

RAPORT ROCZNY

2018

Na codzienne
i niecodzienne sprawy

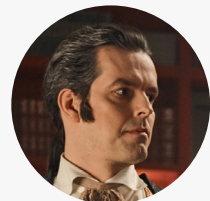




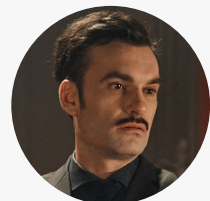
Na codzienne i niecodzienne sprawy

Na początku marca 2018 r. wystartowaliśmy z nową kampanią wizerunkową, w której wykorzystaliśmy motyw wampirów. Dzięki niej pokazujemy, że eurobank to instytucja, która potrafi sprostać oczekiwaniom nawet najbardziej wymagających Klientów.

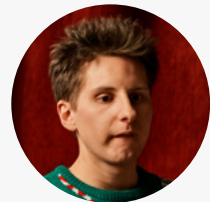
Bohaterami kampanii są trzy wampiry:



Felix – samozwańczy lider grupy, stateczny, rozważny organizator, tradycjonalista dbający o finanse (w tej roli Robert Jarociński),



Vlad – dandys i bon vivant, pewny siebie, charyzmatyczny (w tej roli Mariusz Zaniwski),



Maciek – typowy gapa, nieporadny, ale sympatyczny, ufny i pomocny (w tej roli Jan Kardasiński).

Życie wampirów

Kampanię wizerunkową rozpoczęliśmy spotem TV „Jak żyją wampiry w Polsce?”.

[ZOBACZ FILM >](#)

Naszym zdaniem

„Aby trafić do nowych Klientów, chcemy się wyróżnić. Chcemy, aby nasz bank komunikował się nieco prowokacyjnie i zabawnie”.

Alexis Lacroix, prezes eurobanku

[ZOBACZ SPOTY TELEWIZYJNE >](#)

[ZOBACZ KOMENTARZ NA TEMAT KAMPANII](#)

Zdaniem Klientów

„Zabiliście mnie (w pozytywnym znaczeniu) tym filmikiem. Megadystans i niezły humor”.

„Jak się żyje wampirem w Polsce – lepszej reklamy w polskiej telewizji jeszcze nie widziałam”.

„Świetna reklama”.

„Genialne :-)”.

„Jedna z lepszych reklam w ostatnim czasie, która zrobiła na mnie sympatyczne i naprawdę dobre wrażenie. Oby więcej takich – zrobionych z pomysłem i jajem”.

„Co za autoironia, kabaret by tego lepiej nie wymyślił, gratulacje!”



Nota prawna

Niniejsza prezentacja została przygotowana przez **Euro Bank S.A.** z siedzibą we Wrocławiu, zwany dalej również Bankiem. Dane zawarte w prezentacji nie stanowią kompleksowej analizy sytuacji finansowej Banku i mają jedynie charakter informacyjny. Prezentacja nie stanowi oferty w rozumieniu 66 § 1 k.c., a dane w niej zawarte mają charakter jedynie ogólnoinformacyjny i nie odnoszą się do oferowanych przez Bank produktów i usług.

W celu skorzystania z usług i produktów Banku należy dokładnie zapoznać się z ich charakterystyką dostępną na stronie **www.eurobank.pl** lub w placówkach Banku.

Euro Bank S.A. sporządza roczne **Sprawozdanie Finansowe zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej przyjętymi przez Unię Europejską (MSSF)**, a dane dotyczące sytuacji finansowej zawarte w prezentacji są przygotowane na podstawie tych samych zasad rachunkowości, które są stosowane w rocznym Sprawozdaniu Finansowym Banku. **Wyniki za 2018 r. są audytowane.**

Niektóre stwierdzenia zawarte w prezentacji mają charakter planów, perspektyw oraz prognoz na przyszłość, założonych na podstawie wiedzy i doświadczenia Zarządu. Ich osiągnięcie jest zależne od różnego rodzaju czynników, prognozy te nie mogą

być rozumiane jako gwarancja uzyskania założonych wyników lub wprowadzenia określonych rozwiązań. Bank nie ma obowiązku przekazywania do publicznej wiadomości aktualizacji i zmian informacji, danych oraz oświadczeń znajdujących się w niniejszej prezentacji na wypadek zmiany strategii albo planów Banku lub wystąpienia nieprzewidzianych faktów bądź okoliczności, które będą miały wpływ na tę strategię lub plany Banku, chyba że obowiązek taki wynika z przepisów prawa.

Opinie Klientów zawarte w prezentacji zebrano w placówkach Banku oraz poprzez oficjalne profile Banku w social mediach i przez call center.





Alexis Lacroix,
prezes eurobanku

Szanowni Państwo,

„**Na codzienne i niecodzienne sprawy**” – nowe hasło, za pomocą którego eurobank promuje się od marca 2018 r., doskonale oddaje nasze podejście do Klientów. Od lat pracujemy nad tym, by być bankiem, który ułatwia im życie i spełnia ich nawet najbardziej wymagające oczekiwania. Budujemy kompetencje i wizerunek instytucji otwartej na każdego Klienta indywidualnego. A ponieważ stawiamy na dobry humor i dystans do siebie, w naszej nowej kampanii postanowiliśmy wykorzystać motyw wampirów.

Cieszę się, że w 2018 r. zaufało nam **125 tys. nowych Klientów**. Ta liczba w połączeniu z wysokimi notami w badaniach ich satysfakcji to dla nas najlepsze dowody na to, że potrafimy utrzymać wysoką jakość obsługi oraz oferowanych produktów – w prestiżowym rankingu Instytucja Roku 2018 znaleźliśmy się w wąskim gronie

banków docenionych zarówno za jakość obsługi w placówkach, jak i w kanałach zdalnych.

Pod względem rozwoju oferty produktowej rok 2018 był dla eurobanku niezwykle ważny. Z sukcesem wprowadziliśmy na rynek w pełni cyfrową pożyczkę, z której można skorzystać błyskawicznie – jej zakup wymaga jedynie 15 minut. Pokazaliśmy w ten sposób, że można stworzyć bankową alternatywę dla firm pożyczkowych obecnych w sieci, przy zachowaniu konkurencyjnej wobec nich ceny. Oferta pożyczki przez internet jest ciągle rozwijana. W tym celu podejmujemy współpracę z nowymi partnerami biznesowymi, którzy wspierają nas w dotarciu do nowych grup Klientów – od początku lutego 2019 r. naszą ofertę widzą użytkownicy znanego serwisu sprzedajemy.pl, zainteresowani kupnem pojazdu.

[CZYTAJ DALEJ >](#)



W myśl hasła „Na codzienne i niecodzienne sprawy” w 2018 r. zupełnie zrezygnowaliśmy z dotychczasowego podejścia do rachunku osobistego. Ofertę różnych kont zastąpiliśmy jednym, całkowicie darmowym – „W pełni”. Klienci nie ponoszą żadnych opłat z tytułu posiadania rachunku, a karta debetowa może być darmowa po spełnieniu prostego warunku. Klienci mogą też korzystać z programu „Codziennie zyskuję” i otrzymywać zwrot 5 proc. ponoszonych wydatków.

Dążymy do tego, by Klienci mieli dostęp do naszych usług nie tylko w dużych miastach, lecz także w mniejszych miejscowościach w całej Polsce. Dlatego dbamy o rozwój sieci franczyzowej, zachęcając kolejnych partnerów do współpracy z eurobankiem. Ponieważ chcemy być dostępni dla Klientów w każdym miejscu i o każdej porze, wzmocniliśmy funkcjonalności naszej aplikacji mobilnej. Wdrożyliśmy również nowoczesny system telefoniczny w naszym call center – to pozwoliło jeszcze bardziej poprawić jakość obsługi Klientów.

Nasze działania w 2018 r. przełożyły się na satysfakcjonujące wyniki finansowe. Odnotowaliśmy wzrost salda kredytów ogółem o 4 proc. w ujęciu rocznym do 12,2 mld zł. Nasza oferta depozytowa została uznana przez Klientów za atrakcyjną, co przełożyło się na wzrost salda depozytów o 14 proc. r/r – do rekordowego w historii eurobanku poziomu 7,7 mld zł. Osiągnęliśmy

wynik na działalności bankowej na poziomie 721,4 mln zł. To wzmocniło naszą pozycję kapitałową i płynnościową, a agencja Fitch podniosła rating eurobanku z bb do bb+ (Viability Rating).

Niezmiennie pracujemy nad tym, by być bankiem odpowiedzialnym społecznie. Ważne są dla nas wysokie standardy warunków pracy, co już po raz drugi z rzędu zostało potwierdzone certyfikatem Top Employer Polska.

Pracownicy eurobanku bardzo chętnie angażują się w inicjatywy społeczne. W 2018 r. ponownie zorganizowaliśmy akcję „Our People Round the World”. Jej efekt to 100 tys. zł przekazanych na rzecz Fundacji „Mam Marzenie” oraz wrocławskiego Schroniska dla Bezdomnych Zwierząt. Kontynuujemy również akcję #BezSmogu, dzięki której już 100 czujników na naszych placówkach monitoruje stan jakości powietrza w miejscowościach w całej Polsce.

5 listopada 2018 r. nasz większościowy akcjonariusz Societe Generale podpisał warunkową umowę sprzedaży udziałów w eurobanku na rzecz Banku Millennium S.A. Transakcja ma zostać sfinalizowana w drugim kwartale 2019 r.

Zachęcam do lektury raportu eurobanku za 2018 r. Znajdą w nim Państwo szereg informacji na temat naszej misji i podejmowanych przez nas działań.





Ważna zmiana dla eurobanku

5 listopada 2018 r. Bank Millennium i Societe Generale podpisały umowę dotyczącą zakupu eurobanku przez Bank Millennium.

- > Przedmiotem transakcji jest nabycie przez Bank Millennium **99,79 proc.** akcji eurobanku za cenę referencyjną wynoszącą **1,83 mld zł.**
- > Transakcja wymaga zgód nadzorców rynku. UOKiK wyraził zgodę na przejęcie.
- > Ostateczna cena nabycia zostanie skorygowana na dzień zamknięcia transakcji.
- > Po uzyskaniu zgód planowana jest fuzja obu instytucji.

Bank Millennium – najważniejsze dane

- Jest **7.** pod względem wielkości bankiem w Polsce.
- Zatrudnia około **6 tys.** pracowników.
- Stanowi centrum Grupy Banku Millennium, w skład której wchodzi: Millennium Leasing, Millennium Dom Maklerski, Millennium Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych oraz Millennium Goodie.

Dlaczego Bank Millennium kupuje eurobank?

