

Dążymy do tego, by stawać się bankiem jeszcze bardziej cyfrowym

**Z Tomaszem Dąbrowskim członkiem zarządu Banku
Pocztowego, rozmawia Marcin Prynda**

Dążymy do tego, by stawać się bankiem jeszcze bardziej cyfrowym



Dążymy do tego, by stawać się bankiem jeszcze bardziej cyfrowym

Tomasz Dąbrowski, członek zarządu Banku Pocztowego fot. mat. prasowe

Jak wygląda teraz kondycja sektora bankowego i samego Banku Pocztowego?

Pandemia COVID-19 sprawiła, że przez ostatnie miesiące mamy do czynienia z pogarszającą się sytuacją makroekonomiczną. W I półroczu 2020 roku cały sektor bankowy, podobnie jak Bank Pocztowy, zanotował niższe niż planowane wyniki. Obniżenie stóp procentowych oraz istotne osłabienie aktywności gospodarczej większości przedsiębiorstw i gospodarstw domowych sprawiły, że byliśmy zmuszeni zrewidować nasze pierwotne założenia dotyczące planu finansowego. Podjęliśmy szereg działań mających na celu złagodzenie wpływu pandemii na działalność Banku, dobrze poradziliśmy sobie z przejściem na zdalny tryb pracy, skoncentrowaliśmy się na projektach wspierających zdalne kanały dostępu do usług i płatności mobilnych. Wyniki I półrocza były pod istotnym wpływem złożonej i w dalszym ciągu niepewnej co do kierunku rozwoju sytuacji epidemicznej, a co za tym idzie także rynkowej. Według stanu wiedzy na chwilę obecną możemy założyć, że II półrocze będzie również trudne dla całego sektora.

Co Bankowi Pocztowemu daje strategiczny sojusz z Poczta Polską? Jak wpływa on na pozycję Banku na rynku bankowości detalicznej?

W wielu krajach banki pocztowe są w czołówce sektora np. we Francji, Japonii, czy Szwajcarii. Dla nas także współpraca z Poczta Polską to główny element naszej strategii rozwoju. Z roku na rok coraz wyraźniej widać, jak istotne korzyści obu instytucjom przynosi zacieśnienie współpracy, chociażby dzięki dostępności naszych usług poprzez sieć 4700 placówek pocztowych. Żaden z banków krajowych nie może pochwalić się taką siecią. Realizujemy coraz więcej wspólnych projektów, jak chociażby wdrożony niedawno Mobilny

Dążymy do tego, by stawać się bankiem jeszcze bardziej cyfrowym

Bankowiec – aplikacja Banku na tabletach listonoszy pozwalająca im na wygodne pozyskiwanie klientów. Nieustannie szukamy nowych płaszczyzn, na których moglibyśmy oferować usługi finansowe i bankowe w ramach Grupy Poczty Polskiej. To szczególnie istotne w kontekście zamykania przez banki komercyjne kolejnych placówek – współpraca z Poczta Polska, która jako operator narodowy ma obowiązek utrzymania odpowiedniej sieci placówek, ma dla nas ogromne znaczenie. To szansa na zbudowanie przewagi konkurencyjnej i stabilny rozwój Banku Pocztowego w przyszłości, poprzez dotarcie z ofertą usług finansowych do szerszego grona Klientów, w tym tych wykluczonych cyfrowo, którzy nie mają dostępu do bankowości elektronicznej, choć oczywiście także bardzo mocno stawiamy na ten kanał. Także tutaj również kierunek rozwoju Poczty i Banku jest zbieżny.

Jak rozwija się cyfrowa marka Banku Pocztowego - EnveloBank? Które produkty Envelo cieszą się szczególnym zainteresowaniem klientów?

Platforma EnveloBank została udostępniona wszystkim Klientom indywidualnym i ma docelowo stać się rozbudowanym e-marketem usług finansowych i pocztowych. Cały czas pracujemy nad tym, by umożliwić naszym Klientom realizację wybranych procesów, jak chociażby zakładanie konta, właśnie za pośrednictwem tego kanału. W ostatnim czasie udostępniliśmy ofertę Kredyt On-line, czyli całkowicie zdalny proces pozyskania finansowania przez Klientów. Dążymy do tego, by stawać się bankiem jeszcze bardziej cyfrowym – w ciągu minionych kilkunastu miesięcy wdrożyliśmy szerokie spektrum płatności mobilnych, udostępniliśmy autoryzację za pomocą FaceID, a także wdrożyliśmy funkcjonalność Autopay umożliwiającą automatyczne pobieranie opłat za autostrady właśnie dzięki funkcjonalności w ramach naszej bankowości. Wkrótce dołączymy do grona banków oferujących płatności mobilne BLIK, zmianę w sposobie autoryzacji transakcji 3D Secure, zwiększającą bezpieczeństwo płatności kartami w Internecie oraz wdrożymy

Dążymy do tego, by stawać się bankiem jeszcze bardziej cyfrowym

wideoweryfikację Klienta. Oczywiście jednocześnie cały czas bardzo dbamy się o bezpieczeństwo transakcji coraz częściej dokonywanych w cyberprzestrzeni.

Które grupy klientów Banku mogą skorzystać ze specjalnie dla nich przygotowanej oferty produktowej?

dytów inwestycyjnych i obrotowych dla rolników. Ze specjalnie przygotowanego wachlarza produktów mogą skorzystać przedstawiciele strefy budżetowej: m.in. policjanci, żołnierze, pracownicy Poczty Polskiej, nauczyciele, lekarze i pielęgniarki czy osoby zatrudnione w publicznych urzędach. Nasza oferta kredytowa skierowana m.in. do tych grup zawodowych, często ze sfery budżetowej, dostępna jest na atrakcyjnych warunkach.

Jak Bank Pocztowy przygotował się do drugiej fali pandemii koronawirusa?

Monitorujemy sytuację epidemiczną w kraju – specjalnie powołany na początku roku w Banku zespół dostosowuje nasze działania oraz model funkcjonowania placówek do najnowszych zaleceń i wytycznych Ministerstwa Zdrowia i służb sanitarnych, mających przeciwdziałać rozprzestrzenianiu się koronawirusa. Dodatkowo, cały czas upraszczamy i digitalizujemy procedury, zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne, dotyczące Klientów, tak, by w przypadku ponownego lockdownu jeszcze sprawniej poradzić sobie jako organizacja i instytucja zaufania publicznego. Nieustannie staramy się także promować zdalne kanały komunikacji, by w trosce o wspólne bezpieczeństwo unikać niepotrzebnych bezpośrednich interakcji. Warto też podkreślić, że w konsekwencji zmian w otoczeniu makroekonomicznym i rynkowym spowodowanych ekonomicznymi skutkami pandemii, a także nastrojami przed przewidywaną drugą falą zachorowań, zdecydowaliśmy się na aktualizację Strategii i modelu biznesowego. Zakończenie prac przewidziane jest w IV kwartale 2020 r. Epidemia powoduje konieczność zmiany sposobu myślenia w skali makro.

Dążymy do tego, by stawać się bankiem jeszcze bardziej cyfrowym

Świat w sposób naturalny będzie dążył do powrotu do stanu równowagi, ale nowe doświadczenia i zwyczaje – mam tu na przykład na myśli przejście na pracę zdalną – pozostaną z nami prawdopodobnie na dłużej niż okres epidemii, który kiedyś będzie historią. Każdy kryzys rodzi nowe wyzwania i też kiedyś się kończy. Na razie reagujemy adekwatnie do rozwoju sytuacji.