Bank Polski

PKO Bank Przyszłości

Strategia 2020-2022

Szymon Wałach
Dyrektor Pionu Strategii i Transformacji Cyfrowej

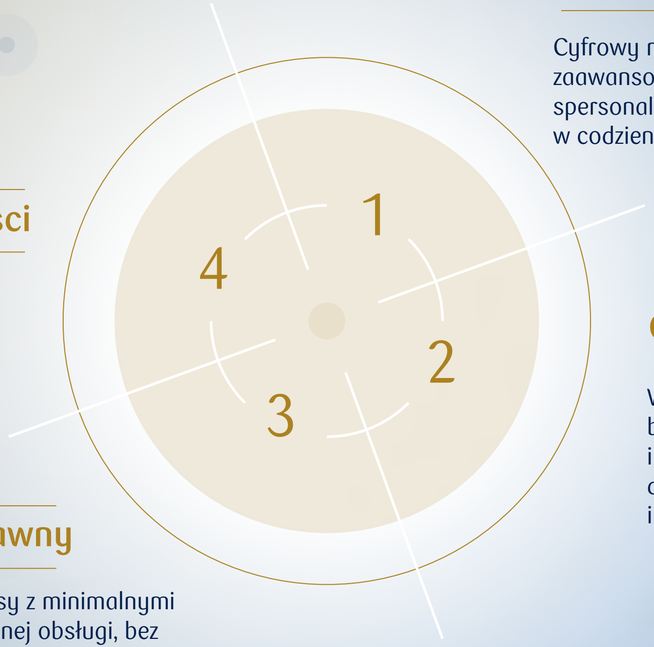
Aleksandra Sroka Krzyżak
Dyrektor Departamentu Strategii

Warszawa, 18 listopada 2019 r.

Strategia PKO Banku Polskiego: PKO Bank Przyszłości oparty na czterech filarach

Kształtujący kompetencje przyszłości

Zmotywowany i zaangażowany Zespół z kompetencjami dopasowanymi do nowych wyzwań biznesowych, pracujący zwinnie, w najnowszych technologach.



Dostępny, mobilny, osobisty

Cyfrowy model bankowania wykorzystujący zaawansowaną analitykę, aby zapewnić spersonalizowane doświadczenie w codziennym życiu Klientów.

Otwarty, innowacyjny

Wykorzystanie możliwości otwartej bankowości, partnerstw strategicznych i rozwiązań chmurowych do zaproponowania Klientom innowacyjnych rozwiązań.

