



**PKO BANK POLSKI**



**inteligo**

**STRATEGIA INTELIGO  
- CZĘŚCI BANKOWOŚCI DETALICZNEJ  
PKO BANKU POLSKIEGO**



- 1. Strategia PKO Banku Polskiego na lata 2010-2012 –  
Zbigniew Jagiełło, Prezes Zarządu Banku**
- 2. Strategia bankowości detalicznej PKO Banku Polskiego –  
Wojciech Papierak, Wiceprezes Zarządu Banku**
- 3. Inteligo w PKO Banku Polskim – Jacek Komaracki,  
Dyrektor Zarządzający**



**Strategia PKO Banku Polskiego na lata 2010-2012**

**Zbigniew Jagiełło – Prezes Zarządu Banku**



## Bank o charakterze uniwersalnym - zdecydowany lider w sektorze bankowym

- ✓ Znaczący udział we wszystkich ważnych segmentach rynku
- ✓ Dominująca obecność w wielkich aglomeracjach miejskich i w Polsce "powiatowej"

## Bank zorientowany na potrzeby klientów

- ✓ Przejrzysta oferta produktowa dostosowana do potrzeb klientów
- ✓ Istotnie większe uproduktowanie klientów Banku

## Bank o zbilansowanym wzroście

- ✓ Kapitał z emisji przeznaczony głównie na wzrost akcji kredytowej
- ✓ Wzrost akcji kredytowej finansowany głównie z własnej bazy depozytowej
- ✓ Stabilna polityka kredytowa

## Bank podmiotem centralnym sprawnej Grupy Kapitałowej

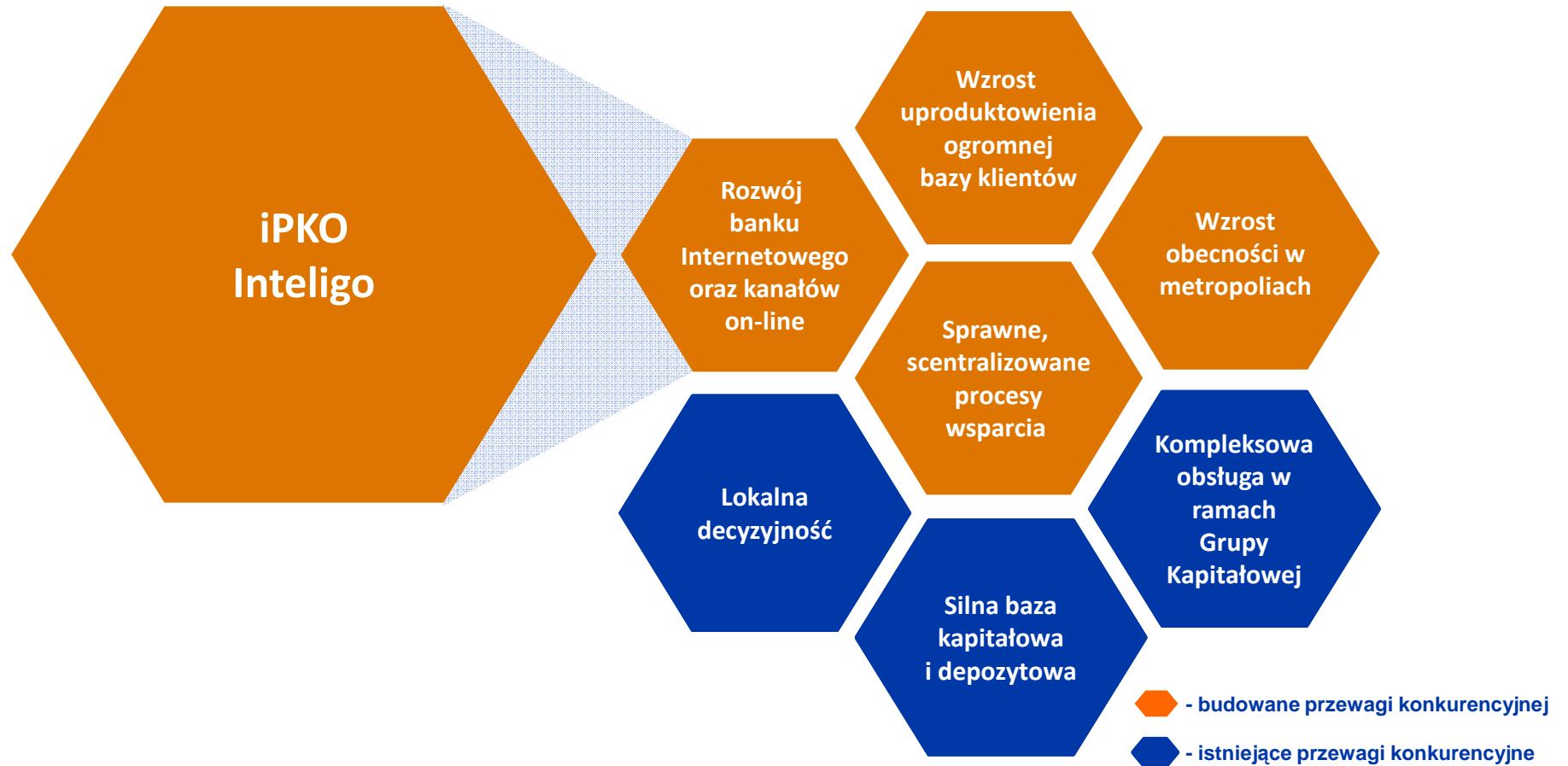
- ✓ Kompleksowa oferta Grupy dla klientów
- ✓ Spółki Grupy „fabrykami produktów” sprzedawanych w sieci Banku