- Przejęcie ma doprowadzić do osiągnięcia współczynnika ROE na poziomie trzech najlepszych banków w kraju.
- Dzięki fuzji powstanie dużo większy i bardziej konkurencyjny bank, zajmujący siódme miejsce na rynku pod względem wartości aktywów, depozytów i kredytów, ze szczególnie silną pozycją w obszarze kredytów konsumenckich.

PRZECZYTAJ WIĘCEJ NA TEMAT ZMIANY WŁAŚCICIELA





Każdego dnia chcemy...

- > zachwycać Klientów **prostą i przejrzystą bankowością**,
- > oferować im **pełną dostępność (infolinia czynna 24 h/7)**,
- > odpowiadać na ich **nawet najbardziej wymagające potrzeby**,
- > nieustannie **poprawiać jakość obsługi** w placówkach oraz w kanałach zdalnych,
- > **słuchać opinii Klientów** i wyciągać z nich wnioski,
- > **działać etycznie**,
- > łączyć tradycyjną bankowość z **nowoczesnymi technologiami**,
- > być **atrakcyjnym i odpowiedzialnym pracodawcą**, przyciągać najlepszych i zaangażowanych pracowników,
- > być **bezpiecznym i stabilnym finansowo** bankiem,
- > **angażować się** w sprawy społeczne.




...być jeszcze lepszym bankiem.



eurobank to ludzie

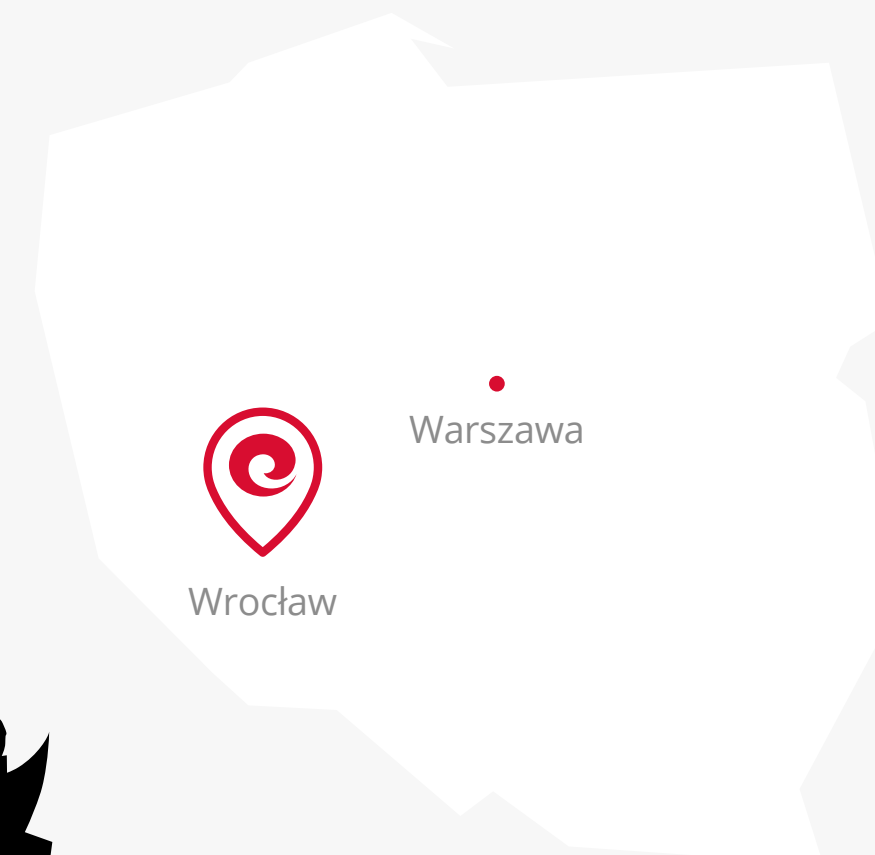
- > Jest nas **2687**.
- > **70%** zespołu to kobiety.
- > Średnia wieku pracowników to **33 lata**.
- > **80%** pracowników ma wyższe wykształcenie.

 (dane na koniec **2018 r.**)

Dobry pomysł na bank

Nasza sieć franczyzowa stale się powiększa – każdego roku zyskuje kolejne lokalizacje.


[SPRAWDŹ SIĘ NASZYCH PLACÓWEK >](#)

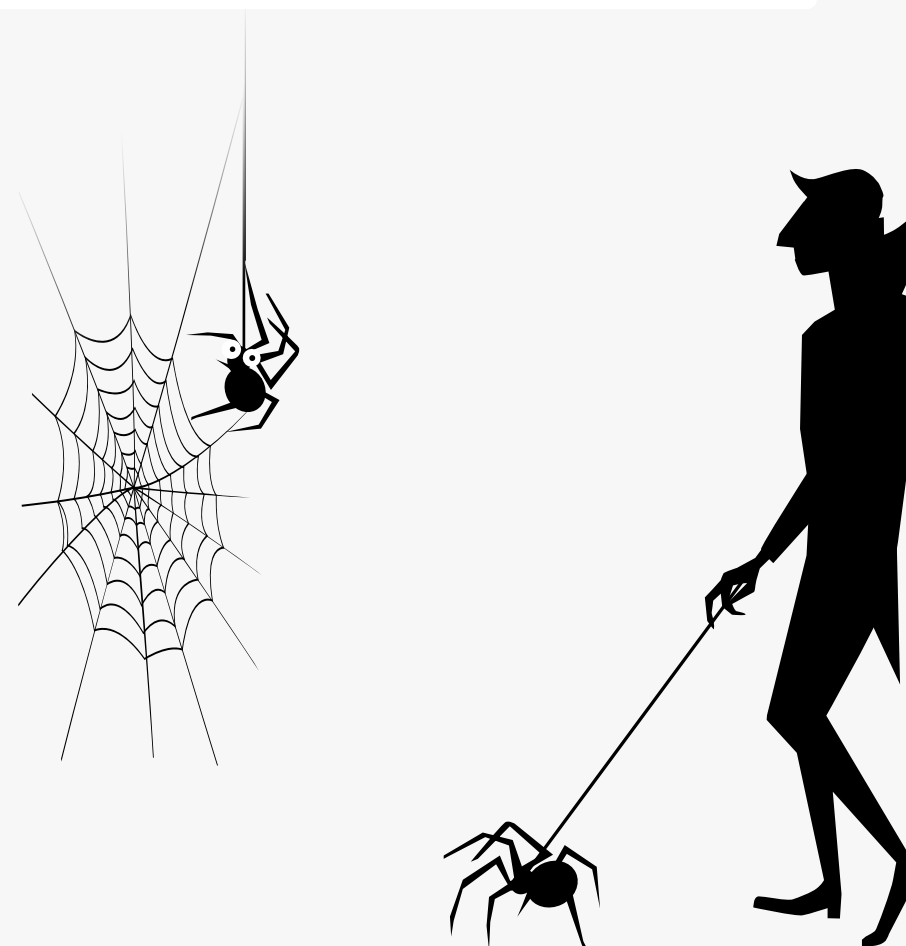


Solidnie i sprawnie w oddziałach

eurobank ma **481** placówek, w tym:

- > **237** własnych,
- > **244** franczyzowe.

 (dane na koniec **2018 r.**)





eurobank w liczbach



12,2 mld zł – saldo udzielonych kredytów ogółem*



7,7 mld zł – saldo zgromadzonych depozytów*



16,1 proc. – tyle wyniósł współczynnik wypłacalności eurobanku*



3,54 mln transakcji zostało wykonanych z poziomu aplikacji mobilnej przez Klientów eurobanku w 2018 r.



36,7 tys. Klientów eurobanku korzysta z bankowości elektronicznej wyłącznie na urządzeniach mobilnych (mobile only)*



35 tys. ankiet satysfakcji Klientów eurobanku zostało przeprowadzonych w 2018 r.



65,7 tys. – tylu jest fanów eurobanku na Facebooku*



100 tys. zł zostało przekazanych na rzecz Fundacji „Mam Marzenie” oraz wrocławskiego Schroniska dla Bezdomnych Zwierząt po zakończeniu akcji „Our People Round the World 2” w 2018 r.

* (dane na koniec 2018 r.)





Podstawowe wyniki finansowe

Dane w mln zł	2015	2016	2017	2018
Fundusze własne	1 405,0	1 469,5	1 645,1	1 643,0
Suma bilansowa	12 290,1	13 708,8	13 797,8	14 458,6
Kapitał akcyjny	563,1	563,1	563,1	563,1
Wynik na działalności bankowej	642,0	741,1	717,2	721,4
Koszty działania banku (z amortyzacją)	466,4	493,6	485,1	473,4
Koszty ryzyka	76,3	126,7	121,9	136,3
Wynik finansowy brutto	167,7	180,2	138,6	149,3
Wynik finansowy netto	134,4	142,0	102,8	103,1

Dane w mln zł	2015	2016	2017	2018
Przychody z tytułu odsetek	795,1	842,1	866,3	873,9
Przychody z tytułu opłat i prowizji	105,2	109,9	92,4	87,0
Wynik z tytułu odsetek	575,7	639,6	662,2	669,9
Wynik z tytułu opłat i prowizji	64,0	61,9	50,6	44,7
Podatek bankowy	0,0	25,5	29,3	30,7
Dane w proc.	2015	2016	2017	2018
Współczynnik wypłacalności	15,10	15,19	16,01	16,12
Współczynnik kapitałowy Tier1	12,36	13,12	13,61	14,18
ROE	10,55	10,03	6,76	6,84
ROA	1,09	1,04	0,75	0,71

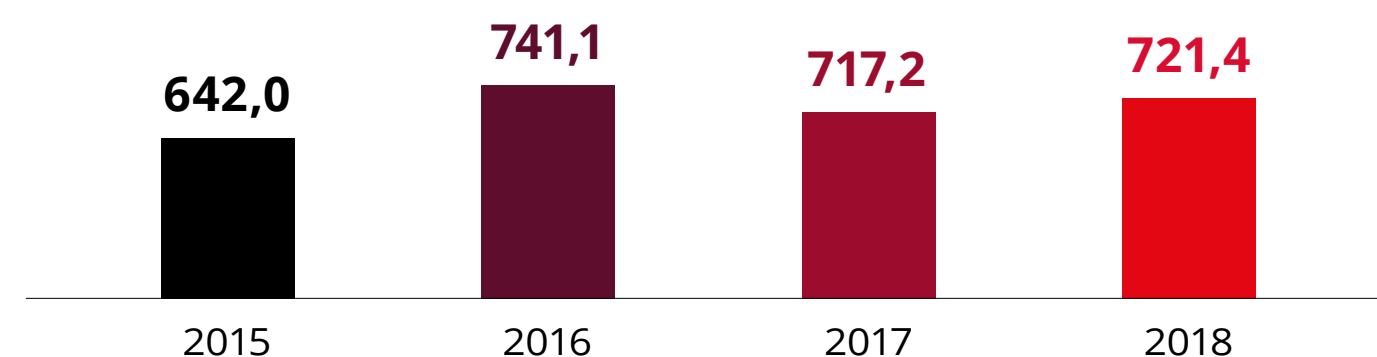
Sprawdź definicję w słowniczku.



