


# БАНКОВИ ИСТОРИИ

 **НОВИНИ**

## Хидропарк „Вятърните мелници“: история на успеха



В края на лятото ще ви отведем на едно много пълно място, пълно с живот. Намира се край с. Горна Малина, Софийско, и е изградено с много труд и желание. Представяме ви един успешен бизнес проект, с който се гордеем, защото е реализиран от наш дългогодишен клиент. Срещаме ви с него, за да покажем, че вярваме в добрите идеи и сме готови да ги подкрепим. Представяме ви хидропарк „Вятърните мелници“.

Днес „Вятърните мелници“ е напълно завършен хидропарк, предлагащ забавления за малки и големи. Той е изграден изцяло от камък, дърво и вода и разполага с 3 басейна, езеро за риболов, манеж за конна езда, 6 луксозни къщи за отдих, няколко заведения, зоокът, съоръжения за водни и наземни спортове, множество детски кътове и единствената по рода си енергийна пирамида с над 70 вида скъпоценни и полускъпоценни камъни и минерали от различни части на света. За концепцията и изграждането на парка ни разказа неговата създателка Юлиана Борисова – Костова.

**Г-жо Костова, как се роди идеята за хидропарка – представяхте ли си го отначало така, както изглежда днес?**

През 2009 г. взех решение да инвестирам в идеята си за изграждане на комплекс, достъпен за жителите на София и региона, където те да се забавляват и отгъхват през почивните дни. От самото начало си го представях изграден от камък и дърво, с водни площи, цветни алеи и множество дървесни видове. Целят район и архитектура на парка цялостно да предразполагат гостите към пълноценна почивка и разтоварване от ежедневните ангажименти.

*Продължава на стр. 4*

Пощенска банка вече е петата по големина банка в страната с близо 130% ръст на печалбата към 30 юни 2014 г. спрямо година по-рано. За първите 6 месеца тя възлиза на 14.5 млн. лв. Общият ръст на активите е 346 млн. лв., достигайки абсолютна стойност 6.039 млрд. лв. С увеличаване от 171 млн. лв. кредитният портфейл на финансовата институция е най-бързо растящият на пазара. Делът на привлечените средства от граждани и фирми расте с 402 млн. лв. – доказателство за традиционно високо доверие в банката.

„Резултатите към полугодие то за пореден път доказват, че Пощенска банка е отговорна, стабилна, динамична и насочена към клиента финансова институция, притежаваща необходимия потенциал за постигане на значителен пазарен дял. Амбициите ни са да продължим този възходящ тренд на резултати, като предоставяме иновативни продукти и качествено обслужване на нашите клиенти и същевременно продължаваме да бъдем социално отговорна компания, работеща в полза на икономиката и обществото“, подчерта г-жа Петя Димитрова, главен изпълнителен директор.



# Пазарувай разумно с кредитна карта

Раздадохме над 3 000 000 лв. с MyRewards



Константинос Товил е началник управление „Потребителско кредитиране“ на Пощенска банка. Той има дългогодишна кариера и професионален опит във финансовата сфера. Преди да се присъедини към екипа на Пощенска банка, в продължение на седем години заема поста търговски директор в И Ар Би Ритейл Сървисис в Юробанк Румъния, компанията – лидер на пазара на кредитни карти и потребителски кредити. Преди това работи в международното звено „Потребителско кредитиране“ на Юробанк Гърция, заема различни позиции в звената „Кредитен контрол“, „Операции“ и „Авто бизнес“ в Ситибанк Гърция, както и в Shell Petrochemicals. През годините професионален опит е участвал в ключови за северната ни съседка национални банкови проекти, сред които – Card Network Share за въвеждане на първата обща междубанкова картова платформа в Румъния, Payment Cards Migration за миграция на стотици хиляди кредитни карти от локални към международни, както и в проект за обща платформа за онлайн разплащания с кредитни карти. Господин Товил е завършил Приложна химия в университета Кингстън, а магистратската му степен е по Бизнес администрация и маркетинг от университета Мидълсекс. Той е член на Royal Society of Chemistry – британско общество на учените от сферата на химията.