PKO Bank Polski osiągnie swoje cele strategiczne dzięki istniejącym i budowanym 7 podstawowym przewagom konkurencyjnym

inteligo

Rozwój bankowości internetowej w tym rozwój Inteligo jest jednym z filarów strategii rozwoju PKO Banku Polskiego na lata 2010-2012





PKO Bank Polski w latach 2010-2012 będzie nadal umacniał swoją pozycję w internetowym kanale dostępu poprzez intensywny rozwój Inteligo i iPKO



**PKO Bank Polski, jako Bank z dostępem zdalnym dla klientów**



**STRATEGIA**

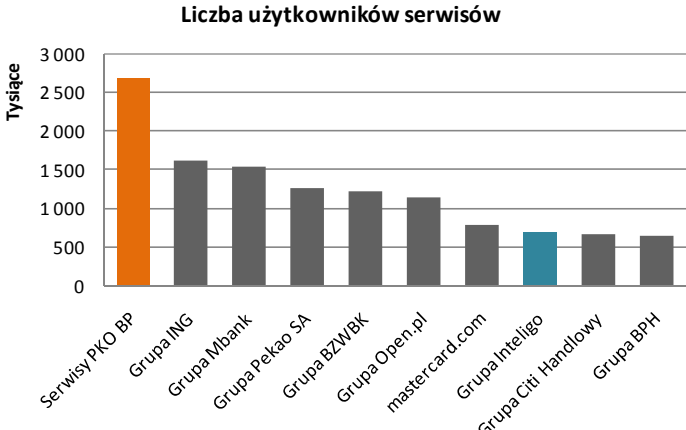
Internet jako istotny kanał dostępu do bankowości dla klientów – dalszy rozwój

**INTELIGO**

Intensywny rozwój Inteligo w 2010 roku (nowa oferta, komunikacja i marketing)

**iPKO**

Nowe oblicze iPKO w 2011



Źródło: Megapanel Gemius/PBI styczeń 2010 r.



## Inteligo Financial Services (IFS)

- Wcześniej IFS pełnił role zarówno biznesowe, dostawcy usług IT oraz outsourcingu
- Nowa rola IFS to przede wszystkim wewnętrzny outsourcer usług informatycznych i logistycznych oraz pośrednictwo w sprzedaży produktów niebankowych w kanałach elektronicznych (doładowania telefonów, ubezpieczenia etc.)
- Podstawowym zadaniem IFS pozostaje zapewnienie funkcjonowania i rozwoju platformy informatycznej na której działają Inteligo i bankowość elektroniczna PKO Banku Polskiego

