

ПАЗАР

Банковият сектор е един от най-добре подготвените за членството на страната в Европейския съюз. Той е почти изцяло частен и същевременно добре регулиран. Към средата на 2006 г. на българския банков пазар оперират 33 банки, като по-голямата част от тях са гъщерни компании на международни финансови групи, контролиращи 78% от активите в цялата банкова система. Местните и чуждестранните клиенти имат достъп до широк диапазон от модерни услуги, от които могат да избират. Въпреки динамичното развитие на сектора през последните няколко години, потенциалът на пазара е все още много голям. Под 50% от пълнолетното население на страната има сметка в банка, а процентът на ипотечните кредити от БВП на България е едва 5%.



Със своята 15-годишна история Пощенска банка се превърна във водеща универсална банка, която е един от символите на стабилността на финансовия сектор в страната. Доказателство за това са резултатите от проучването на GfK България за „Най-добра марка на пазара“ (Best brands), проведено през декември 2005 г., в което Пощенска банка е сред първите четири топ-банки в страната.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Пощенска банка има дългосрочен рейтинг BBB+ и краткосрочен F2 от Международната рейтингова агенция „Фич Рейтингс“. Инвестиционният рейтинг е показател за стабилността на банката и мястото ѝ сред най-надеждните и развити финансови институции в България.

Пощенска банка е носител на няколко престижни награди. През 2006 г. тя печели първа награда в категорията „Приз на клиента“, присъдена в рамките на банковите отличия на вестник „Пари“. Същата

година Пощенска банка гравва и голямата награда за иновативност и качество на продуктите на изложението „Банки, Инвестиции, Пари“. Успоредно с това отличие, финансовата институция получава и призове за най-добър продукт за 2005 година в категорията „Картови продукти и услуги“ за кредитните карти American Express и в категорията „Инвестиционни продукти и вложонабиране“ за най-добър депозитен продукт за „Активни пари“.

За постиженията си в корпоративната сфера Пощенска банка печели наградата за вътрешноорганизационна комуникационна кампания в конкурса „PR Приз 2003“. Признанието е за проекта по въвеждане на новата корпоративна идентичност на банката.

В областта на социалната сфера Пощенска банка е носител на отличие от Министерството на икономиката за стажантските си програми. От 2002 г. насам над 350 студенти по икономика са обучени в различни звена на финансовия трезор, като повече от две трети са останали на работа в банката. Пощенска банка е сред първите четири финансови институции, отличени със сертификата от Българския донорски форум за най-голям корпоративен дарител във финансовия сектор. Наградата е присъдена за успешната програма за социална отговорност в областта на образованието, културата, изкуството и спорта в България. Пощенска банка е обявена за най-динамично развиваща се банка за 2002 година.

ИСТОРИЯ

Първият клон на Пощенска банка отваря врати на 2 април 1991 г. В него работят само 22 служители. Петнадесет години по-късно банката е сред най-големите водещи финансови институции в България.

През 1998 г. тя се превръща в една от първите български пазарно приватизирани банки. Мажоритарният акционер на Пощенска банка EFG Eurobank Ergasias SA (Eurobank EFG) е втората по големина банка в Гърция с активи близо 45 милиарда евро. Eurobank EFG притежава най-високите оценки от престижните международни рейтингови агенции Standard & Poor's, Fitch и Moody's. Освен в България, банката има значителни инвестиции в Румъния, Сърбия, Турция, Полша и Украйна.

Пощенска банка обхваща почти всички видове услуги за граждани и фирми: кредитиране, инвестиционни и брокерски услуги, лизинг, факторинг, управление на имуце-



Силен старт с Postbank

ство, консултантски услуги, финансиране на проекти и др. Банката разполага с изключително добра клонова мрежа от над 150 локации и повече от 2000 пощенски представителства.

ПРОДУКТЪТ

Пощенска банка е лидер в обслужването на корпоративни клиенти и физически лица. Тя гарантира услуги с най-високо качество на своите клиенти – физически лица, предприемачи, малки и средни предприятия, големи корпоративни и институционални клиенти. Банката предлага разнообразен спектър от гъвкави депозитни продукти с висока доходност, сред които депозит „Активни пари“, разплащателна сметка „Интерес“ и спестовна сметка „Плюс“. Кредитният портфейл на Пощенска банка е един от най-добре разработените в сектора, като бързите потребителски кредити и ипотечните заеми са сред най-популярните ѝ продукти. Банката предлага и финансиране на малък бизнес, както и корпоративни кредити, съобразени изцяло с нуждите на предприятието. В картовата сфера Пощенска банка може да се похвали с широк набор от дебитни и кредитни карти: American Express, на които е ексклузивен издател за България, VISA Classic, VISA Electron и EuroLine. Индивидуалните клиенти и фирмите могат да се



възползват и от интернет банкирането на банката, отключено с две престижни награди. Услугата предлага 24-часово обслужване в реално време, уникална схема за сигурност и разнообразни операции – плащания, справки, уведомяване за извършените операции по интернет и на мобилен телефон.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

През 2005 г. Пощенска банка инвестира над 40 милиона лева в клоновата си мрежа, информационните технологии и персонала. Нетната ѝ печалба е с ръст от 62% в сравнение с предходната 2004 г. – най-високият в историята на банката. Всички бизнес звена отбелязват растеж в продажбите, които изпреварват темповете на пазара. При потребителските кредити ръстът е 131%, в областта на жилищното кредитиране положителното развитие е над 242% в сравнение с 2004 г., а бизнес кредитите са нараснали с 22%. Направените депозити в банката през 2005 г. са с 41% повече от предходната година.