## Какви са тенденциите в бизнеса с кредитни карти в България и региона като цяло?

След кризата повечето финансови институции се съсредоточиха върху своите лоялни съществуващи клиенти и започнаха да инвестират в тяхното обучение за разумно ползване на кредитни карти. Този пазар има голям потенциал, защото в България има приблизително 900 000 издадени кредитни карти, а едва половината от тях

се използват активно. От друга страна българските потребители са много по-добре запознати с използването на този продукт в сравнение с клиентите в съседните страни. Като цяло българите използват правилно кредитната карта като платежно средство, а не за теглене на пари в брой.

Друга тенденция на пазара са програмите за лоялност. Чрез добавянето на различни стимули за клиентите, банките се стремят да променят техните навици да

плащат в брой или с дебитна карта и да преминат към кредитна. Истината е, че ако хората се научат как да използват кредитните карти разумно, ще се убедят, че те са отлично платежно средство.

Като трета тенденция за пазара бих посочил инвестицията в технологиите. Това днес е валидно за цялостната комуникация банка – клиент. За кредитните карти това означава от разнообразни начини за лесен достъп до месечното извлечение до мобилни приложения, които в реално време те водят към обекти предлагачи отстъпки и оферти с своята кредитна карта.

## Как е позиционирана Пощенска банка на пазара на кредитни карти у нас?

Пощенска банка е лидер за кредитните карти у нас – ¼ от пазара е наш и то не само на издадени пластики, но и като обеми, които минават през картите ни. Осъществяваме, ние работим с повечето световни брандове в това число и Американ Експрес, които много внимателно подбират своите партньори. Нашата банка работи с тях от 10 години, а наскоро подписахме ново 5-годишно споразумение.

Друга причина да сме лидер на този пазар е, че предлагаме най-атрактивната и щедра програма за лоялност не само у нас, а и в целия регион. MyRewards е уникална, защото дава пълна свобода. За разлика от повечето програми за лоялност хората сами избират как да събират точки – от покупка на самолетни билети до плащане на сутрешното си кафе. Те избират и къде да харчат паричните награди, които им даваме. От старта на програмата сме раздали обратна на лоялните си клиенти над 3 000 000 лева.

## Къде стои България спрямо останалите развиващи се пазари в Европа от гледна точка на ползваемост на кредитни карти? Какви са основните пре-

## дизвикателства и какво ни очаква?

Тук в България, дори бих казал в целия регион (с изключение на Турция и Гърция, които са съвсем различни пазари), най-голямото предизвикателство за нашия бизнес е, че парите в брой все още са предпочитаното платежно средство. Преминването от кеш в електронни разплащания ще донесе ползи за всички. За клиентите това означава 100% сигурен и безплатен начин на плащане. Например в Западна Европа съотношението е 5% пари в брой към 95% плащания с карти.

Това, което ни очаква, очевидно е базирано на технологиите – безконтактни плащания, „портфейл“ в телефона и т.н. и т.н. Но ние все още сме далеч от това – първо трябва да променим навиците на клиентите и да ги подготвим за тези услуги.

## Можете ли да ни дадете няколко основни съвета за разумно ползване на кредитните карти като ежедневно платежно средство – как да се възползваме от тях?

Харчете толкова, колкото ви позволява месечният бюджет, използвайте кратисния период и следете за промоциите, които вашата банка предлага съвместно с различни търговци.

## Вие сте част от екипа на Пощенска банка от едва 4 месеца – какви ще са първите промени в стратегията на „Потребителско кредитиране“, които планирате? Върху какво смятате да се съсредоточите?

Аз не съм тук да променям, а да надграждам. Стратегията на „Потребителско кредитиране“ идеално се вписва в общата стратегия на банката – Решения за твоето утре. Ще се фокусирам именно върху тенденциите – обучение на потребителите, технологични иновации и нови продуктови функционалности в услуга на нашите клиенти.



## Как да банкираме през банкомат

Разговаряме с Камелия Янева, старши експерт в отдел „Алтернативни канали за банкиране“ в Пощенска банка.