IT

Outsourcing

Biznes



Operacje

## PKO Bank Polski

- Do tej pory biznes bankowości elektronicznej w PKO Banku Polskim był rozproszony pomiędzy różne departamenty
- Prowadzenie całości biznesu związanego z bankowością elektroniczną i obecnością w sieci zostało przeniesione do struktur Banku, do nowo utworzonego Pionu Bankowości Elektronicznej (PBE)
- PBE odpowiada za Inteligo oraz iPKO
- Skupienie odpowiedzialności w jednym obszarze ma na celu zapewnienie wykorzystania realizowanych projektów i w Inteligo i w iPKO

Ze względu na zmiany organizacyjne Jacek Komaracki jako odpowiedzialny za biznes odchodzi w maju ze spółki i pozostając dyrektorem zarządzającym PBE, odpowiada za rozwój Inteligo i iPKO



**PKO BANK POLSKI**



**inteligo**

**Strategia bankowości detalicznej PKO Banku Polskiego**

**Wojciech Papierak – Wiceprezes Zarządu Banku**



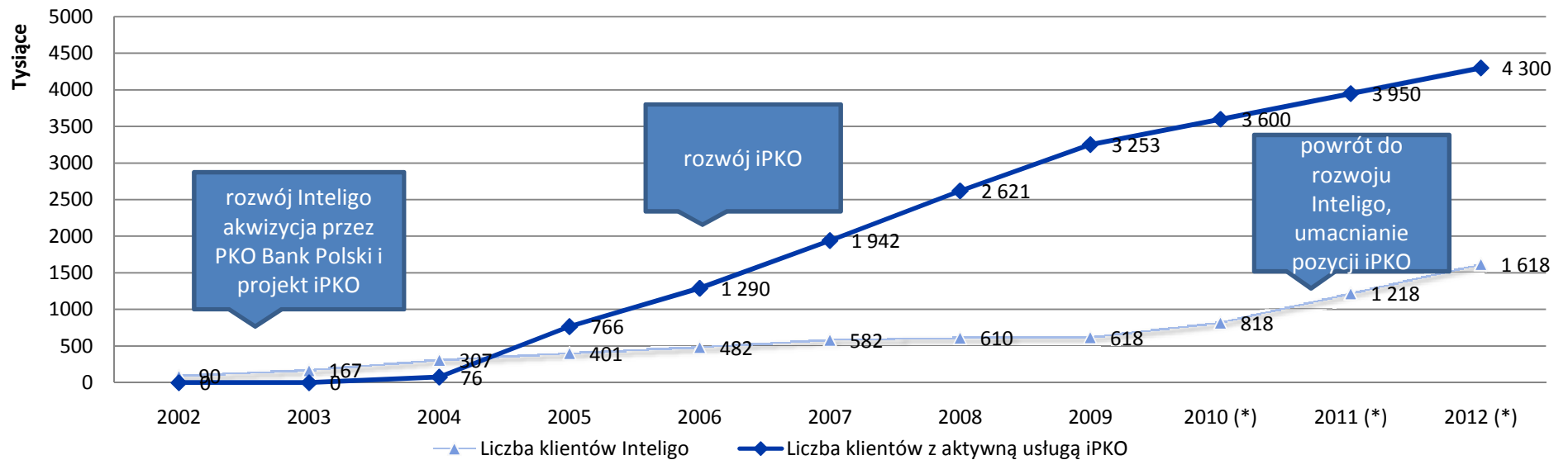
- **Utrzymanie pozycji lidera w segmencie klienta masowego, wzmocnienie w segmencie klienta zamożnego, private banking oraz małych i średnich przedsiębiorstw,**
- **Rozwój sieci oddziałów i zwiększenie roli kanałów zdalnych, w tym iPKO (dla kont stacjonarnych) i Inteligo (konta wirtualne)**
- **Koncentracja na cross – sellu.**



**Inteligo będzie dla Banku podstawowym narzędziem akwizycji nowych klientów, pozyskiwania depozytów i cross-sellu produktów kredytowych**



## Istotność iPKO oraz Inteligo z punktu widzenia strategii bankowości detalicznej pokazuje m.in. stale rosnąca liczba i aktywność rachunków



- Nieprzerwany dynamiczny rozwój liczby i aktywności rachunków iPKO od 2004
- Po intensywnym wzroście na początku działalności Inteligo, brak aktywności w zakresie dalszego rozwoju oraz komunikacji na rynku w ostatnich latach wpłynął na wyhamowanie dynamiki przyrostu nowych rachunków



