

era

Klientské orientace v Poštovní spořitelně

Dr. Martin Kovář, Ombudsman



Proč orientace na klienta

- Nutnost přežít klientskou revoluci
 - Klient chce vztah a ne produkt
 - Informační Boom
 - Nové technologie
 - Větší výběr komunikace s bankou
- Informační revoluce – zprávy o bance a jejích službách (pozitivní, ale zejména negativní) se šíří rychlostí světla – sociální sítě, SMS, srovnávače, (micro)blogy
- Získání konkurenční výhody – těžko kopírovatelné
- Zvýšit věrnost klienta
- Zvýšit výnos z klienta



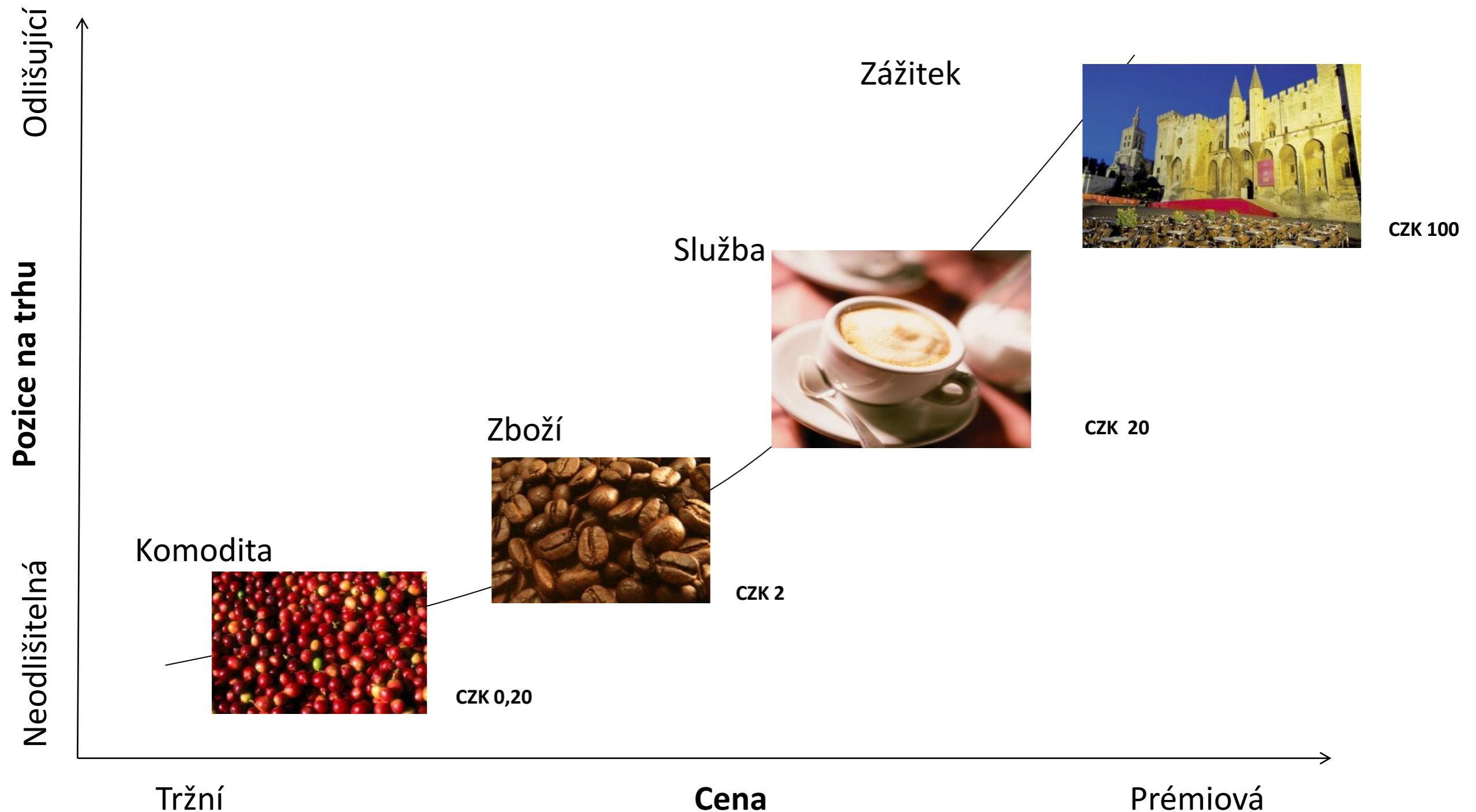
Okamžiky pravdy

V rámci projektu Externí klient byla velká pozornost věnována okamžikům interakce s klientem – z identifikovaných více než 70 okamžiků bylo vybráno 10 Momentů pravdy, v nichž dochází k nejvýznamnějšímu ovlivnění prožitku klienta (např. vytváří se vztah klienta k bance) a současně je současná míra naplnění klientských očekávání nízká

1. První návštěva FC/mobilního stánku
2. První přihlášení do IB, nastavení účtu a zřízení TPÚ
3. Volání na KC z titulu podání, reklamace/stížnosti
4. Volání na KC z titulu blokace karty
5. Vstup na web PSB za účelem získání informace a sjednání
6. Otevření obálky s kartou a dokumentací
7. První volání na KC
8. Otevření emailu s odpovědí na podanou reklamaci
9. Volání na KC – zřízení KK/KtK pro klienty
10. Návštěva pobočky z titulu oznámení úmrtí