ратори и други. Услугата е достъпна с дебитни /само от основна сметка/ и кредитни карти на Пощенска банка, както и с карти, издадени от други български банки, през системата на Борика.

Нашите клиенти могат да правят вноски по кредитните си карти, да зареждат предплатени карти за GSM към трите мобилни оператора и да регистрират карта за плащане чрез ePay.bg.

### С колко банкомата разполага Пощенска банка?

Мрежата ни от банкомати е изключително добре развита – в момента те са 345 на брой и са позиционирани из цялата страна в клоновете ни, в търговски обекти и институции. Наша цел е да развиваме мрежата, защото виждаме, че клиентите ги ползват активно вече не само за теглене, а за всички услуги, които

споменахме. Банкоматът се оказва бърз и лесен начин за банкиране, който все повече клиенти предпочитат.

### Разкажете повече за партньорството с УНИЦЕФ. Каква част от хората избират възможността да даряват чрез банкомат?

Пощенска банка направи сериозна инвестиция за развитието на функционалностите на нашите банкомати като част от най-големия ѝ проект за корпоративна социална отговорност „Най-добър старт за всяко дете“. Банкоматите ни са основният канал за дарения в полза на УНИЦЕФ. Всеки дванадесети клиент избира да дари. От старта на съвместната благотворителна инициатива на Пощенска банка и УНИЦЕФ през този канал са дарени над 300 хил. лв., което представлява над 90% от всички дарения.

### Какви услуги предлагат банкоматите на Пощенска банка?

Освен стандартното теглене на пари в брой, на притежателите на дебитни карти от Пощенска банка е предоставена възможност и за теглене от допълнителна сметка, която е обвързана към картата. Те могат също да правят справки за наличност по сметките си и да прехвърлят суми между тях. Полез-

но е клиентите да знаят, че могат да променят своя ПИН код – освен за нашите картогържатели, услугата вече е достъпна и за притежателите на карти MasterCard и Maestro, издадени от други банки в България и чужбина.

На банкомат хората могат да плащат битови сметки към мобилни оператори, електроразпределителни, топлофикационни и ВиК дружества, кабелни опе-

## „И Ар Би Лизинг“ със специални условия за селското стопанство

Пощенска банка и лизинговото ѝ дружество „И Ар Би Лизинг“ предлагат специални условия на лизинг за закупуване на нова и употребявана земеделска техника и агро кредити без такса за кандидатстване. На клиенти, подали искане за лизинг за нова селскостопанска техника до 31 декември 2014 г., „И Ар Би Лизинг“ предлага преференциална лихва от 3.9% и възможност за договаряне на сезонни вноски, позволяваща клиентът да заплаща

само лихва през определен период от годината. Дружеството предлага и вариант за първоначалната вноска по лизинга от 10% от доставната стойност на оборудването при срок на изплащане до 60 месеца. При лизинг на употребявана техника първоначалната вноска е 25%, а срокът на изплащане може да достигне до 4 години. Услугите на лизинговото дружество се предлагат в клоновете на Пощенска банка в цялата страна.



„И Ар Би Лизинг“ се включи в традиционното изложение за селскостопанска техника Бата Агро

# Хидропарк „Вятърните мелници“: история на успеха



Продължава от стр. 1

**Кое ви накара да изберете точно това място за парка?**

Избрах да инвестирам в Горна Малина, защото общината е екологично чист район и на територията ѝ не е имало индустриални производства. Това най-много се доближи до концепцията на проекта ми. Ние също се грижим за облагородяването на района – всяка година засаждаме над 80 хил. едногодишни и многогодишни цветя. На територията на комплекса са засадени повече от 10 000 дървета, 50 вида излолистни и широколистни.

**Как се грижите за сигурността на посетителите и чистотата на парка?**

За обслужването и сигурността на клиентите са анга-

жирани 70 човека персонал, като по-голямата част от тях са жители на община Горна Малина. Басейните ежедневно се контролират и третират с необходимите препарати, осигуряващи тяхната чистота и безопасност. Цялата територия на хидропарка 3 пъти седмично се обработва с противопаразитни средства.