- Reaktywacja Inteligo to działania mające na celu m.in. przywrócenie dynamiki wzrostu oraz dalszy rozwój oferty



- Decyzja o inwestycji w markę Inteligo wynika ze strategicznego podejścia utrzymywania odrębnej marki dla bankowości internetowej i oferty pozycjonowanej dla innego segmentu klientów niż obsługiwany przez PKO Bank Polski w ramach oferty bankowości stacjonarnej
- Równocześnie Bank pracuje nad poprawą swojej podstawowej oferty – Superkonta oraz usługi iPKO dla klientów detalicznych



- Z perspektywy percepcji rynku oferty mogą ze sobą konkurować, przynajmniej w odniesieniu do jego części



# inteligo

Oddzielna marka dedykowana do potrzeb grupy najbardziej aktywnych użytkowników Internetu

## Cele dla Inteligo to...

- Aktywne pozyskiwanie nowych klientów
- Inteligo jako lider bankowości internetowej pod względem udostępnianych funkcjonalności
- Inkubator zmian dla PKO Banku Polskiego

# iPKO

Usługa bankowości elektronicznej dla klientów PKO Banku Polskiego

## Cele dla iPKO to ...

- Dalszy wzrost liczby obsługiwanych klientów oraz obniżanie kosztów obsługi poprzez przeniesienie transakcji z oddziałów do kanałów elektronicznych
- Zmiany funkcjonalne serwisów dostosowujące funkcjonalności do potrzeb poszczególnych segmentów
- Możliwe wdrożenie rachunku internetowego

- Cross-sell produktów depozytowych i kredytowych jako jedna z kluczowych inicjatyw strategicznych realizowanych przez PKO Bank Polski



**PKO BANK POLSKI**



**inteligo**

**Inteligo w PKO Banku Polskim**  
**Jacek Komaracki – Dyrektor Zarządzający kierujący**  
**Pionem Bankowości Elektronicznej**



**Inteligo** - Klienci nas cenią. Za prostotę, niezawodność, zróżnicowaną ofertę i możliwość indywidualizowania grafiki serwisu.

*Prosty, przyjazny interface (26 – 35 lat, Warszawa)*

*Inteligo ma po prostu dłuższy staż niż konkurencja. Większa solidność. Większe bezpieczeństwo ( 26 – 35 lat, Warszawa)*

Millward Brown SMG/KRC 2009 r.

**Inteligo** - Klienci wymagają od nas natychmiastowych zmian w obszarze:

*cen*

*oferty kredytowej i karty*

*nowości w ofercie*

*komunikacji*

*Opłaty za prowadzenie konta zbyt wysokie (26 – 35 lat, Warszawa)*

*Nie nadążą za tym, co jest nowe (konkurencja, 26 – 35 lat, Warszawa)*

Millward Brown SMG/KRC 2009 r.