Cyfrowy i sprawny

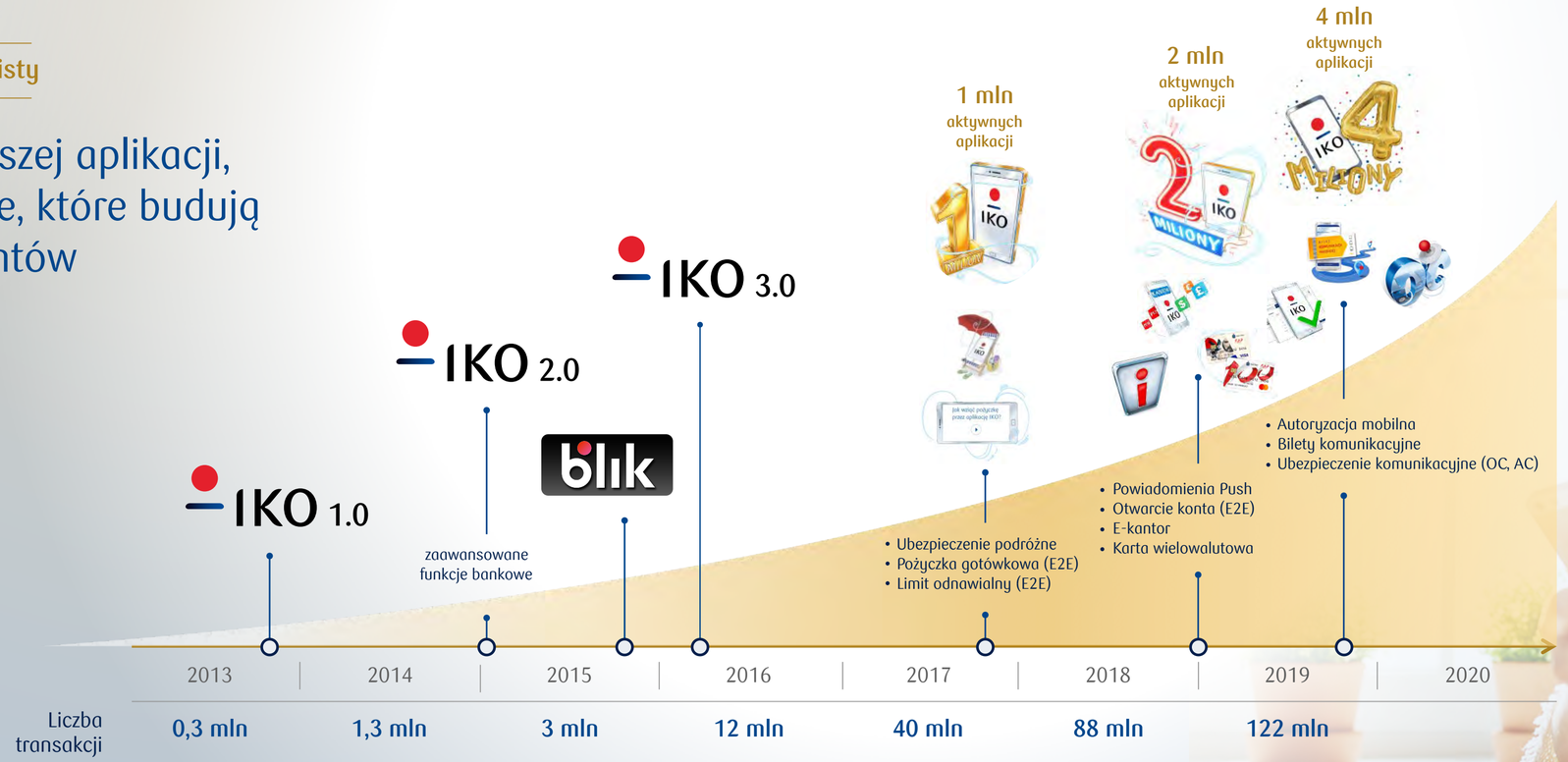
Zdigitalizowane procesy z minimalnymi wymaganiami manualnej obsługi, bez papieru, bez podpisu, szybki i bezpieczny Bank w chmurze.

„PKO Bank Przyszłości”

Bank Polski

1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

W miarę rozwoju naszej aplikacji, dodawaliśmy funkcje, które budują zaangażowanie Klientów

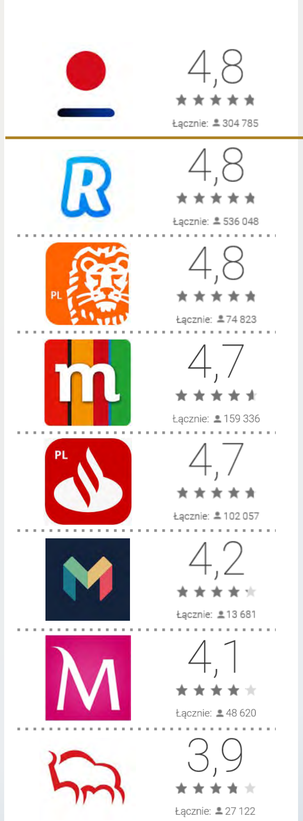


Bank Polski

1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

Naszym priorytetem są potrzeby Klientów. Najlepszą bankową aplikację mobilną na świecie stworzyliśmy dzięki zaawansowanym narzędziom analitycznym do poprawy doświadczenia Klienta

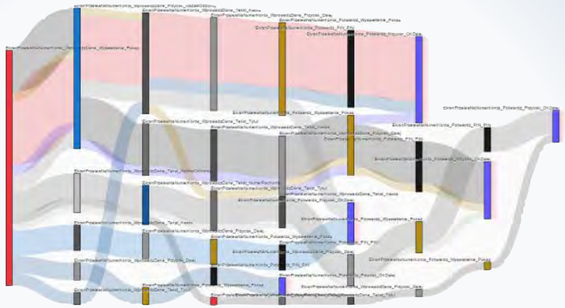
Bank Polski



Najważniejsza jest dla nas wysoka ocena Klientów...