**Кое ви накара да изберете Пощенска банка за ваш партньор в този проект? Отговорихме ли на очакванията ви?**

Първоначално разполагах с ограничен ресурс и реших строежът и откриването на обекта да става поетапно в продължение на 6 години. През първата година успях да реализирам само езеро за риболов, но се убедих, че идеята се възприема положително и проектът има бъдеще.



Решението да ползвам кредит за завършване на хидропарка и по-бързото пускане в експлоатация на всички съоръжения взех доста трудно. Периодът, в който стартираха инвестицията, съвпадна със световната финансова криза и това ме караше да бъда по-внимателна относно задължаването към кредитни институции. Човекът, който ме убеди и спечели доверието ми да се насоча към Пощенска банка, се казва Катя Янкова, управител на финансов център „Суха река“. Изцяло нейна е заслугата да взема решение за ползването на кредит за ускоряване на строителните работи и по-бързото завършване на парка. В продължение на няколко месеца г-жа Янкова ми предлагаше различни варианти за кредитиране и съдействаше за подготовката на необходимата документация. Въпреки консерватизма

ми по отношение на ползването на заеми, се реших на тази стъпка и благодарение на кредита, който ползвах за завършването на обекта, посетителите се увеличиха многократно.

**Как оползотворихте отпуснатото финансиране?**

Продължих с разширяването на парка с басейни, изградихме 6 къщи за отгих тип „Вятърни мелници“, стилизиран ресторант и бирария, пейнтбол игрище и още много разнообразни съоръжения за водни спортове, детски игри и почивка.

**Ако погледнете назад, има ли нещо, което бихте променили в този проект?**

На този етап отчитам като

грешка, че не направих избор да стартирам строителната дейност на хидропарка с кредитиране от Пощенска банка от самото начало. Въпреки това използвам случая да благодаря за съвместното сътрудничество и се надявам, че съм осъществила добре инвестиционните си намерения, както за нашите гости, така и за партньорите ни.



# Златни съвети за избор на жилищен кредит

Началото на есента е период, в който се осъществяват значителен дял от годишните сделки с недвижими имоти в България. Представяме ви съветите на нашите експерти при теглене на жилищен кредит.



**1. Не влагайте целия си наличен ресурс за финансиране на жилището,** а оставете на свое разположение определена сума. Препоръката към бъдещите купувачи е да заделят средства, които да са им достатъчни да покриват разходите за живот за период от 6 месеца. Така не само в първоначалния период на адаптация към новия тип разходи по кредита и жилището, а и през целия период на договора, ще могат да спокойно да контролират домашния бюджет и да реагират в непредвидени ситуации.

**Пощенска банка отчете ръст от 200% в онлайн апликациите за жилищно кредитиране през първото полугодие на 2014 г. спрямо същия период през миналата година. Банката регистрира и значителен ръст на усвоените жилищни кредити през юли 2014 г. спрямо юли 2013 г.**

**2. Потърсете опитен експерт.** Когато купувате дом с кредит е

добре да потърсите банка с опит в жилищното кредитиране. Пощенска

банка е сред лидерите на пазара от много години и единствена разполага със специализирани експерти по жилищно кредитиране, които предлагат индивидуални решения, съобразени с профила и очакванията на всеки клиент. Освен че ще ви спестят време и усилия в подготовката на сделката, те ще споделят опита си със съвети като този, че е добре да изтеглите кредит във валутата, в която получавате вашия месечен доход.

**3. Направете си застраховка „Живот“.** Препоръчително е клиентите да правят застраховка за защита на плащанията при сключване на дългосрочен кредит, какъвто е жилищният. Тя ще осигури спокойствие за вас и семейството ви по отношение на покриване на вноските по кредита в труден и непредвиден момент.



