

# Transformacja systemu dystrybucji bankowości detalicznej i poprawa efektywności operacyjnej Banku

---

22 października 2013

# Kontynuacja realizacji strategii

---

## Kierunki Strategiczne na lata 2012-2015

- Transformacja systemu dystrybucji
- Koncentracja na segmentach *affluent* (Gold) i *emerging affluent* (Forward)
- Kontynuacja koncentracji na produktach kredytowych (karty kredytowe i pożyczki gotówkowe dostępne dla wszystkich klientów)

---

## Zmiana modelu operacyjnego w celu dalszej poprawy efektywności w zmieniających się warunkach makroekonomicznych, regulacyjnych i rynkowych

- Restrukturyzacja zatrudnienia (rozwiązanie stosunków pracy z pracownikami Banku w liczbie nie większej niż 792, w tym 684 w obszarze bankowości detalicznej; proces zwolnień zakończy się do 31 października 2014)
- Rezerwa restrukturyzacyjna w kwocie 62,3 mln zł obciążą wynik IV kwartału 2013 roku
- Wskaźnik Koszty / Dochody bankowości detalicznej < 60% w 2016

---

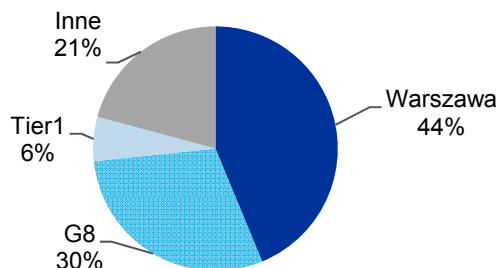
## Transformacja w kierunku budowania Bankowego Ekosystemu Smart w odpowiedzi na zmieniający się model zachowań klientów i dynamiczny rozwój nowych technologii

- Transformacja tradycyjnych oddziałów w **nowoczesne placówki bankowe**
- Zmiana **modelu obsługi klientów z mniejszych miast** z oddziałowego na wielokanałowy
- Kontynuacja **digitalizacji**: mniejsze zapotrzebowanie na zasoby ludzkie, sprzedaż krzyżowa, przetwarzanie automatyczne (STP)
- Ulepszenie **modelu akwizycji wielokanałowej**: scentralizowany zespół telesprzedaży, CBAW, agencje sprzedaży (DSA), platformy mobilne i internetowe
- **Poprawa produktywności**:
  - Przeniesienie do lepszej lokalizacji (*hot spot*)
  - Marketing celowy, budowanie świadomości marki poprzez kontekstowe informowanie o ofercie i marce
  - Model zatrudnienia – zwiększenie zespołów sprzedaży, zmniejszenie stanowisk kasowych, mniejsze zapotrzebowanie na zasoby ludzkie, atrakcyjne narzędzia samoobsługowe dla klientów w oddziałach
- **Kontynuacja koncentracji na relacjach z klientami z segmentów Gold i Forward** (wdrożenie oferty globalnej, ulepszenie usługi doradztwa)

# Transformacja w kierunku Bankowego Ekosystemu Smart

## Analiza „hot spot” dla Polski

### Udział transakcji (wartość) – segmenty Gold i Forward



- „Hot spoty” to miejsca, gdzie klienci spędzają czas, robią zakupy lub pracują
- **Hot spoty, tj. miejsca dla potencjalnej lokalizacji kolejnych placówek Smart zidentyfikowane w G9**
- Ograniczony potencjał dla hot spotów oraz inwestycji typu Smart poza G9

## Bankowy Ekosystem Smart

- Bankowość przyszłości, oparta na interaktywnych i inteligentnych oddziałach pełniących funkcję angażującą, zlokalizowanych w miejscach często odwiedzanych przez klientów – docelowa **koncentracja** na najbardziej atrakcyjnych „hot spotach” w **wybranych największych miastach**
- Miejsce z dostępem do najbardziej zaawansowanych technologii pozwalające klientom realizować transakcje w dowolnym czasie oraz miejscu przy użyciu najnowszych mobilnych i internetowych narzędzi
- Rozwój **samoobsługowych placówek** oraz promowanie wykorzystania cyfrowych narzędzi do zaangażowania klientów
- Odpowiednie wielkości placówek oraz możliwości sprzedażowe właściwe dla najlepszych lokalizacji
- Pierwszy oddział Smart otwarty w Katowicach we wrześniu