ANDROID APP ON Google Play

Osiągamy ją dzięki analizie zachowań Klientów z wykorzystaniem zaawansowanej analityki dużych zbiorów danych (big data) i projektowaniu w oparciu o nią usług



BEHEX
autorskie rozwiązanie PKO Banku Polskiego nagrodzone SAP Innovation Award 2017

SAP HANA® Innovation Award 2017

Mamy solidną bazę aktywnych i transakcyjnych Klientów, chętnie korzystających z kanałów zdalnych

Wzrost liczby Klientów
#1
na rynku

Liczba aplikacji IKO
4,2 mln
25%
Udział w rynku

Baza Klientów
~11 mln

181 mln
Transakcji mobilnych w 2019 r.

6x/sek
Średnia liczba transakcji w IKO

7,4 mln
Interakcji co 24h

49%
Użytkowników IKO korzystających z BLIKA

Co 0,5 sek.
Płatność w internecie

>50 mln
Pay By Link w 2019 r.

Bank Polski

Źródło: prnews.pl, PKO BP, szacunki na koniec 2019 r.

1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

Nasi Klienci mogą już dzisiaj zrealizować większość potrzeb korzystając z procesów cyfrowych

Procesów sprzedażowych dostępnych w kanałach zdalnych

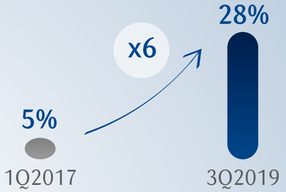
>90%

Procesów obsługowych dostępnych w kanałach zdalnych

>65%

Digitalizacja procesów

Udział sprzedaży kredytu gotówkowego w kanałach zdalnych



Udział sprzedaży lokat w kanałach zdalnych

Udział sprzedaży inwestycji w kanałach zdalnych

Bank Polski

*liczba operacji dla procesów sprzedażowych/obsługowych dostępnych cyfrowo/ całość operacji sprzedaży/ obsługowych wykonywanych przez Klientów we wszystkich kanałach

1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

Teraz czas na IKO 5.0! Naszą ambicją jest udostępnienie Klientom wszystkich usług, których potrzebują w jednej aplikacji

Selfservice

Dalsza digitalizacja procesów sprzedażowych i posprzedażowych i zwiększanie ich dostępności w IKO

Widok 360

Wykorzystanie szans PSD2
Zarządzanie finansami z jednego miejsca
Funkcjonalności ułatwiające zarządzanie budżetem

Ekosystem

Rozwój ekosystemu o pozafinansowe potrzeby klienta
Bilety i parkingi
Platforma ubezpieczeń
Inne ekosystemy (np. Platforma samochodowa)