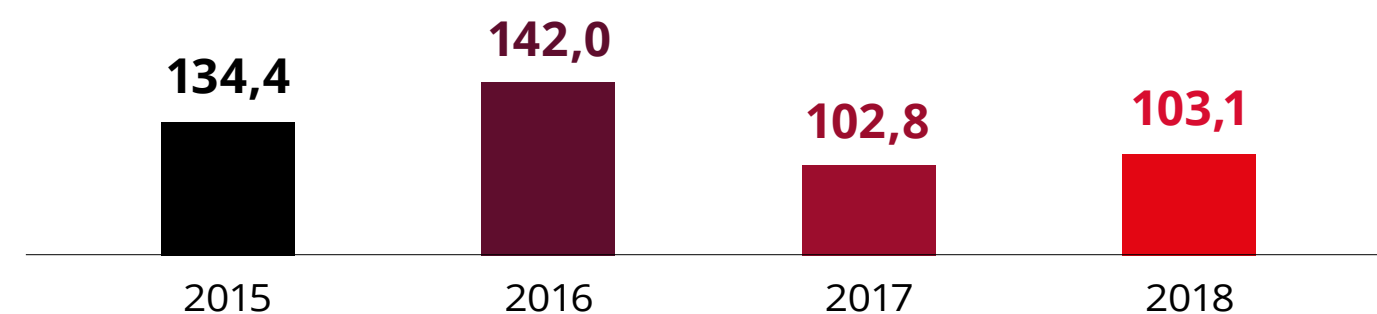
Podstawowe wyniki finansowe

Dane w mln zł

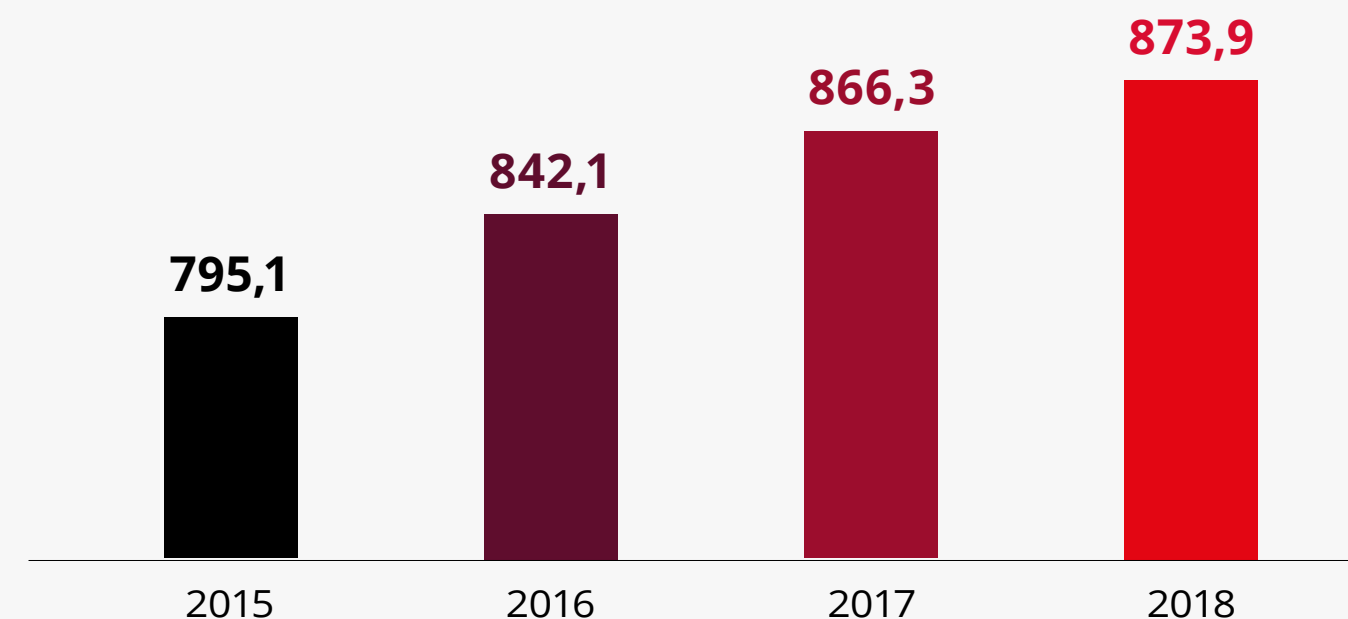
> Wynik na działalności bankowej



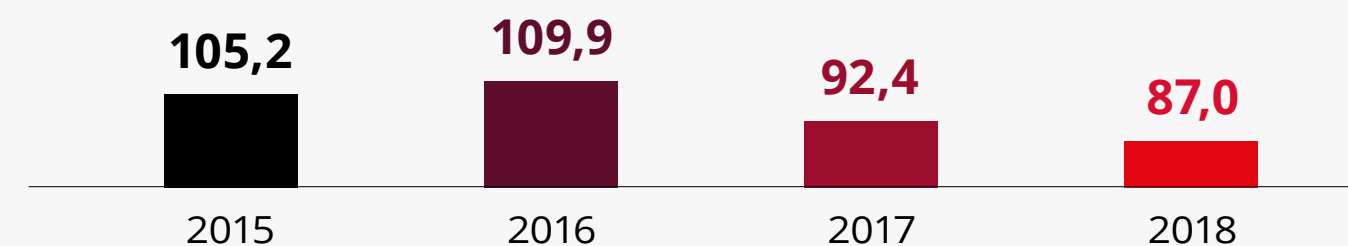
> Wynik finansowy netto



> Przychody z tytułu odsetek



> Przychody z tytułu opłat i prowizji

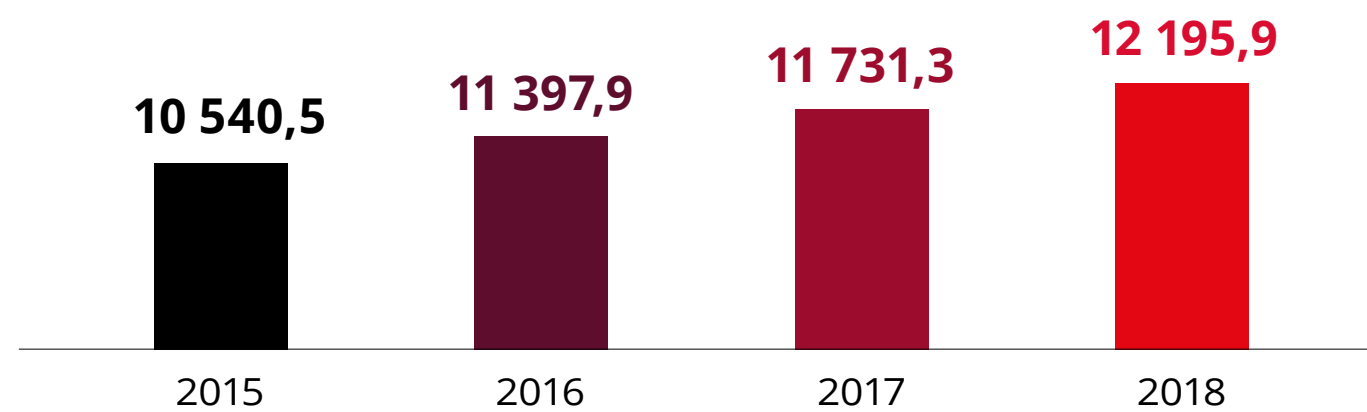




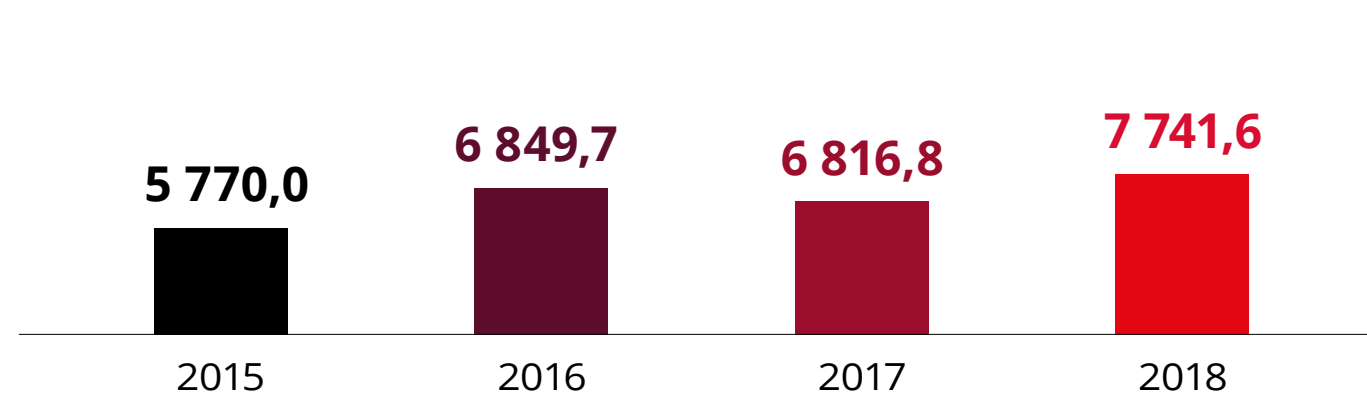
Salda depozytów i kredytów

Dane w mln zł na koniec okresu

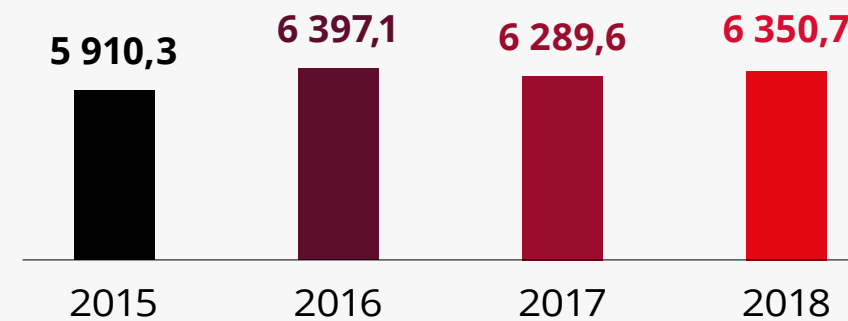
> Saldo kredytów ogółem



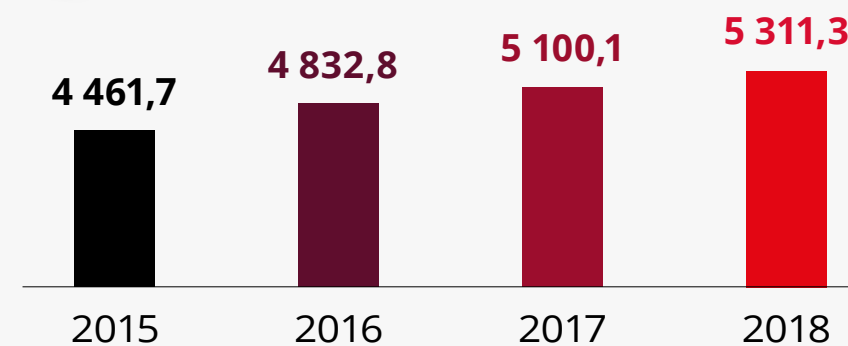
> Saldo depozytów ogółem



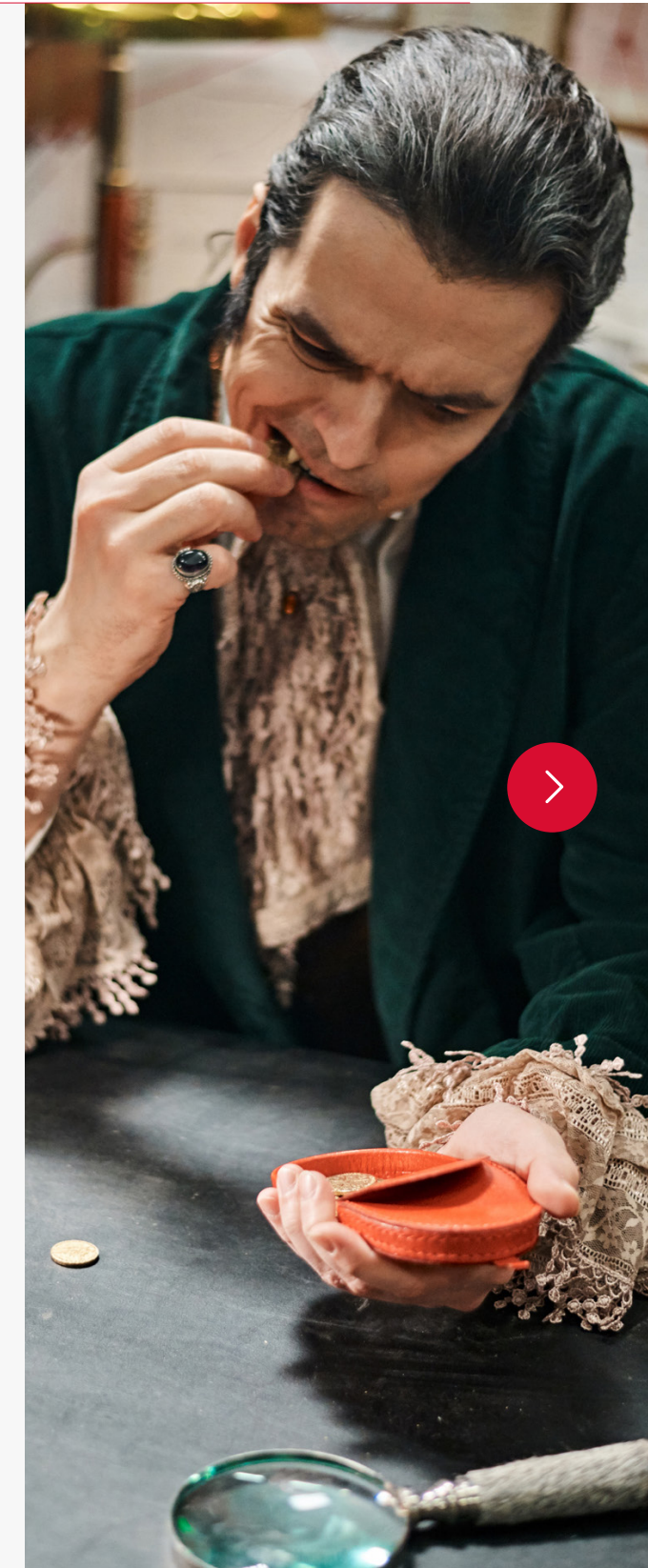
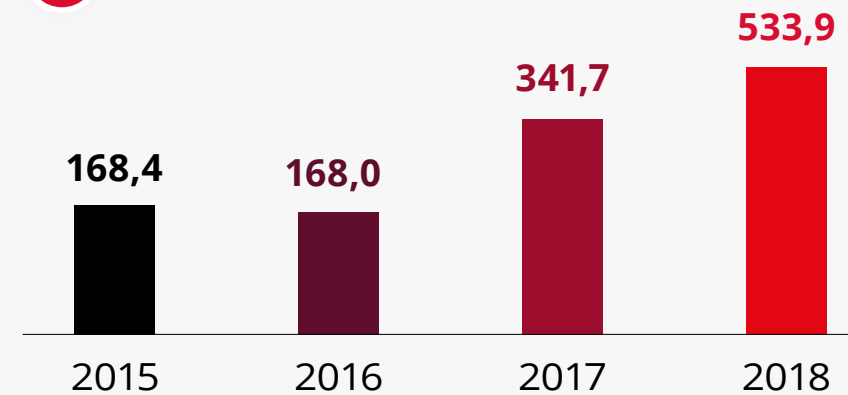
1 Kredyty hipoteczne



2 Kredyty gotówkowe



3 Karty kredytowe i pozostałe





Słowniczek

SPRAWDŹ DEFINICJĘ



> ROE (ang. *Return on Equity*) – wskaźnik rentowności kapitału.

Za jego pomocą pokazuje się, jaki zysk (wyrażony procentowo) został wypracowany na kapitale spółki. Wyliczony zgodnie ze wzorem:

ROE = wynik netto / kapitał własny.

> ROA (ang. *Return on Assets*) – wskaźnik rentowności aktywów.

Wykorzystuje się go do opisanego tego, jaki zysk (wyrażony procentowo) został osiągnięty na posiadanych aktywach. Wyliczony zgodnie ze wzorem:

ROA = wynik netto / aktywa.

> Współczynnik wypłacalności (zwany również współczynnikiem adekwatności kapitałowej CAR, ang. *Capital Adequacy Ratio*) – podstawowy wskaźnik, który służy do opisanego pozycji kapitałowej banku.

Jego głównym zadaniem jest pokazanie, czy bank posiada wystarczającą bazę kapitałową na pokrycie wszystkich określonych regulacjami ryzyk związanych z jego działalnością. Wyliczony procentowo jako iloraz funduszy własnych do aktywów, z uwzględnieniem ich wag ryzyka. W 2018 r. współczynnik wypłacalności był wymagany na poziomie co najmniej 12,875 proc. Komisja Nadzoru Finansowego mogła podwyższyć minimalny poziom indywidualnych domiarów kapitałowych dla danego banku.

> Współczynnik Tier1 – podobnie jak współczynnik wypłacalności informuje o pozycji kapitałowej banku.

Różnica w porównaniu ze współczynnikiem wypłacalności polega na wyłączeniu z pozycji funduszy własnych kapitałów dodatkowych (Tier2). W 2018 r. współczynnik Tier1 był wymagany na poziomie co najmniej 10,875 proc. Komisja Nadzoru Finansowego mogła podwyższyć minimalny poziom indywidualnych domiarów kapitałowych dla danego banku.