Пощенска банка е лидер в картовия бизнес с пазарен дял от 35% в края на 2005 г., с над 250 000 издадени карти и повече от 5000 ПОС терминала в търговски обекти в страната.

ПРОМОЦИЯ

Част от визията на Пощенска банка е да обслужва финансовите нужди на клиентите си през целия им живот. Освен качествен продукт, банката се стреми да предложи на своите клиенти отношение, компетентно обслужване и опит чрез специализираните експерти във всеки един клон на банката. Пощенска банка предлага широка гама от услуги, насочени към разнообразни таргет



За да порасне вашия бизнес!

Кредити Бизнес растеж



групи в сферата на банкирането на дребно и корпоративното банкиране. Маркетинговият микс, използван като комуникационно средство от банката, спомага за достъпното предаване на предимствата на всеки един продукт или услуга, за да задоволи желанието на клиентите във всеки един момент от техния живот.

Една от най-успешните кампании на банката от продуктова и комуникационна гледна точка бе тази за **жилищните ѝ кредити**. След проведените проучвания се оказва, че жената е върховенството, а мъжът е

този, който осигурява дома и взема крайното решение за тегленето на жилищен кредит. Така се ражда и образът на Данчо, „заклетия ерген“, който споделя своята недоверчивост към семейните ценности от телевизионния екран. С типичния си ергенски жаргон, Данчо е проследен в три събдоносни момента от неговия живот: женитбата, децата и жилищния кредит. Несъмнено всяко едно от тези решения се отнася за цял живот и затова те са важни. Ето защо „Кажете „ДА“ на жилищния кредит на Пощенска банка с опростена процедура в най-естественото решение на желанието и потребността от собствен дом и уют.

Бързите кредити са друг актуален продукт на Пощенска банка. Поради своята специфика, динамика и сезонност продуктът често се обновява, предлагайки допълнителни възможности на клиентите. Информационните и рекламните кампании включват разнообразни комуникационни

Кредитни карти VISA

9.9%
годишна лихва*

Postbank

канали. **Кредитните карти**, на които доскоро се гледаше като лукс, вече станали част от ежедневието на българина.

Пощенска банка е лидер и в картовия бизнес с пазарен дял от 35% в края на 2005 година, над 250 000 издадени карти и повече от 5000 ПОС терминала в търговски обекти в страната. Този успех се дължи и на непрекъснатите промоции и бонуси, които банката предлага по своите кредитни карти, и на атрактивните кампании. **Депозитните продукти** са също много важна част от промоционалните и комуникационните кампании на банката. През 2005 г. депозитната база на Пощенска банка отбелязва 41% ръст в сравнение с предходната година, който е повлиян и от стабилността и доверието към банковата система като цяло, и в частност към Пощенска банка.

Пощенска банка има утвърден имидж на социално ангажирана институция. Ангажиментът ѝ в областта на образованието е един от най-силно застъпените. През 2006 г. банката за втора поредна година организира програмата „Силен старт с Пощенска банка“. Тя има за цел да подпомага българското образование, като дава стипендии на ученици от осми клас на специализираните езикови училища в страната. През 2005 г. 209 деца получават еднократни стипендии в размер на 400 лева от финансовата институция. През 2006 г. банката разширява програмата, като я насочва не само към учениците от средния курс, но и към сферата на висшето образование.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Пощенска банка се стреми постоянно да отговаря на променящите се очаквания на своите клиенти, като създава стойности за тях и акционерите си. Банката е утвърдена, динамично развиваща се универсална финансова институция.

За Пощенска банка най-важни са доверието между акционери, служители и клиенти, новаторството и предлагането на гъвкави решения, продукти и ноу-хау, продукувани от най-добрите европейски стандарти. Едновременно с това банката обръща изключително внимание на качеството, за да посрещне високите изисквания на клиентите. Пощенска банка оценява значимостта на човешкия фактор и инвестира в своя персонал, като по този начин предлага необходимата мотивация и добавя стойност към обслужването си.

www.postbank.bg



ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

ПОЩЕНСКА БАНКА

- ▶ Цветовете в логото на Пощенска банка са с емблематично значение. Синьото е символ на стабилност и доверие, а керемиденочервеното – на динамичност и агресивност.
- ▶ Програмата „Силен старт с Пощенска банка“ е единствената програма на българска финансова институция, която се ангажира в сферата на средното образование.
- ▶ Пощенска банка е първата финансова институция, основала своя редовна стажантска програма. До момента над 350 студенти са участвали в нея, а повече от две трети са останали на работа в банката.
- ▶ Основният акционер на Пощенска банка – аръската Eurobank EFG, е сред най-големите компании, листвани на Атинската фондова борса (ASE), и втората по големина банка по отношение на активите си (46 милиарда евро). Тя печели четири поредни години приза „Банка на годината“ за Гърция от престижни международни издания като Global Finance и The Banker.
- ▶ EFG Group обслужва над 100 милиона души, има повече от 17 000 служители и клонова мрежа от над 900 клона и алтернативни канали.