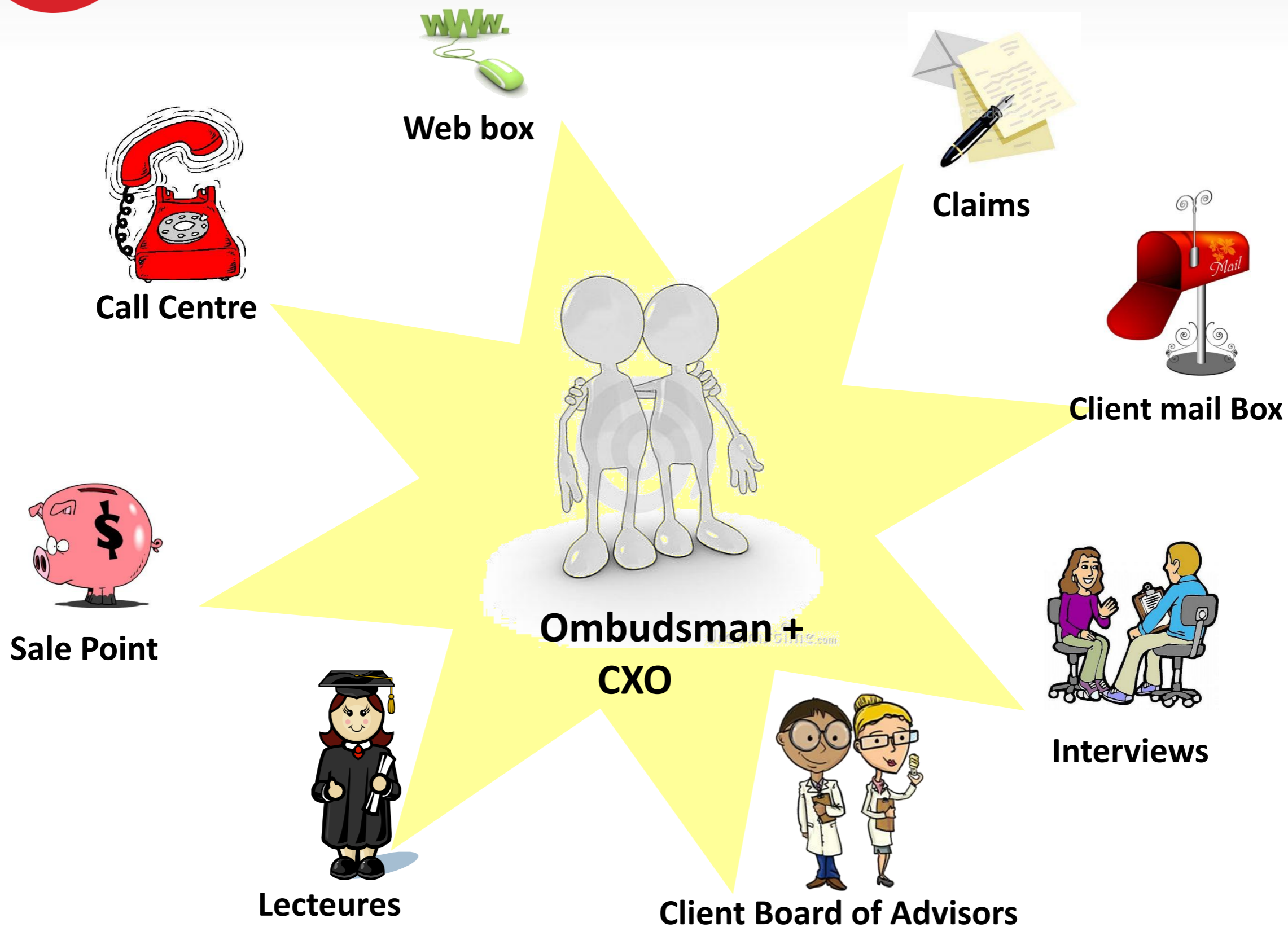


Customer Experience – i zážitek má svou hodnotu





Ombudsmanská hvězda – zdroje zpětné vazby





Proč je tu URPKO



- Jsme ti, kteří vidí věci i z „druhé strany“
- Známe klientský úhel pohledu
- Vidíme věci, které klienty trápí, každý den
- Podáváme pomocnou ruku
- Umíme také bojovat se zbytečnými postupy a byrokracií
- Nedáváme klientům produkty, ale vztah s bankou



- Nasloucháme klientům
- Slýcháme o tom, jak se mění klientova přání v průběhu času
- Vyslyšená přání dáváme na zvážení CXO a expertům
- Mluvíme jménem klienta k bance a zároveň mluvíme ke klientovi jménem banky
- Jsme hlasem klienta uvnitř banky





Corporate social responsibility (CSR) – společenská odpovědnost

Dlouhodobá CSR strategie vymezuje 3 stěžejní témata, ve kterých se PS na poli CSR profiluje:

- **Podpora osob se zdravotním znevýhodněním**
(chráněná dílna Ergotep, Nadace ARTEVIDE, konto Bariéry, Centrum Paraple, Kontakt bB, NFOZP, Mathilda)
- **Vzdělávání se zaměřením na finanční gramotnost**
(Poradna při finanční tísni, Dluhové poradenství Asociace občanských poraden, Finanční test národa)
- **Bezpečnost mladých**
(Linka bezpečí, www.bezpecne-online.cz)

Formou grantových řízení se společně s Nadací VIA věnujeme také investicím do komunitního rozvoje.

- **ČSOB a Era pro podporu regionů**
- **Era Starosta roku**

Zaměstnanecké aktivity:

- **dobrovolnický program Pomáháme společně**
(grantový fond pro neziskové organizace, kde zaměstnanci působí + organizace dobrovolnických dnů)
- **ČSOB a ERA fond pomoci**
(pro rodinné příslušníky zaměstnanců a osoby z blízkého okolí zaměstnanců – max. 30 000 Kč)



Děkuji za pozornost