[WRÓĆ DO WYNIKÓW >](#)



Doceniany przez ekspertów

Nasza wiarygodność finansowa jest potwierdzona przez agencję Fitch Ratings, która dokonuje niezależnej oceny polskich banków. Według niej eurobank to instytucja o niskim ryzyku kredytowym, charakteryzująca się wysokim prawdopodobieństwem spłaty zobowiązań.

Coraz wyższe noty

- > Nasz długoterminowy rating to **A-**.
- > **5 lutego 2018 r.** agencja Fitch podniosła ocenę **Viability Rating** eurobanku do **bb+**.

[DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ O NASZYM RATINGU >](#)





Komentarz do wyników finansowych

W 2018 r. eurobank utrzymał wyniki finansowe na poziomie zbliżonym do roku 2017 – wynik na działalności bankowej wzrósł do 721,4 mln zł wobec 717,2 mln zł uzyskanych rok wcześniej. Wynik netto ukształtował się natomiast na poziomie 103,1 mln zł wobec 102,8 mln zł w 2017 r.

eurobank w 2018 r. kontynuował realizację celu, jakim jest oferowanie prostych i nowoczesnych rozwiązań dla Klientów indywidualnych. Wśród nowych propozycji znalazły się m.in. całkowicie digitalowa pożyczka, którą można nabyć przez internet, oraz konto „W pełni”. eurobank rozpoczął też działania wizerunkowe w ramach nowej platformy komunikacji, wykorzystując w niej motyw wampirów i hasło: „Na codzienne i niecodzienne sprawy”.

Jednocześnie eurobank zachęcał Klientów do lokowania środków na depozytach. Pojawiły się m.in. możliwość wpłacenia oszczędności na lokatę w ciągu trzech dni od jej założenia, a także szereg propozycji w zakresie oprocentowania. Klienci uznali tę ofertę za atrakcyjną, co poskutkowało wzrostem salda depozytów o prawie 14 proc. – do rekordowego w historii eurobanku poziomu 7,7 mld zł.

Sektorowi bankowemu w 2018 r. sprzyjała sytuacja gospodarcza w Polsce. Według Głównego Urzędu Statystycznego PKB wzrósł o 5,1 proc. w porównaniu

ze wzrostem o 4,8 proc. odnotowanym w roku 2017. Jednocześnie wzrost przeciętnych wynagrodzeń w sektorze przedsiębiorstw był najszybszy w okresie ostatnich dziesięciu lat (realny wzrost o 5,4 proc. r/r).

