



ZMENA K LEPŠIEMU

HISTÓRIA

Značka mBank prišla na svet v roku 2000 spolu s konceptom digitálneho retailového bankovníctva. Dnes poskytuje služby viac ako piatim miliónom klientov v troch krajinách strednej Európy – na Slovensku, v Českej republike a v krajine svojho pôvodu, v Poľsku. Na svojom domovskom trhu je štvrtou najväčšou bankou a má najznámejší brand vo svojom odvetví. mBank je súčasťou silnej skupiny Commerzbank. Na Slovensko a do Česka prišla mBank v novembri 2007 a zmenila trh tým, že ponúkla produkty

a služby s podmienkami, o ktorých tradičné banky dovtedy tvrdili, že nie sú možné. Odštartovala tak revolučnú zmenu, ktorej výsledkom je to, že doteraz sa na Slovensku a v Českej republike pre niektorú z nových bánk, ktoré pôsobia hlavne vo svete internetu, rozhodli takmer tri milióny klientov. Pre slovenskú mBank sa do konca roka 2016 rozhodlo viac ako 265 000 klientov.

HODNOTA ZNAČKY

„m“ v názve mBank znamená „mobilná“, pretože banka sa sústreďuje predovšetkým na digitálne kanály. Napríklad bežný účet si klient môže založiť bez toho, aby musel chodiť na pobočku. mKonto a mKonto Biznis patria medzi najzaujímavejšie produkty na slovenskom bankovom trhu. mKonto získalo viacnásobné prvenstvo v súťaži Zlatá minca a mKonto Biznis bolo v tejto súťaži ocenené tretím miestom. Podľa prieskumov má mBank najvyššie zastúpenie klientov so stredoškolským a vysokoškolským vzdelaním, ktorí spolu tvoria približne 70 % zákazníkov. mBank je banka pre aktívnych ľudí, ktorí hľadajú najvyššiu hodnotu za svoje peniaze a aj v oblasti financií je pre nich príznačná samostatnosť.



INOVÁCIE

mBank ako skupina je z pohľadu digitálneho bankovníctva na špičke vývoja. V tomto smere poráža aj najslávnejšie bankové inštitúcie sveta. Je to preto, že mBank presne vie, čo ktorému klientovi ponúknuť. Keď banka zisťovala, čo jej zákazníci chcú, tak sami potvrdili, že hľadajú „value for money“. mBank prišla na trh pred ôsmimi rokmi ako prvá v segmente nízkonákladových finančných služieb. Aktuálne ponúka už druhú generáciu mobilného bankovníctva. Filozofiou banky je venovať čo najvyššiu pozornosť požiadavkám klientov, aby vedela, čo potrebujú. Preto ponuka mBank zodpovedá presne ich potrebám. Je rýchlejšia, intuitívnejšia a pre každého. Banky vo všeobecnosti nedokázali reagovať na meniace sa správanie svojich klientov, ktorí trávajú s mobilom neporovnateľne viac času než napríklad s notebookom. Ľudia majú v telefóne všetko, len nie plnohodnotný účet. mBank sa rozhodla toto zmeniť. Výsledkom je, že tretina klientov vstupuje do mBank predovšetkým prostredníctvom svojho smartfónu. Banka sa tak prispôbuje zmene životného štýlu a uvažovania zákazníkov.