## Szczegóły dotyczące transformacji

- Transformacja tradycyjnych oddziałów w **nowoczesne placówki bankowe**
  - Planuje się, że do końca 2014 r. w największych aglomeracjach w Polsce funkcjonować będzie **25 placówek Smart**
- Zmiana **modelu obsługi klientów z mniejszych miast** z oddziałowego na wielokanałowy:
  - Zamknięcie 19 tradycyjnych oddziałów zlokalizowanych poza kluczowymi rynkami docelowymi (**utrzymaliśmy 95% klientów z placówek zamkniętych w 2012 roku**)
  - Obsługa klientów poza kluczowymi rynkami docelowymi będzie prowadzona poprzez scentralizowany zespół tele sprzedaży oraz platformy mobilne i internetowe

# Digitalizacja podążająca za zmianami zachowań klientów

## Kanały dystrybucji bankowości detalicznej

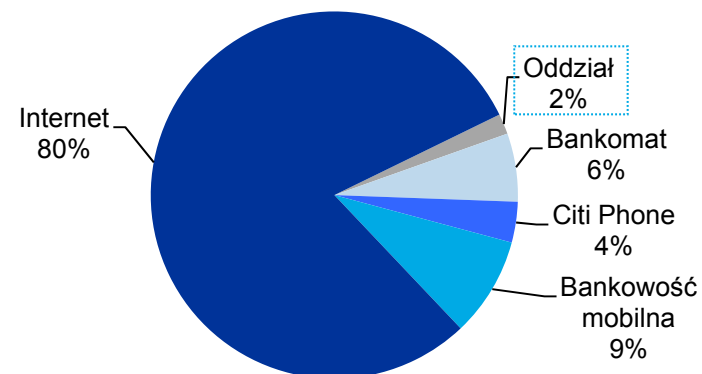
2016 szacunkowe dane

<b>Bankowość mobilna</b>	20-30 razy w miesiącu
<b>Internet/Tablet</b>	7-10 razy w miesiącu
<b>Bankomat</b>	3 - 5 razy w miesiącu
<b>Bankowość telefoniczna</b>	5 - 10 razy w miesiącu
<b>Oddział</b>	1-2 razy w roku

Źródło: Banking 3.0, Brett King, 2013

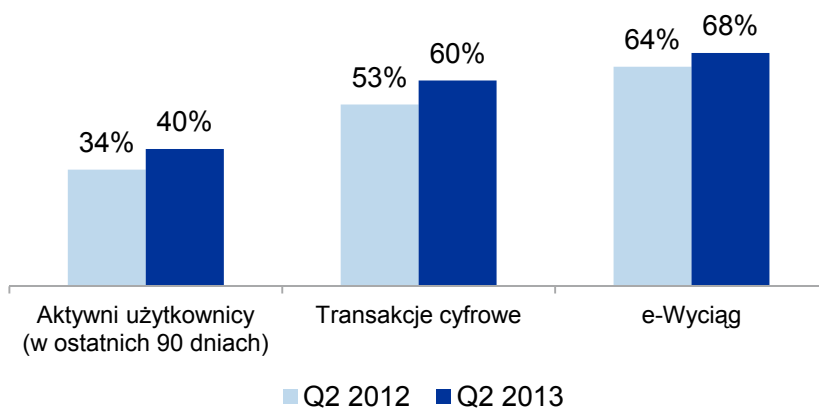
## Struktura transakcji dokonywanych przez klientów

Citi Handlowy /czerwiec 2013/



## Cyfrowa transformacja w Citi Handlowy

### Rozwój digitalizacji



### Rozwój Citi Mobile

- 143 tysięcy użytkowników Citi Mobile (+68% r./r.)
- ~30% penetracji rachunków bieżących klientów vs. 7% penetracji na rynku
- 68% r./r. wzrostu liczby transakcji dokonanych przez Citi Bankowość Mobilna
- Unikalne funkcjonalności: FotoKasa, lokalizator rabatów dostępnych dla użytkowników kart kredytowych na całym świecie

Uwaga: dane za II kw. 2013 chyba, że podano inaczej

# Bankowy Ekosystem Smart

## Przewaga konkurencyjna z nowym modelem bankowości