Taka sytuacja sprzyjała poprawie nastrojów wśród konsumentów, którzy pozytywnie oceniają perspektywy rozwoju gospodarczego, a także możliwości oszczędzania pieniędzy. Optymizm wiąże się również z podejmowaniem decyzji o zaciąganiu nowych zobowiązań i oceną możliwości ich spłaty – w 2018 r. eurobank odnotował wzrost salda kredytów ogółem o 4 proc. w ujęciu rocznym do poziomu 12,2 mld zł. Pozostawał jednym z najważniejszych graczy na rynku kredytów konsumpcyjnych – ich saldo (kredyty gotówkowe, ratalne, karty kredytowe) wzrosło o 7,4 proc. r/r.

Kondycja finansowa eurobanku pozostaje bardzo dobra, co potwierdzają wskaźniki kapitałowe, spełniające wszystkie wymogi regulacyjne. Finanse eurobanku są regularnie badane przez analityków agencji ratingowej Fitch – w 2018 r. podnieśli oni ocenę eurobanku (Viability Rating) do „bb+”, jednocześnie utrzymując rating długoterminowy (IDR) na poziomie „A-”.

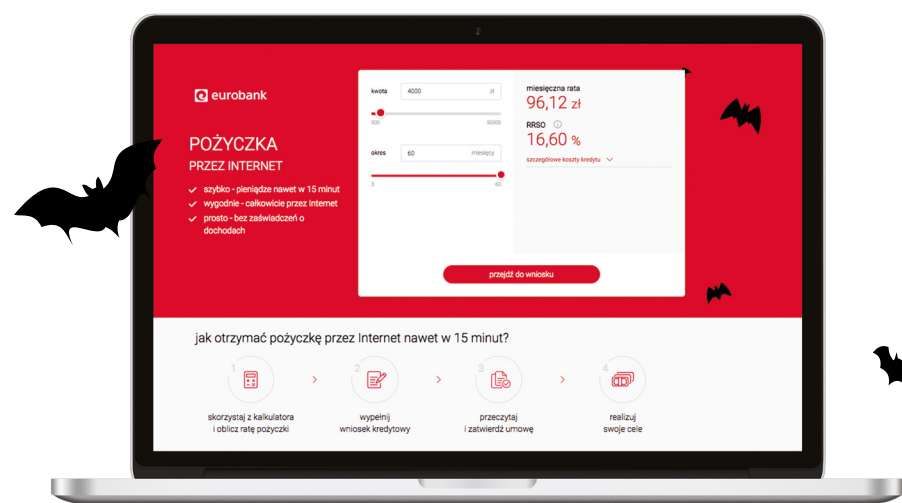




Klik po gotówkę

Pożyczka błyskawiczna została wprowadzona na rynek wiosną 2018 r.

- Stanowi alternatywę dla kredytów konsumenckich online oferowanych przez firmy pożyczkowe.
- Jej koszty są konkurencyjne.
- Jest maksymalnie przejrzysta – już na pierwszym ekranie Klient może sprawdzić całkowite koszty za pomocą prostego w obsłudze kalkulatora.
- Od momentu złożenia wniosku przez Klienta do chwili udostępnienia mu środków na koncie mija zaledwie **15 minut**.
- To idealna oferta dla osób, którym zależy na szybkim dostępie do środków, bez konieczności wizyty w oddziale.



Na stronie: **www.kredyt.eurobank.pl** Klient wypełnia odpowiedni formularz.



Swoją tożsamość potwierdza przelewem weryfikacyjnym.



Następuje automatyczna weryfikacja Klienta w banku.



Klient ostatecznie podpisuje umowę za pomocą otrzymanego kodu SMS.



eurobank udostępnia środki na wskazane przez Klienta konto.



„Proponujemy bardzo szybką procedurę od złożenia wniosku do wypłaty środków. Jednocześnie zachowujemy cenę, która od początku jest ustalona, przejrzysta i konkurencyjna w porównaniu z ofertami firm pożyczkowych obecnych na polskim rynku”.

Wojciech Humiński, wiceprezes eurobanku

Business Insider Polska (17.04.2018)

NASZYM ZDANIEM



Naszym zdaniem



Rafał Bałut, project manager, Departament Kanałów Zdalnych, Euro Bank S.A.

Prostota i szybkość kluczem do sukcesu

Większość naszych Klientów najwyżej ocenia szybkość procesu udzielania pożyczki internetowej. Drugim najlepiej ocenianym przez nich czynnikiem jest prostota i jednocześnie zrozumiałość całego procesu. Ich oceny są wysokie niezależnie od decyzji kredytowej.

Takie są wyniki badań opinii wśród Klientów, którzy od momentu wprowadzenia pożyczki internetowej wiosną 2018 r. wnioskowali o jej udzielenie. To dla nas bardzo ważna informacja, bo w naszych pierwotnych założeniach ta pożyczka miała być właśnie szybka, a proces jej udzielania – zrozumiały.

eurobank dysponuje w pełni internetowym i automatycznym procesem udzielania pożyczki nowym Klientom. W ten sposób dowiedliśmy, że da się stworzyć alternatywę dla ofert firm pożyczkowych obecnych na polskim rynku.

Skuteczność procesu udzielania pożyczki internetowej nowym Klientom sprawiła, że zdecydowaliśmy się udostępnić go również

dotychczasowym Klientom eurobanku, a ponadto otworzyć się na współpracę z partnerami zewnętrznymi. Wynikiem tej decyzji jest udostępnienie naszej oferty w znanym serwisie sprzedajemy.pl użytkownikom zainteresowanym zakupem pojazdu.

Wdrożenie automatycznego procesu weryfikacji dochodów na podstawie wyciągów z konta Klienta pozwoliło na zwiększenie maksymalnej kwoty pożyczki internetowej z 4 tys. zł do 50 tys. zł. Sprzedaż pożyczek przez platformę kredyt.eurobank.pl systematycznie wzrasta, do czego przyczynia się dalszy rozwój procesu, oferty oraz działań marketingowych pozwalających na zaistnienie kredytu online w świadomości coraz szerszej grupy Klientów.

Pracując przy pożyczce internetowej, staramy się myśleć jak Klienci. W ten sposób możemy sprostać ich oczekiwaniom. Stworzyliśmy bardzo elastyczny proces zarządzania tym produktem, co pozwala nam szybko reagować na zmiany rynkowe.



W pełni korzystnie

Konto „W pełni” zastąpiło w naszej ofercie dotychczas dostępne rachunki w ramach pakietów „Na co dzień”, „Active” i „Prestige”.



„W pełni” to konto **całkowicie darmowe**, bez żadnych dodatkowych warunków.



Wystarczy co miesiąc dokonywać płatności bezgotówkowych na kwotę **400 zł**, by również karta płatnicza była za darmo.



Klienci mogą za darmo korzystać z płatności mobilnych Visa (za pomocą karty HCE) w ramach aplikacji mobilnej. W ten sposób mogą całkowicie bezpłatnie używać dwóch kart – standardowej Visa Electron i mobilnej karty HCE.

Comiesięczne zyski z odzysku

Posiadacze konta „W pełni” mogą przystąpić do nowego programu „**Codziennie zyskuje**”, w ramach którego zwracamy im część wydatków bezgotówkowych kartą na rozrywkę, podróże, sport lub rekreację (np. restauracje, kina, hotele, baseny czy aquaparki).

Więcej setek bez odsetek

Na nowym rachunku istnieje możliwość prostego uruchomienia limitu kredytowego w wysokości **600 zł**, od którego nie pobieramy prowizji. Jednocześnie oferujemy **10-dniowy** okres bezodsetkowy w każdym miesiącu. Umowa limitu jest podpisywana wraz z umową otwarcia konta. Pieniądze na rachunku zazwyczaj są dostępne jeszcze tego samego dnia.

Pełnia dodatkowych możliwości

- Do konta przygotowaliśmy atrakcyjną ofertę lokat i ubezpieczeń.
- Klienci mogą otworzyć rachunek walutowy w dolarach, euro i funcie brytyjskim – do takich kont dostępna jest karta multiwalutowa, dzięki której Klient unika kosztów przewalutowania. Przy płatności za granicą system sam rozpoznaje walutę i pobiera środki z odpowiedniego rachunku. Nasi Klienci mają już **15 624** rachunki w walutach obcych.



(dane na koniec 2018 r.)

„Nowe konto »W pełni« zrywa z praktyką nakładania opłat za prowadzenie konta w eurobanku”.

PR News (6.08.2018)

NASZYM ZDANIEM >





Naszym zdaniem



Arkadiusz Cempura,
dyrektor Departamentu
Bankowości Codziennej,
Euro Bank S.A.

Zależy nam na tym, by Klienci chcieli z nami aktywnie bankować



Tworząc nową ofertę konta osobistego „W pełni”, wyszliśmy z założenia, że Klient może potrzebować konta do różnych celów. Uznaliśmy, że dla jednych będzie to rachunek podstawowy, a dla innych – dodatkowy, służący np. wyłącznie do gromadzenia oszczędności. Postawiliśmy na maksymalne uproszczenie naszej propozycji rachunków osobistych i stworzenie oferty konta, która będzie atrakcyjna dla każdego Klienta, bez względu chociażby na wysokość jego dochodów.

Nie każdy potrzebuje karty płatniczej do rachunku. Dlatego Klient, który otwiera u nas konto, nie musi od razu brać karty. Może je mieć za zero złotych, bez żadnych dodatkowych warunków. Nowym podejściem było zaproponowanie wyboru karty do konta w zależności od potrzeb Klienta. Nie chodzi tu o wybór na zasadzie „Visa czy MasterCard”, ale przede wszystkim w zakresie oferowanych funkcjonalności, np. potrzeby korzystania z bankomatów w Polsce i na świecie oraz płatania za zakupy realizowane poza granicami naszego kraju. W każdej z kart można uruchomić opcję multiwalutową. Oznacza to, że jeżeli Klient ma u nas jednocześnie rachunki w euro,

dolarach lub funtach brytyjskich, może dokonywać transakcji kartą bezpośrednio w tych walutach. W ten sposób unika kosztów przewalutowania, co ma szczególne znaczenie np. podczas zagranicznych wakacji czy zakupów dokonywanych w zagranicznych sklepach internetowych.

Nowa oferta konta została przygotowana tak, by była „wystarczająco dobra na start”, czyli zgodnie z metodą MVP (Minimum Viable Product). Założyliśmy, że na bieżąco będziemy analizować zachowanie Klientów i badać ich potrzeby. Na tej podstawie oferta będzie modyfikowana lub poszerzana.

Chcemy też, by Klienci korzystali z bankowości internetowej i mobilnej. Dlatego nieustannie poprawiamy jakość usług w tym zakresie. Posiadacz konta „W pełni” może korzystać z bezpłatnych płatności mobilnych Visa. Tę usługę poszerzyliśmy o możliwość wypłat zbliżeniowych z bankomatów. Postawiliśmy na mocniejsze zachęcenie Klientów do zakładania lokat poprzez bankowość cyfrową – mogą oni skorzystać z dobrej oferty na start.