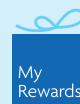
## Експресно финансиране

С цел да отговори на динамиката на ежедневие то ни, екипът на Пощенска банка разработи нов потребителски кредит за експресно финансиране. Само 3 работни часа са необходими за разглеждането на документите и отпускането на кредита, в случай на одобрение. Целта е да предложим на клиентите максимално бързо

финансиране за текущи нужди като неотложен ремонт, спешни покупки, извънредни разходи и др. Кандидатстването става във всеки клон на банката.

Експресният кредит се предлага и с опция „Флекси“ за гъвкаво погасяване на месечните вноски, както и с програма „Защита на плащанията“.

## Най-щеграта програма за лоялност



За период от три години над 12 000 притежатели на близо 15 000 кредитни карти American Express и Visa от Пощенска банка са се възползвали от специалната програма за лоялност на банката, озаглавена MyRewards. Така от създаването на MyRewards до момента клиентите на Пощенска банка са получили близо 3 млн. лв. под формата на бонуси.

„С програма MyRewards се стремим да работим като партньори с клиентите, предоставяйки им реална и лесно измерима възвръщаемост на средствата, които изразходват чрез кредитните си карти. От създаването на програмата през март 2011 г. досега Пощенска банка е възнаградила с близо 3 млн. лева своите лоялни клиенти, а те стават все повече, което е

доказателство, че оценяват положително усилията ни“, коментира Виктор Цветков, началник отдел „Кarti и картови разплащания“ в Пощенска банка.

MyRewards възнаграждава клиентите за техните покупки с кредитни карти, като стандартно те могат да получат до 4% обратно от похарчената сума. От 2013 г. в програмата се включват и търговски партньори, които предоставят допълнителни отстъпки на клиентите. Размерът на сумата, която клиентите могат да получат обратно, пазарувайки в търговските вериги, участващи в програмата, достига до 10%. Партньори на MyRewards са бензиностанции ЕКО, супермаркети Фантастико, ИКЕА, NIKE, Andrews, Orange и Folli Follie.

# Мисия „Щастливо детство“

Представяме ви резултатите от най-големия проект за корпоративна социална отговорност на Пощенска банка

**Центърът за майчино и детско здраве в Шумен все още е единствен по рода си у нас. Как се роди идеята за създаването му?**

Преди три години УНИЦЕФ организира конференция, посветена на ранното детско развитие. Един от проблемите, които обсъждахме, беше как да се подкрепят семействата в грижите за децата, за да не се стига до ситуации, които излагат на риск здравето и развитието на детето. И така се стигна до идеята за Центъра. По принцип домашните посещения от медицински сестри не са нещо ново за България. Това се е правилно преди години, но тогава се е следяло само здравословното състояние на новородените. Концепцията ни сега е проблемите да се забелязват в ранен етап, за да могат семействата да получат необходимата помощ – достъп до здравеопазване, социални услуги и образование. Особено тези, които са бедни и не са запознати с правата си. Обръща се особено внимание и върху средата, в която се отглеждат децата, върху уменията на родителите за грижа

и потребностите на семейството като цяло.

**Защо е необходим този център?**

Здравната система е устроена така, че родителите са движещата сила, която търси лекаря. Това често не се случва, защото някои от тях не осъзнават нуждата от преглед, други живеят на отдалечени места и отказват да пътуват заради липсата на пари. А в кабинета за един преглед време проблемите остават скрити за лекаря. В толкова кратък период трудно ще се забележи например едно евентуално насилие в семейството или емоционалните проблеми на майката, или лошите условия, в които се отглежда детето. Имаше случай на negliжиране, в който бащата беше счупил крака на детето си по невнимание. Една следродилна депресия на майката също може да бъде проблем, ако не бъде забелязана навреме. Проблемите на семействата са комплексни, защото повечето живеят в бедност, затова се опитваме да намерим подкрепа от общината, институциите и всеки, който е готов



**„Има неща, които обръщат светогледа ти толкова бързо, че дори нямаш време да реагираш на промяната.“** Центърът за майчино и детско здраве в Шумен е точно това за Вера Рангелова, координатор по програмите за ранно детско развитие на УНИЦЕФ.

или има задължението да помогне.