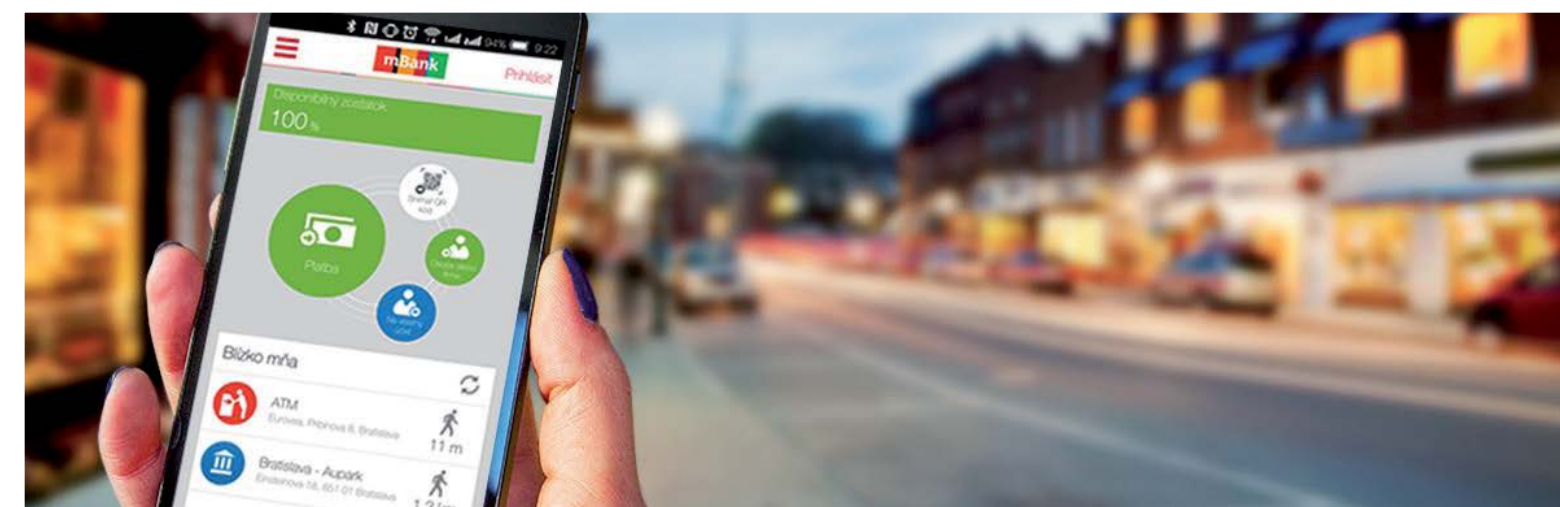
KOMUNIKÁCIA A ÚSPECHY

Vďaka unikátnosti ponuky pri vstupe na trh sa banka dobre etablovala prakticky bez výraznej komunikačnej podpory a investícií do klasických médií. Trh sa však zmenil a mBank začala v roku 2014 masívne investovať do komunikácie tak, aby si zachovala pozíciu na trhu a zvýšila povedomie o značke. Tento krok bol spojený s rebrandingom značky a uvedením nového loga spolu s novým komunikačným štýlom zameraným na on-line prostredie a sociálne médiá.

Prvá výraznejšia kampaň bola zameraná na predstavenie nového internetového bankovníctva a mala skôr imidžový charakter. Všeobecne sa dá povedať, že mBank sa primárne sústreďuje na komunikáciu jedinečnej produktovej ponuky s akcentom na reálne benefity, ktoré banku odlišujú od konkurencie, či už ide o pravidelné sporenie malých súm mSporenie, alebo pôžičku na skúšku s úrokovou sadzbou 0 %. V súčasnosti mBank pracuje s novým komunikačným konceptom, ktorý využíva kontrast medzi zlým a dobrým produktom, službou či prístupom banky, a tak naplnia svoj claim „Zmena k lepšiemu“.

ÚSPECHY

Inovatívny prístup k bankovníctvu priniesol značke ovocie v podobe rôznych ocenení. Jedno z najvýznamnejších získala mBank v roku 2013, keď si odniesla 1. miesto za „Najvýraznejšiu inováciu“ (The Most Disruptive Innovation) za nové internetové bankovníctvo a titul pre najlepšiu online a mobilnú banku v súťaži EFMA & Accenture Banking Innovation Award. mBank získala prvenstvo v kategórii „Digitálna a mobilná kvalita“ (Digital and Mobile Excellence).



Túto novú interaktívnu transakčnú platformu majú klienti mBank k dispozícii od začiatku roka 2014. Celá skupina mBank túto prelomovú novinku využíva od októbra 2015, keď sa stala univerzálnou platformou pre retailových klientov. V roku 2014 bodovala značka tiež v súťaži Hypotéka roka, kde získala 1. miesto v kategórii „Hypotéka roka“ a 1. miesto v kategórii „Refinančná hypotéka roka“. mBank bola veľmi úspešná aj pri oceneniach Zlatá minca, kde získala 1. miesto za bežný účet mKonto, 1. miesto za sporiaci produkt mSporenie a tiež 2. miesto za kreditnú kartu mKreditka, 2. miesto za VISA kartu ku mKontu alebo 3. miesto za podnikateľský účet mKonto Biznis. V roku 2015 mBank opäť zabodovala v EFMA & Accenture Banking Innovation Award 2015, keď si odniesla 1. miesto v kategórii „Digitálny marketing“ za svoju platformu pre dynamické CRM v reálnom čase, vďaka ktorému reaguje na potreby svojich klientov takmer okamžite. V tomto roku tiež získala 3. miesto v kategórii

„Refinančná hypotéka roka“ v rebričku Fincentrum & TREND Hypotéka roka. Rok 2016 bol pre mBank úspešný najmä kvôli zisku ocenenia Slovak Superbrands.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

mBank zameriava svoje úsilie na dosiahnutie maximálne výhodných podmienok pre klientov a šetrný prístup k ich zdrojom. CSR netvorí na úrovni „vrátenia časti ziskov“, teda bežnej filantropie. Vkladá spoločenskú zodpovednosť do pomyselných DNA produktov a delí sa o materiálny prospech z bankových služieb so všetkými svojimi klientmi, ktorí produkty a služby mBank využívajú, a ušetrené náklady, v priemere až 85 %, môžu investovať podľa svojho uváženia. Nechýbajú však ani interné aktivity ako napríklad benefičná mDražba, kde zamestnanci banky každoročne vyberajú oblasť a inštitúciu, ktorej vyzbierané prostriedky pomôžu.



ROBERT CHRIŠTOF

GENERÁLNY RIADITEĽ MBANK NA SLOVENSKU

„mBank pre mňa nie je len logo, názov banky, alebo zamestnávateľ. mBank je výnimočná a v mnohých ohľadoch neopísateľná skúsenosť, ktorá od prvého dňa na trhu vzbudzuje emócie a postupne mení bankové prostredie. V tomto roku s našimi klientmi oslavujeme 10. výročie pôsobenia na slovenskom trhu, a preto prinášame ďalšie inovatívne produkty ako napríklad online investičné fondy či jednoduchšia konsolidácia pôžičiek.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 1. – PRVÁ INTERNETOVÁ BANKA, KTORÁ SVOJIM PRÍCHODOM ZMENILA BANKOVÉ SLUŽBY NA SLOVENSKU A ZÁKAZNÍKOM PRINIESLA VÝHODNEJŠIU ALTERNATÍVU.
- 0 % – NULOVÝ ÚROK MÁ PRVÁ PÔŽIČKA OD MBANK.
- 43 EUR – OBVYKLÁ ROČNÁ ÚSPORA PRI POUŽÍVANÍ BEŽNÉHO ÚČTU MKONTOM OPROTI PRIEMERU NA SLOVENSKOM BANKOVOM TRHU.
- 270 000 – AKTUÁLNY POČET KLIENTOV NA SLOVENSKU.