Bezpiecznie z eurobankiem

W obszarze ubezpieczeń i inwestycji w 2018 r. rozpoczęliśmy współpracę z dwoma firmami.

Grupa Europa

- Wspólnie przygotowaliśmy propozycje ubezpieczeniowe dla Klientów eurobanku oraz opracowaliśmy sposób dystrybucji naszej oferty przez telefon.
- Klienci otrzymali możliwość skorzystania z produktów typu „stand alone” – to polisy zdrowotne zarówno dla dzieci, jak i dorosłych, a także home assistance.
- Z oferty mogą skorzystać Klienci eurobanku, którzy posiadają rachunek osobisty. Okres ochrony wynosi **12** miesięcy, a składka za polisę jest pobierana bezpośrednio z rachunku.
- Wpłata zgromadzonych środków z zachowaniem korzyści podatkowych następuje po spełnieniu przez Klienta określonych warunków, m.in. osiągnięcia odpowiedniego wieku.
- Pieniądze mogą być lokowane w czterech portfelach: bezpiecznym, umiarkowanym, dynamicznym lub indywidualnym.



Union Investment TFI

- Oferujemy Klientom dostęp do trzeciego filaru emerytalnego w ramach Indywidualnych Kont Emerytalnych lub Indywidualnych Kont Zabezpieczenia Emerytalnego.
- Konta IKE oraz IKZE umożliwiają oszczędzanie pieniędzy na przyszłą emeryturę.
- Ich posiadacz korzysta z możliwości zwolnienia z podatku od zysków kapitałowych. Wpłaty na IKZE wiążą się również z możliwością ich odpisania od podstawy opodatkowania w rozliczeniu PIT.

W interesie naszych Klientów

„eurobank i Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych Union Investment połączyły siły. Efektem tej współpracy jest dostępność nowej oferty w banku. Klienci, którzy zdecydują się skorzystać z opcji oszczędzania w ramach trzeciego filaru, mogą liczyć na dodatkowe korzyści”.

zadłużenia.com (28.11.2018)

NASZYM ZDANIEM >



Naszym zdaniem



Maciej Tomczak,
odpowiedzialny za obszar
produktów bancassurance,
Euro Bank S.A.



Łukasz Łutczak,
odpowiedzialny za obszar
produktów inwestycyjnych,
Euro Bank S.A.

Informacja ma być prosta i zrozumiała dla Klienta

Rozpoczęcie sprzedaży ubezpieczeń typu „stand alone” Grupy Europa przez telefon wymagało zaangażowania trzech podmiotów: ubezpieczyciela, eurobanku oraz zewnętrznego call center. To pozwoliło zapewnić Klientom możliwość rozmowy z wysokiej klasy ekspertami z dziedziny ubezpieczeń i jednocześnie utrzymać bardzo wysoką jakość obsługi.

Nasz model sprzedaży ubezpieczeń przez telefon zakłada zapewnienie najwyższych standardów regulacyjnych, jakie wynikają z przepisów w zakresie dystrybucji ubezpieczeń oraz ochrony danych osobowych. Jednocześnie skróciliśmy formalności do minimum.

Opracowane przez nas produkty podążają za takimi potrzebami Klientów jak chęć ochrony zdrowia czy pomoc w nieprzewidzianych zdarzeniach w domu. Dołożyliśmy wszelkich starań, by informacje przekazywane Klientom były możliwie najprostsze i zrozumiałe.

Ma to niezwykle duże znaczenie w kontekście najwyższej jakości obsługi. Musimy mieć pewność, że są one przedstawiane w sposób jasny, przejrzysty i niebudzący żadnych wątpliwości.

Klientom odwiedzającym nasze placówki zaoferowaliśmy we współpracy z nowym, renomowanym partnerem – Union Investment TFI – możliwość rozpoczęcia oszczędzania na przyszłą emeryturę w ramach IKE i IKZE.

Gromadzenie środków w trzecim filarze staje się coraz popularniejszym sposobem inwestowania na przyszłość. Dlatego zależało nam na tym, by w ofercie eurobanku znalazł się produkt służący do długoterminowego i efektywnego oszczędzania bazującego na sprawdzonych rozwiązaniach inwestycyjnych. Dzięki udostępnieniu pakietu produktów dołączyliśmy do grona instytucji służących kompleksową ofertą rozwiązań emerytalnych i płynących z nich korzyści.





Praktyczna, bo elastyczna

Na początku 2018 r. udostępniliśmy Klientom nową aplikację mobilną „eurobank mobile 2.0”.



Prosta aktywacja

Po pierwszym uruchomieniu aplikacji wystarczy tylko podać swoje dane, a następnie zaakceptować regulamin i potwierdzić aktywację przy użyciu otrzymanego kodu.



Personalizacja

Zdjęcie profilowe i trzy klawisze skrótów na ekranie głównym, logowanie odciskiem palca.



24 h/dobę

Dostęp do najważniejszych funkcji serwisu transakcyjnego o każdej porze dnia i nocy, w dowolnym miejscu.



Wygoda

Aplikacja „uczy się” odbiorców i kwot, jakie są przelewane.



Szeroki wachlarz możliwości

Zakładanie lokat, rachunków oszczędnościowych i kont walutowych oraz opcja podglądu salda konta.

Nowe funkcje



Mobilna autoryzacja transakcji

Nowoczesna metoda zatwierdzania transakcji wykonywanych za pośrednictwem serwisu eurobank online to alternatywa dla haseł SMS oraz tokena GSM. Klient otrzymuje powiadomienie na telefon, w którym ma aktywowaną usługę mobilnej autoryzacji, i musi tylko zatwierdzić ją kliknięciem oraz podać kod PIN – ten sam, którego używa do logowania w bankowości mobilnej. Każde powiadomienie autoryzacyjne jest ważne tylko 5 minut. Po wykonaniu operacji na ekranie telefonu wyświetla się potwierdzenie jej zrealizowania.



Wypłaty zbliżeniowe z bankomatów

Usługa „Płatności mobilne Visa” umożliwia, oprócz płatności zbliżeniowych, również zbliżeniowe wypłaty gotówki z bankomatów. Mogą z nich korzystać Klienci eurobanku, którzy mają konto osobiste z aktywną aplikacją mobilną.

[CO MÓWIĄ LICZBY? >](#)





Co mówią liczby?



99 627 – tylu aktywnych użytkowników korzysta z aplikacji mobilnej eurobanku.



36 713 Klientów korzysta z bankowości elektronicznej wyłącznie na urządzeniach mobilnych (mobile only).



3 541 003 transakcje finansowe zostały wykonane z poziomu aplikacji mobilnej.



22 702 lokaty zostały założone z poziomu aplikacji mobilnej.

(dane na koniec 2018 r.)

Naszym zdaniem



„W obecnym kształcie najnowsza odsłona naszej aplikacji mobilnej jest już wyposażona we wszystkie najważniejsze udogodnienia, jakie są potrzebne do tego, by swobodnie »bankować«”.

Wojciech Frabiński, dyrektor Departamentu Kanałów Zdalnych w eurobanku





Dobre relacje to podstawa

Dbamy o jak najlepszą opinię

> **2,2 tys.** – tyle razy „tajemniczy klient” odwiedził nasze placówki w 2018 r.

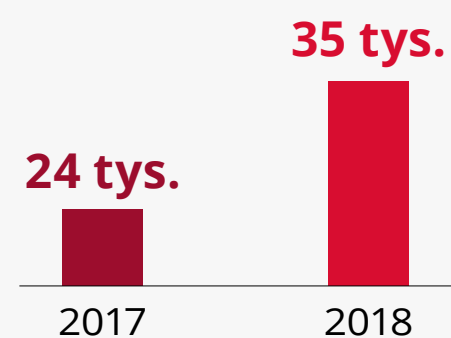
To dla nas jedno z najcenniejszych źródeł wiedzy, na podstawie której możemy pracować nad poprawą jakości obsługi Klientów.

> **Na przełomie 2018 i 2019 r. ruszyliśmy z wysyłką powiadomień do placówek.**

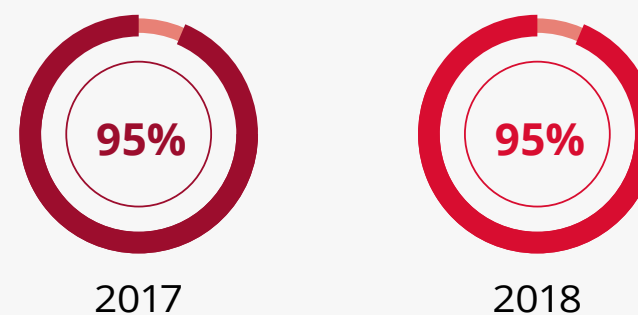
Jeśli Klient po wizycie wypełni ankietę satysfakcji, ankietą natychmiast trafia do naszego oddziału. Doradca od razu otrzymuje informację na temat oceny jego pracy przez Klienta.



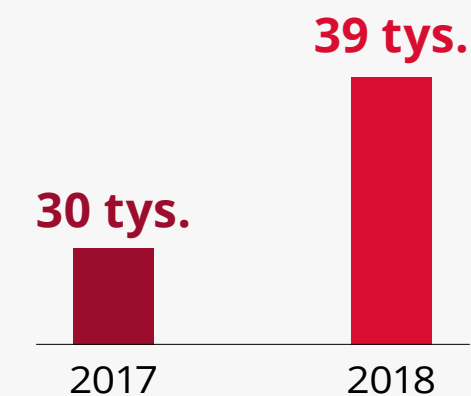
KAŻDEGO ROKU LICZYMY NA WIĘCEJ



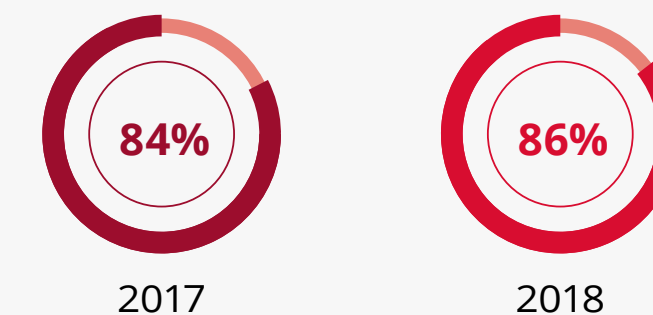
Liczba przeprowadzonych ankiet z oceną satysfakcji Klienta



Satysfakcja Klienta z wizyty w oddziale*



Suma opinii Klientów zebranych ze wszystkich kanałów



Satysfakcja Klienta z infolinii*

* Dane oznaczają odsetek osób wystawiających nam oceny 4 i 5 w pięciostopniowej skali.