**Как намерихте хората, подходящи за проекта?**

Търсихме такива, които са запалени от идеята, а не които просто имат нужда от работа. Обратната връзка беше много важна още по време на обучението. След това медицинските сестри минаха през шест месеца изпитателен срок. С някои от тях се разделихме, защото не се получи. Създали сме механизми, които да гарантират добри резултати.

**През каква подготовка премина екипът на**

**Центъра?**

Медицинските сестри имаха едно въвеждащо обучение за месец, в което се наблегна предимно на работата с деца и семейства, въпроси, свързани с кърменето, развитието на детето в ранна възраст, работа с рискови общности, насърчаване изграждането на здрава емоционална връзка между детето и майката.

**Кой беше най-трудният момент в осъществяването на проекта?**

Появата на такъв Център беше много нова идея и трябваше време да се

**Благодарение на даренията на клиенти и служители на Пощенска банка, набраната сума за проекта до момента е 330 000 лева**



приеме. Сестрите идват от среда, в която са били уважавани медицински специалисти, а тук се сблъскаха с недоверието на хората. Понякога отказите бяха много груби и това ги караше да се чувстват ненужни. Разговорите с психотерапевти в Центъра им помогнаха да преработят тези усещания и да си върнат мотивацията.

### Получава ли УНИЦЕФ необходимата подкрепа за този проект?

Да, всички помагат, местните власти, отделите за закрила на детето, лечебните заведения, Регионалната инспекция по здравеопазване, но истината е, че мизерията е голяма. Няколко пъти придружих сестри при домашни посещения, в които няма да повярвате какви неща виждам – цели семейства живеят с броени левове и при лоши условия. В края на миналата година Пощенска банка също се ангажира с нашата кауза и до момента в рамките на партньорството са събрани над 330 000 лв. Равносметката е 700-800 посещения на месец плюс още 120 нови семейства.

### Година по-късно какво ново се случва в Центъра?

От януари активно започнахме да работим със здравно неосигурени майки. Много от тези жени не знаят, че им се полага



един безплатен преглед, който и без друго е крайно недостатъчен. Непроследената бременност крие рискове от преждевременни раждания, усложнения и малформации.

### Следващата гореща точка върху картата на Центъра за майчино и детско здраве е Сливен. В каква фаза е този проект?

По него работим усилено с Пощенска банка, за да можем скоро да го открием. Набирането на екип се оказва предизвикателство, защото медицинските сестри масово напускат България. Но ние успяхме да намерим своите хора и вече провеждаме обу-

ченията. След това ще има период, в който ще се фокусираме върху организацията и координирането на работата, ще се опитаме да направим контакт със семействата и институциите, за да разберем къде има рискови общности. Основният офис ще е в Сливен, но ще има изнесени работни места в Котел, Нова Загора и Твърдица.

### Как виждате бъдещето на този проект?

Желанието ни е да има Центрове за майчино и детско здраве в цялата страна. Използваме факта, че домашните посещения на майки с деца имат минало в България, в Америка са инвестирани около 1.5 милиарда долара в програми от този тип с цел подобряване на образованието, защото според проучванията първите три години са основополагащи за умения, които подпомагат успеха в училище и живота. Тога-

ва се оформят качества, които помагат на децата да са упорити в желанието си да се развиват и да контролират емоциите си. Развива се и речта, и важни познавателни способности. Изследвания в Америка са показали, че подобни програми намаляват безработицата и редица социални проблеми в дългосрочен план.

След откриването на Центъра в Шумен, екип от Великобритания дойде в България на собствени разходи и проведе 5-дневно обучение. Темата беше „Връзката между детето и майката в първите моменти на раждането.“ Очакваме ги за още едно обучение и в Сливен. Това, което ме радва в работата ми върху този проект е, че виждам резултатите. Нещата, към които се стремим, се получават бавно, с малки крачки, но усещането да си част от подобна промяна ни мотивира и движи напред.



| Печат |



| Дизайн и преглед |

Пишете ни на [PR@postbank.bg](mailto:PR@postbank.bg), за да ни задавате въпроси по темите, които ви вълнуват, или отправяте препоръки за съдържанието на вестника.