5 mln IKO

1 mld transakcji

Talk2IKO — Chat

Autoryzacja — Wyszukiwarka kontekstowa

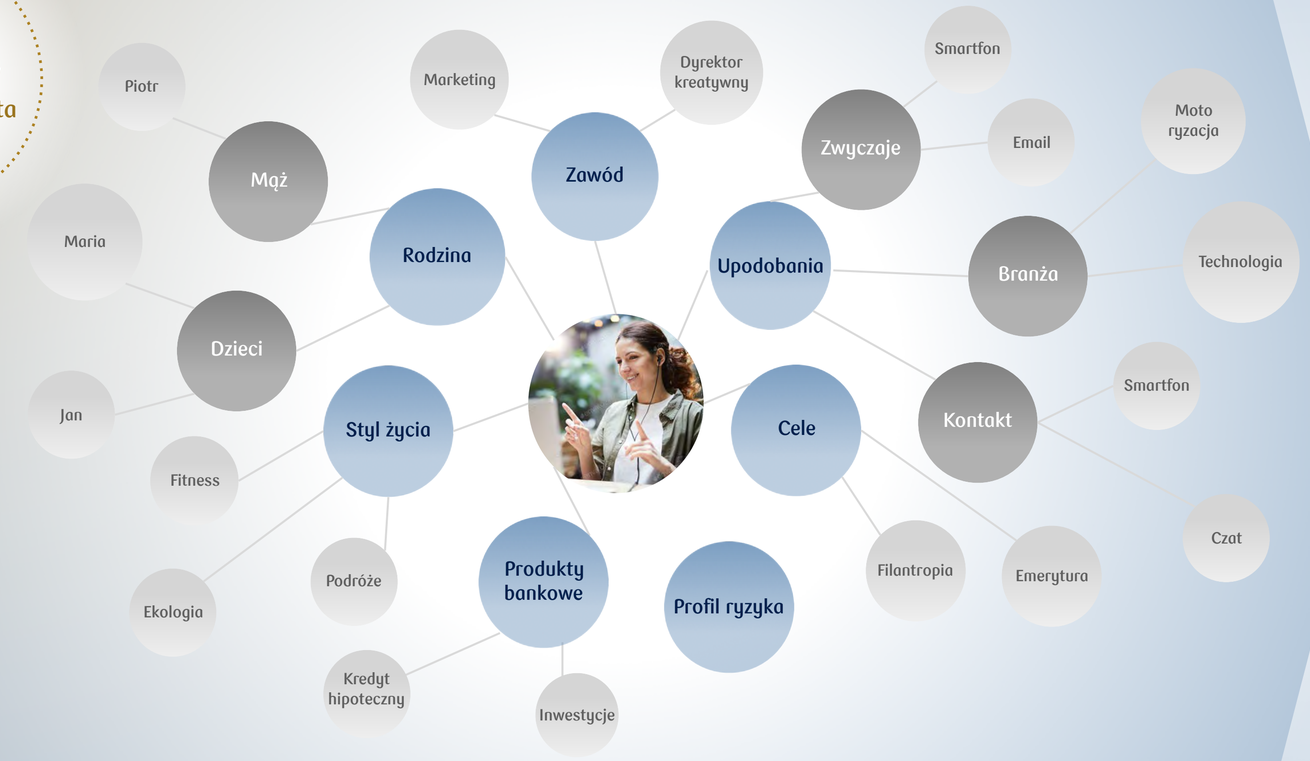
Bank Polski

1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

Dzięki zwiększonej liczbie interakcji i rozwijanym kompetencjom analitycznym, będziemy mogli wzmacniać główną relację z Klientami

11 tys. parametrów opisujących klienta miesięcznie

8 PB danych



240 mln ofert wygenerowanych do końca 3Q'19

>60% Udział CRM w sprzedaży kluczowych produktów

Bank Polski

1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

Zrozumieć ich i zapewnić spersonalizowane doświadczenie

Silnik analityczny „real time”