ZDANIEM KLIENTÓW >



Zdaniem Klientów

„Według mnie jesteście najlepszym bankiem zarówno stacjonarnym, jak i mobilnym (dzięki aplikacji), a 99 proc. spraw można rozwiązać przez infolinię”.

„Polecam wszystkim eurobank w Słubicach. Profesjonalna obsługa i bardzo dobre oferty kont i kredytów. Panie są bardzo miłe i służą fachową poradą”.

„W mojej miejscowości jest placówka eurobanku, w której wszyscy pracownicy mają odpowiednie predyspozycje, i to na najwyższym poziomie, jest uprzejma obsługa i zainteresowanie ze strony kierownika oddziału. Mam 76 lat i tak miłej obsługi w życiu nie spotkałem. Na uwagę zasługują cierpliwość i pomoc we wszystkich sprawach”.

„Witam, dobrze mi z Wami. Oby tak dalej”.



(opinie naszych Klientów zebrane w 2018 r.)

„Jestem od kilku lat »zameldowany« w eurobanku i bardzo sobie chwale tę współpracę. Przynajmniej w moim oddziale panie są rzetelne i po prostu służą klientom”.

„Rewelacyjnie. Szybka i sprawna obsługa. Pytają o czas, jakim dysponuję, i się go trzymają. Oferty są przedstawiane w interesujący sposób. Na plus: wiedza, kompetencje i zachowanie personelu, a także oferta i cena oraz organizacja i czas obsługi”.

„Szczerość to dzisiaj rzadka cecha i między innymi dlatego lubię eurobank”.



NASZYM ZDANIEM >





Naszym zdaniem



Piotr Gajnodzinow,
dyrektor departamentu
Voice of Customer,
Euro Bank S.A.

Najważniejszy jest dialog

W naszej pracy codziennie spotykamy się z opiniami Klientów. Ich głosy zbieramy z różnych źródeł: internetu, social mediów, formularzy reklamacyjnych i ankiet. Wszystkie zgromadzone w ten sposób informacje trafiają do centralnego miejsca w banku – departamentu Voice of Customer. Tutaj je analizujemy. Czytamy każdą opinię, by wyciągnąć wnioski na temat tego, co możemy poprawić.

Sam monitoring satysfakcji to jednak za mało. Słuchanie Klientów przekształciliśmy więc w dialog z nimi. Jeśli np. Klient wyraża niezadowolenie ze współpracy, to poprzez rozmowę staramy się zrozumieć, dlaczego tak się stało. Co możemy zrobić lepiej? Co możemy poprawić? Staramy się zrozumieć potrzeby Klientów, łącząc różne techniki. Stosujemy klasyczne ankiety,

ale jesteśmy też fanami „wychodzenia w teren” i spotykamy się z Klientami np. w placówkach. Ponadto pozostajemy w kontakcie z tą częścią naszych Klientów, która tworzy społeczność online. Daje nam to możliwość zbierania ich opinii na bieżąco.

Często to sami Klienci zgłaszają nam tematy, którym powinniśmy się przyjrzeć. Przekazują nam inspiracje. Zazwyczaj są też obecni podczas projektowania nowych procesów, produktów lub zmian w istniejących obszarach. W pracy często wykorzystujemy metodologię Service Design Thinking i jesteśmy przekonani, że to właśnie stały dialog z Klientem, prowadzony już od momentu tworzenia danego produktu, procesu czy usługi, pozwala nam być wciąż konkurencyjnym i atrakcyjnym bankiem na rynku.





Nowatorstwo na co dzień

Ważna jest dla nas wysoka jakość komunikacji z Klientami i szybkość obsługi. Nie moglibyśmy realizować tych celów bez zastosowania zaawansowanych rozwiązań technologicznych.



W 2018 r. wdrożyliśmy nowoczesną platformę do obsługi Klientów w kanałach zdalnych – korzystają z niej osoby zatrudnione w Centrum Obsługi Klienta, departamentach zajmujących się windykacją i reklamacjami oraz Service Desk.



To rozwiązanie pozwala nam szybciej obsługiwać Klientów – np. dzięki przeniesieniu usługi odblokowania dostępu do bankowości internetowej do kanału automatycznej obsługi IVR ta czynność zajmuje **1 min** zamiast dotychczasowych **3 min**.



Znacznie skróciliśmy czas oczekiwania Klienta na automatyczną informację o kwocie środków dostępnych na jego koncie.



Procedura nadania Klientowi telekodu potrzebnego do wykonywania transakcji również została skrócona.

Praca dla robota



Mamy nowoczesny system rozwoju robotów. Zespół eurobanku przygotował je już dla kilkunastu procesów wewnętrznych. Zaawansowana technologia dostawcy usług robotyzacji została zintegrowana ze strukturami biznesowymi oraz informatycznymi eurobanku. Dzięki temu roboty wykonują zadania w wielu obszarach, umożliwiając pracownikom zajmowanie się innymi zadaniami.



W 2018 r. uruchomiliśmy projekt, którego celem jest wdrożenie chatbota. Ten „wirtualny doradca” będzie pełnił funkcję informacyjną i zostanie udostępniony wszystkim pracownikom. Narzędzie będzie wspierało nas w codziennej pracy, np. podpowiadając, jak rozwiązać niestandardowe sprawy.





Znów wśród najlepszych

Top Employers Institute w 2019 r. przyznał tytuł Top Employer ponad 1500 organizacjom w 118 krajach na pięciu kontynentach. eurobank już po raz drugi z rzędu został uhonorowany certyfikatem Top Employer Polska jako pracodawca, który spełnia wysokie standardy zarządzania pracownikami.

Najwyższa jakość praktyk HR

Kryteria brane pod uwagę w szczegółowym badaniu warunków pracy stwarzanych przez eurobank to:

- strategia rozwoju talentów,
- planowanie zasobów ludzkich,
- wdrażanie nowych pracowników (on-boarding),
- szkolenia i rozwój,
- zarządzanie wynikami,
- rozwijanie umiejętności przywódczych,
- rozwój kariery i planowanie sukcesji,
- wynagrodzenia i świadczenia,
- kultura.

Zdaniem eksperta

„Wierzimy, że organizacje, które zdobyły certyfikat Top Employer 2019, zapewniają wyjątkowe warunki pracy i stale je rozwijają, stawiając swoich pracowników na pierwszym miejscu. Firmy te pomagają wzbogacić świat pracy dzięki zaangażowaniu w tworzenie doskonałych miejsc pracy i dzięki temu są uznawane za pracodawcę z wyboru”.

David Plink, prezes Top Employers Institute

Naszym zdaniem

„Przed rokiem zapowiedziałem, że nie poprzestaniemy na jednorazowym tytule i regularnie będziemy poddawać się audytowi Top Employers Institute. Tegoroczne wyróżnienie to dowód na to, że eurobank chce i potrafi rozwijać najlepsze praktyki w zakresie polityki zatrudnienia”.

Alexis Lacroix, prezes eurobanku





Nasza (po)moc nie zna granic

W 2018 r. już po raz drugi zorganizowaliśmy akcję „**Our People Round the World**”, podczas której pracownicy eurobanku gromadzą kilometry, uprawiając sporty związane z pokonywaniem dystansu – m.in. biegają, jeżdżą na rowerze i pływają. Bank płaci 1 zł za każdy przebyty kilometr. W 2018 r. uzbieraliśmy 100 tys. zł.

#Our People
Round the World 2
Wolontariat



W ramach akcji „Our People Round the World 2” pracownicy eurobanku aktywnie zaangażowali się w wolontariat. Wzięli udział w spełnianiu potrzeb i pragnień podopiecznych Fundacji „Mam Marzenie” oraz uczestniczyli w różnorodnych działaniach w Schronisku dla Bezdomnych Zwierząt we Wrocławiu.



Nasza (po)moc nie zna granic

„Our People Round the World 2” w skrócie

- > **638** – tyle osób wzięło udział w akcji (w poprzedniej edycji było nas ponad 500).
- > **178** – taka była średnia liczba kilometrów, którą pokonał każdy z uczestników.
- > **3333,33** – to rekordowa liczba kilometrów zdobytych przez jednego z pracowników.
- > **5 mln** – tyle spaliliśmy kalorii.
- > **45 dni** – to czas trwania akcji.



Licznik oszałał

Zainteresowanie i zaangażowanie, jakimi wykazali się pracownicy eurobanku, przerosły nasze oczekiwania. **Pracownicy przekroczyli granicę 100 tys. km!** Tym samym eurobank przeznaczył na cele charytatywne 100 tys. zł – maksymalną kwotę, która została przewidziana w regulaminie akcji.

- > **51%** zgromadzonej sumy trafiło do Fundacji „Mam Marzenie”, która pomaga chorym dzieciom.
- > **49%** zostało przekazane na konto Schroniska dla Bezdomnych Zwierząt we Wrocławiu prowadzonego przez Towarzystwo Opieki nad Zwierzętami.

Taki podział środków to wynik wewnętrznego głosowania wśród pracowników.



Dwa filmy promujące naszą inicjatywę zostały docenione podczas 13. edycji festiwalu FilmAT – eurobank otrzymał za nie Nagrodę Specjalną Dyrektora Festiwalu.

Zobacz nagrodzone filmy:

[OUR PEOPLE ROUND THE WORLD 1 >](#)

[OUR PEOPLE ROUND THE WORLD 2 >](#)





Nie wzdychamy, bo... działamy!

Kampania #BezSmogu to nasza odpowiedź na smog – problem społeczny, który dotyczy każdego z nas i z którym trzeba się zmierzyć tu i teraz. W 2018 r. zorganizowaliśmy już drugą edycję tej kampanii.

#BezSmogu

- > Chcieliśmy, by podejmowane przez nas działania w ramach prowadzonej akcji przybrały jak najbardziej realne kształty. W tym celu wykorzystaliśmy fakt, że oddziały eurobanku są zlokalizowane w całej Polsce, również w małych miejscowościach.
- > Ogólnopolska sieć czujników smogu została poszerzona o **100** sensorów od eurobanku. W pierwszym roku kampanii (2017 r.) uruchomiliśmy **50** czujników, rok później – drugie tyle. Odczyty można śledzić na bieżąco na stronie: airly.eu/map/pl oraz w aplikacjach Airly dostępnych dla systemów Android oraz iOS.
- > Sensory eurobanku mierzą poziom stężenia pyłów zawieszonych PM1, PM2.5 oraz PM10, temperaturę i wilgotność powietrza, a także ciśnienie atmosferyczne.