## Екипът на „Групови продажби“ се грижи за над 136 000 лоялни клиенти

Проучване на международната консултантска фирма „Бейн & Къмпани“, проведено в 27 страни сред физически лица, потребители на банкови услуги, сочи, че банковият бизнес в последните години до голяма степен се гради и ще продължи да зависи основно от лоялността на клиентите. Резултатите показват, че средният темп на нарастване на броя новопривлечени клиенти е относително нисък: 6% в развиващите се пазари и едва 3% в развитите страни. Конкуренцията е голяма, офертите на различните банки са сходни, затова и за потребителите от съществено значение стават отношението, удобството и изградените дългосрочни взаимоотношения с тяхната банка – „много по-лесно е да закупиш продукт от своята основна банка“. Анализът на Бейн обаче показва, че банките по света са много далеч от използването на пълния потенциал от взаимоотношенията си със своите лоялни клиенти.



Вече 2 поредни години екипът на „Групови продажби“ заема първо място във вътрешното проучване за качеството на обслужване на клоновете от страна на Централния офис на банката. От ляво надясно: втори ред: Виктор Данов, Виолета Попова, Ангелина Скелина, отпред: Валентина Вацова и Ива Маринова.

Екипът на отдел „Групови продажби“ е обособен в структурата на Пощенска банка през 2004 г. с цел да разработва и предлага пълен пакет от услуги (под името „Премия“) за нуждите на служителите и работниците от различни компании, които получават трудовото си възнаграждение в банката. Дейността им включва управление и администриране на много вътрешно-банкови процеси с помощта на специално разработен софтуерен модул, консултиране на клоновете и клиентите по отношение на масови плащания, оферти и промоции, реализирани на кампании и др.

„Сигурност и отговорност са думи, които в еднаква степен се отнасят до Пощенска банка и до „СОТ 161“. Това е причината нашият екип да ви се довери и вярваме, че е взаимно“, сподели инж. Павел Виденов, президент на „СОТ 161“, наш дългосрочен клиент.

Сред най-важните дейности на отдела е реализирането на „Дни на Пощенска банка“ в различни компании с цел да предоставят на служителите им индивидуални консултации по много банкови продукти. Експертите представят предимствата на специалната си програма, достъпна за служите-

ли в компании, които на база договор за „Премия“ превеждат заплатите им в Пощенска банка. От пакетните услуги и отстъпки могат да се възползват и индивидуални клиенти. Единствено условие е клиентът да получава своето месечно трудово възнаграждение в Пощенска банка по предназ-

начена за целта разплащателна сметка.

„При избора на кредитни продукти има много критерии, които определят избора на потребителите. Но да повериш месечния си доход на една банка, това е най-високата форма на лоялност и доверие от страна на клиента“, сподели Виктор Данов, началник на отдела. „Ние обслужваме над 2500 компании по програма Премия и над 136 000 клиента, които ежемесечно получават възнаграждението или пенсията си в нашата банка. Наш ангажимент е тези клиенти да получават оптималните условия по всичките ни продукти, съобразени с техните нужди и изисквания.“

„да повериш месечния си доход на една банка, това е най-високата форма на лоялност и доверие от страна на клиента“

Според цитираното проучване на „Бейн & Къмпани“ сред основните изисквания на клиентите при избора на банка са размерът на таксите, удобството на клоновете и опростеният процес за откриване на сметка. Затова програма „Премия“ сериозно залага на облекчения откъм такси по разплащателни сметки и дебитни карти или ежедневните трансакции на клиентите. Програмата включва и много облекчения за закупуване на кредитни продукти, ползване на онлайн банкиране и др. Разработен е и специален продукт за пенсионери, които могат да получават своята пенсия в банката при облекчени условия по разплащателна сметка и дебитна карта.

Сред компаниите, които имат споразумение за „Премия“ са СОТ 161, Космо България Мобайл, БДЖ, Медицински университет, Нов български университет, Хаус Маркет България и много др.