Dopasowana oferta produktów

Indywidualne cechy Klienta

Spersonalizowany komunikat

Preferowany kanał kontaktu

Bank Polski

1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

Oddziały w nowej roli jako centra doradztwa i edukacji cyfrowej

Edukacja klientów w zakresie obsługi **w kanałach zdalnych**

Udział oddziałów w aktywacji IKO

Już dziś 52%

Zorientowanie na **satysfakcję klienta**

Nowoczesne technologie i narzędzia, oddział bez papieru, digitalizacja podpisu

Już dziś 50%

transakcji w oddziale autoryzowane zdalnie

Pracownik przeznacza więcej czasu na **doradztwo**

Bank Polski

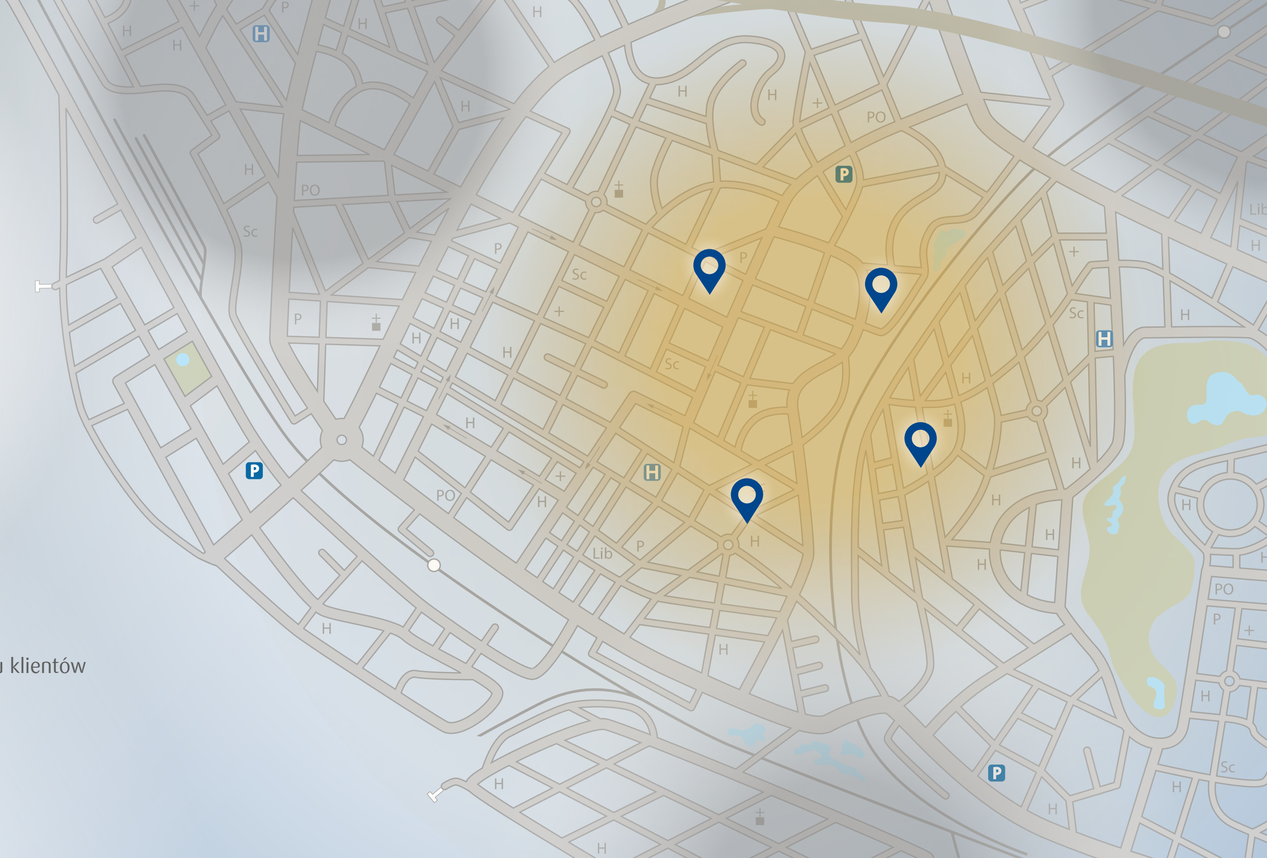
1 Dostępny, Mobilny, Osobisty

W lokalizacjach dopasowanych do zmieniających się nawyków Klientów i naturalnej migracji

Optymalizacja **zasięgu** terytorialnego sieci placówek

Optymalizacja **formatu** – dopasowanie do potrzeb Klientów

Poprawa **lokalizacji** placówek w ramach mikrorynków



Oddział w lokalizacji z dużym natężeniem ruchu klientów

Obszary o dużym natężeniu ruchu klientów

Obszary o małym natężeniu ruchu klientów

Bank Polski