Mglista wiedza o smogu

Na potrzeby drugiej edycji kampanii postanowiliśmy sprawdzić wiedzę Polaków. Badanie „Smog – prawdy i mity wśród Polaków” (biznes.newseria.pl) wykazało, że wokół tego zjawiska narosło wiele fałszywych przekonań.



[SPRAWDŹ LISTĘ CZUJNIKÓW SMOGU >](#)



Wampirzy trunek na ratunek



W 2018 r. przeprowadziliśmy kampanię wsparcia dla Regionalnego Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa we Wrocławiu – „Krew jest dobra”. Zachęcaliśmy do oddawania krwi, a krwiobus odwiedzał dolnośląskie miasta.

Krew albo życie

Choć większość z nas boi się igły i strzykawki, to strach ten jest niczym wobec wielkiej satysfakcji, jaką daje uratowanie czyjegoś życia. Oddanie krwi zajmuje tylko **10 minut**.

Niespodzianki dla krwiodawców



Ofiarodawcom udostępniliśmy leżaki, by mogli oni odpocząć po oddaniu krwi.



Każdy otrzymał wyjątkowy, specjalnie zaprojektowany na potrzeby akcji plecak.

Z potrzeby serca

Zależy nam na edukacji społeczeństwa oraz zachęceniu jak największej liczby osób do oddawania krwi. W naszej akcji uczestniczyły **3332** osoby.

(dane na koniec 2018 r.)

Czy wiesz, że...



Krwi nie można niczym zastąpić ani jej sztucznie wyprodukować, dlatego trzeba się nią dzielić.



Jednorazowe oddanie krwi (450 ml) może uratować życie trzem osobom.



Nie ma znaczenia, jaką dana osoba ma grupę krwi – każda ratuje życie.

PRZECZYTAJ WIĘCEJ O AKCJI NA: krewjestdobra.pl





Naszym zdaniem



Magdalena Suchanek,
dyrektor zarządzający,
Euro Bank S.A.

Realne efekty naszych działań

Od dwóch lat pracownicy eurobanku uprawiają sport w szczytnym celu, a czujniki na naszych placówkach sprawdzają jakość powietrza w polskich miastach. „Our People Round the World” oraz #BezSmogu to nasze dwa najważniejsze projekty CSR.

Kiedy planujemy działania związane z zaangażowaniem społecznym, stawiamy przede wszystkim na to, by ich efekty były bardzo konkretne. Doskonałym przykładem jest akcja „Our People Round the World”, w ramach której pracownicy gromadzą kilometry, a eurobank za każdy z nich płaci 1 zł. W tym celu uprawiają sporty związane z pokonywaniem dystansu, np. biegają, jeżdżą na rowerach i pływają. Wyniki dwóch dotychczasowych odsłon przerosły nasze oczekiwania. W pierwszej edycji – w 2017 r. – wzięło udział 505 osób. Rok później już 638.

Efekt naszej aktywności w „Our People Round the World” jest taki, że w ciągu dwóch lat przeznaczaliśmy na cele charytatywne ponad 150 tys. zł. Środki te trafiły do Fundacji „Mam Marzenie”, która pomaga chorym dzieciom, i do wrocławskiego Schroniska dla Bezdomnych Zwierząt. Kiedy widzimy, że zgromadzone pieniądze idą na konkretne cele, np. zakup sprzętu weterynaryjnego do schroniska, a nasi

pracownicy angażują się w wolontariat i np. współpracują przy realizacji marzeń podopiecznych fundacji, to naprawdę trudno o większą satysfakcję.

Akcja #BezSmogu ma z kolei uświadomić Polakom, jak wielkim problemem jest jakość powietrza, którym oddychamy. Chcieliśmy pokazać, że błędne jest założenie, iż smog występuje tylko w aglomeracjach. Aby to zrealizować, wykorzystaliśmy fakt, że oddziały eurobanku często są zlokalizowane w małych miejscowościach – takich, w których do tej pory nie było ani jednego czujnika smogu. Polska od dawna przoduje bowiem w rankingu krajów, w których jakość powietrza jest bardzo zła. Wdychamy ogromne ilości smogu, co każdego roku przyczynia się do chorób i śmierci tysięcy osób.

Sensory eurobanku mierzą poziom stężenia pyłów zawieszonych PM1, PM2.5 i PM10, temperaturę, ciśnienie atmosferyczne i wilgotność powietrza. Znajdują się m.in. w województwach: pomorskim, kujawsko-pomorskim, śląskim, dolnośląskim, małopolskim, lubuskim, łódzkim, mazowieckim, lubelskim, zachodniopomorskim, wielkopolskim i opolskim.





Wampiry w naszej kampanii

Felix, Vlad i Maciek od marca 2018 r. wprowadzają widzów w świat finansów eurobanku. Opowiadamy o ich codziennym życiu i jednocześnie prezentujemy zalety oferowanych usług. Nasza kampania wyróżnia się humorystycznym przekazem, co sprawia, że jest lepiej rozpoznawalna w gąszczu przekazów reklamowych.

Sprawdź, co kryją wampirze spoty

> Wprowadzenie nowej platformy komunikacji

Prezentujemy zmagania trzech wampirów – nietypowych Klientów eurobanku – z codziennością.

> Konto Active z limitem 600 zł na start

Prezentujemy korzyści, jakie płyną z posiadania bezpłatnego konta z limitem kredytowym na start – szybki dostęp do gotówki w przypadku nieprzewidzianych okoliczności.

> Nie odkładaj planów na wieczność

Promujemy pożyczkę z gwarancją niskiego oprocentowania – z oferty można skorzystać zarówno poprzez tradycyjne kanały dostępu, jak i online.

> Wyprzedaż pieniędzy

Kampania pożyczki gotówkowej, komunikowana przez pryzmat atrakcyjnej ceny.





Naszym zdaniem



Maciej Wójcik,
kierownik
ds. digital i strategii
marketingowych,
Euro Bank S.A.

Wampiry zapewniły nam lepsze rozważanie marki



Wydatki na reklamę w Polsce wyraźnie rosną. W 2018 r. ich poziom przekroczył 2 mld zł, czyli był o jedną trzecią większy niż w 2013 r. Dynamicznie rośnie też kategoria finansowa, w której coraz mocniej swoją obecność zaznaczają instytucje pozabankowe.

W 2017 r. eurobank zajmował miejsce w połowie drugiej dziesiątki pod względem wydatków przeznaczanych na komunikację. Przewidywaliśmy, że w 2018 r. niewiele się w tej kwestii zmieni. W związku z tym zadaliśmy sobie pytanie, co powinniśmy zrobić, aby mimo inwestowania niższych od konkurencji środków finansowych na komunikację pozostawać bankiem wyraźnie zauważalnym na rynku. W przekazach reklamowych rynek bankowy jest zdominowany przez codzienność, która w komunikacji wielu marek często pojawia się jako motyw przewodni. A przecież Klient bankowy czasem zmagają się z nietypowymi sytuacjami i miewa zupełnie niecodzienne potrzeby. Ich spełnianie jest wpisane w DNA marki eurobanku.

Jeśli więc jesteśmy w stanie odpowiedzieć na potrzeby nawet najbardziej wymagających Klientów – a takimi niewątpliwie

są wampiry – to znaczy, że jesteśmy w stanie sprostać oczekiwaniom wszystkich Klientów.

Wampiry zapewniły nam zauważalność, ale również pewnego rodzaju nietuzinkowość. To sprawiło, że łatwo dostaliśmy się do świadomości konsumentów, by później konsekwentnie budować spójny wizerunek eurobanku jako marki otwartej, przyjaznej i takiej, która swoimi rozwiązaniami wspiera codzienność i niecodzienność Klientów. Połączenie świata wampirzego z komentarzami, jakie w komunikacji formułuje Piotr Adamczyk, nadało jej dodatkowo wiarygodności, która w bankowości jest niezwykle istotna.

Najważniejszy efekt kampanii z wampirami to wyższa sprzedaż kluczowych produktów. Dodatkowo zyskaliśmy świetnie oceniane spoty telewizyjne, które w jasny sposób przekazują najistotniejsze komunikaty produktowe oraz znacząco budują ponadprzeciętne zaangażowanie. Kampania przełożyła się również na lepszą znajomość i rozważanie naszej marki. Można więc powiedzieć, że wampiry nie kazały nam czekać setek lat na realizację celów. Zrobiły to już w pierwszym roku swojej nie zawsze nocnej aktywności.





Lubimy lajki!



Pod koniec 2018 r. mieliśmy **65 716** fanów na Facebooku (**+7 proc.** r/r).



50 mln – tyle razy nasze treści zostały wyświetlone przez użytkowników Facebooka w 2018 r.



Odsetek aktywnych użytkowników na naszym profilu na Facebooku to **5,43 proc.** (średnia dla branży wynosi **3,4 proc.**).

Wciąż na topie

W 2018 r. przez **12** miesięcy byliśmy w **top 10 banków** pod względem **aktywności użytkowników**, a przez **11** miesięcy – w **top 10 banków** pod względem ich **zaangażowania**.

Źródło: Sotrender, dane za 2018 r.



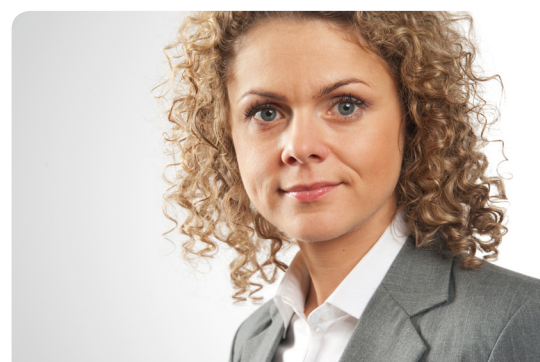
Przyspieszamy dla Klientów

Wyraźnie skróciliśmy czas odpowiedzi na pytania użytkowników portalu społecznościowego – w 2018 r. wyniósł on średnio **44 min 55 s**, zaś rok wcześniej – **1 godz. 12 min**.





Na dodatkowe pytania odpowiadają:



Magdalena Suchanek
dyrektor zarządzający

tel. +48 71 795 55 35

tel. kom. 691 948 514

e-mail: magdalena.suchanek@eurobank.pl



Łukasz Pałka
rzecznik prasowy

tel. +48 71 795 57 97

tel. kom. 728 975 015

e-mail: lukasz.palka@eurobank.pl

