienta, czemu sprzyja silne ukierunkowanie na:

- budowanie relacji opartych na zaufaniu i wartościach,
- działania zorientowane na wyniki, a nie czynności,
- chęć uczenia się,
- profesjonalne i terminowe wykonywanie zadań,
- szacunek do pracy i odpowiedzialność za podejmowane działania,
- przestrzeganie przepisów prawa, regulacji wewnętrznych i dobrych obyczajów.