## Jedna platforma dla PKO Banku Polskiego

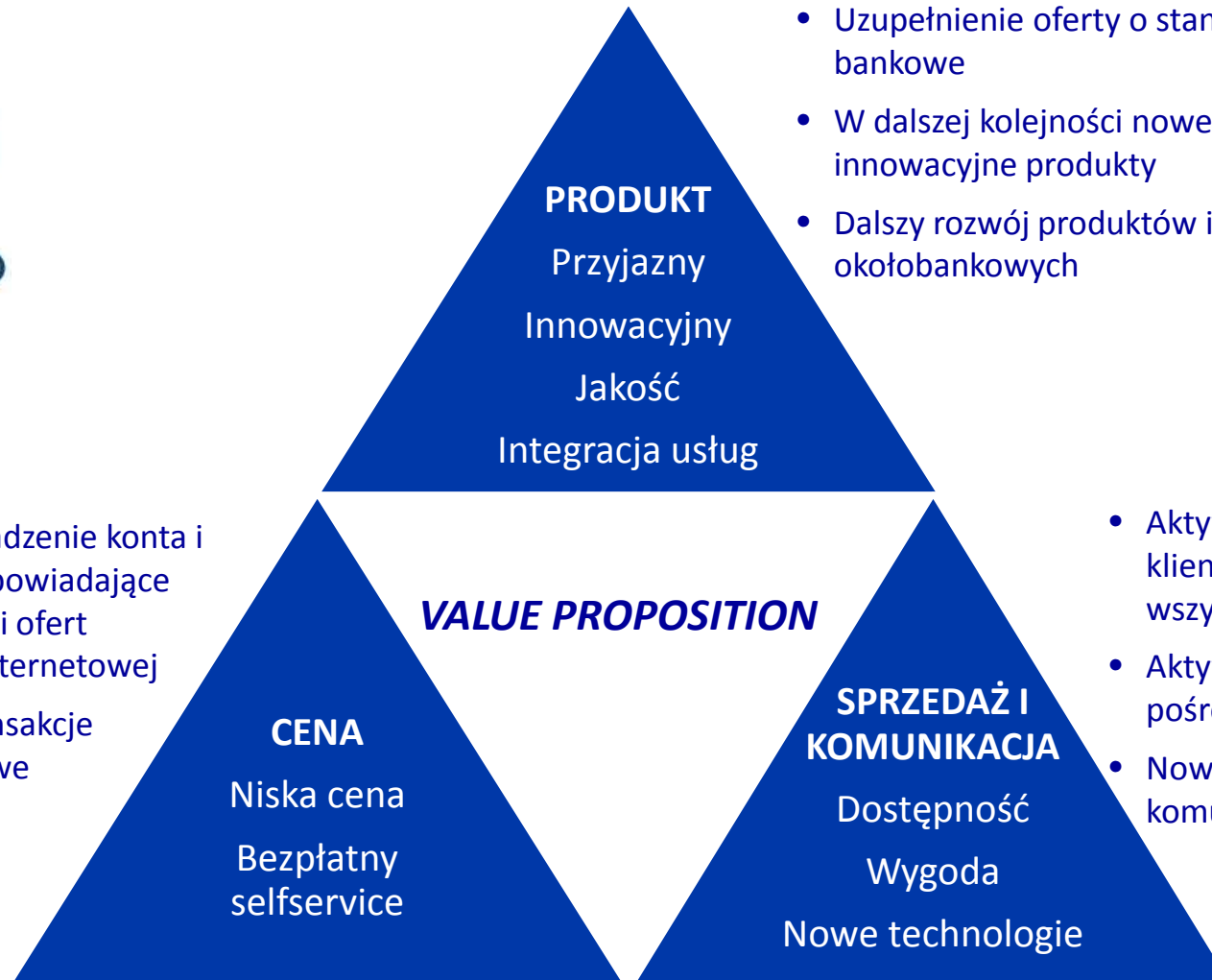


IFS dostarcza jednolite rozwiązanie dla bankowości elektronicznej PKO Banku Polskiego (Inteligo i iPKO). Jednolite aplikacje, duża wrażliwość w zakresie szczegółów funkcjonalnych.

**Inteligo** – inkubator innowacji dla PKO Banku Polskiego.

Źródło nowych rozwiązań, obszar testowy, inicjator rozwoju. Klienci Inteligo zyskują jako pierwsi nowe rozwiązania produktowe i technologiczne.

Sprawdzone i pożądane przez Klientów rozwiązania będą implementowane na większą skalę w PKO Banku Polskim.



- Uzupełnienie oferty o standardowe produkty bankowe
- W dalszej kolejności nowe, zawsze innowacyjne produkty
- Dalszy rozwój produktów i usług okołobankowych

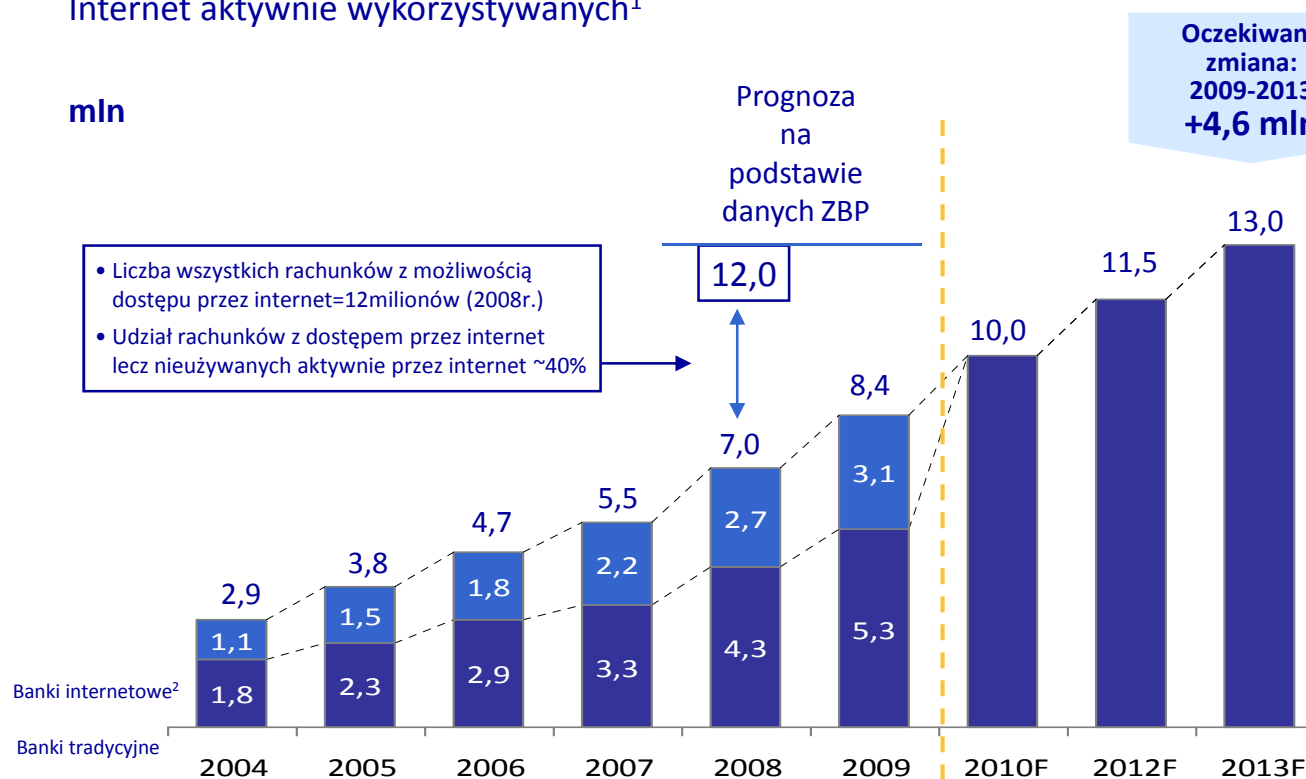
- Ceny za prowadzenie konta i transakcje odpowiadające benchmarkowi ofert bankowości internetowej
- Bezpłatne transakcje samoobsługowe

- Aktywna komunikacja do klientów, przede wszystkim w internecie
- Aktywna współpraca z pośrednikami
- Nowe narzędzia komunikacji i sprzedaży

## Lata 2010 – 2012 będą kluczowe dla budowy bazy klientów banków internetowych

Liczba rachunków z dostępem przez Internet aktywnie wykorzystywanych<sup>1</sup>

mln



- Liczba wszystkich rachunków z możliwością dostępu przez internet=12milionów (2008r.)
- Udział rachunków z dostępem przez internet lecz nieużywanych aktywnie przez internet ~40%

- Liczba klientów korzystających z kanału internetowego będzie szybko rosnąć
- Inteligo chce zagospodarować znaczącą część nowej bazy klientów bankowości internetowej

Liczba klientów korzystających z kanału internetowego będzie szybko rosnąć

(1) Rachunki na które klient loguje się co najmniej jeden raz w miesiącu

(2) Inteligo, mBank oraz ING direct

Źródło: Związek Banków Polskich, banki, Intelace Research



## 11-go maja wprowadzamy zmiany w ofercie kont Inteligo:

**1. Obniżyliśmy cenę oferty.** Wystarczy 100 zł na koncie oraz transakcje kartą za 100 zł w miesiącu, by rachunek i karta były darmowe.

**2. Przelewy zagraniczne** - z kont prywatnych i firmowych Klienci mogą wysyłać pieniądze na cały świat, w dowolnej walucie

O zmianach poinformowaliśmy naszych Klientów w serwisie [www.Inteligo.pl](http://www.Inteligo.pl) oraz mailingiem

Dalszy rozwój  
Inteligo

To początek zmian. Do końca 2010 r.  
uruchomimy **nowe Inteligo**

