

Eger és Környéke Takarékszövetkezet  
Stratégiai terv 2009 -2011

# ***STRATÉGIAI TERV*** ***2009-2011***

## **I. Működési filozófia**

Továbbra sem változik :

„ Működési, szolgáltatási területünkön mi vagyunk a legnagyobb helyi kompetenciával és a legszorosabb ügyfélkapcsolatokkal rendelkező pénzüintézet.

A térség valamennyi lakosának illetve legtöbb intézményének, vállalkozásának biztosítani tudjuk a modern pénzügyi szolgáltatások legteljesebb körét.

Magyar tulajdonú pénzüintézetként, regionális ismeret- és kapcsolatrendszerrel, önálló jogi személyként tevékenységünket egy olyan integráció keretein belül végezzük, amely az ország egyik legnagyobb pénzüintézeti hálózatát, bankcsoportját képezi.

Partnereink egyben tulajdonosaink is lehetnek. ”

## **II. Külső környezet – kapcsolódási pontok**

- I. Működési területünk érinti a régió legfejlettebb és az egyik legelmaradottabb térségét is. Szolgáltatásainkban, termékeinkben fel kell oldani ezt a kettősséget.
- II. Tulajdonosaink egyben ügyfeleink is. Hatékony tulajdonosi szemlélet elősegíti a gazdaságosabb működést.
- III. A szövetkezeti forma jelent bizonyos korlátokat. Előnyeit hangsúlyozni, hátrányait kompenzálni kell.
- IV. Ügyfeleink, partnereink céljai a térség és az itt lakók anyagi jólétének, biztonságának fejlődését érintően, megegyeznek céljainkkal. A lehető legszélesebb körű partnerség és tevékenységi kör, a közös projektek, közvetlenül vagy közvetve visszahatnak eredményességünkre. Eredményességünk pedig visszahat a környezetünkre. Környezetünk ismerete gyors és rugalmas reagálása ad alapot.

- v. A bizalom minden pénzügyintézeti működés alapja. A XXI. században a bizalomnak való megfelelés fő kritériumai a következők :
- **BIZTONSÁG** - Válasz : Integráció, tőkehelyzet és prudenciális működés
  - **SZAKÉRTELEM** – Válasz : a mindennapok tevékenysége, folyamatos képzés, továbbképzés
  - **INFORMÁCIÓS TECHNIKA** – Válasz : az IT biztonság folyamatos fejlesztése, szabályozása, külső kontroll
  - **TŐKEKÉPZÉS** – Válasz : nemzetközi normatíváknak való megfelelés (BASEL II.) illetve a tulajdonosi bizalom erősödése.
  - **KOCKÁZATI POLITIKA** – Válasz : nemzetközi normatíváknak való megfelelés (BASEL II) , nyilvánosság erősítése.

A tulajdonosi- és az ügyfél bizalom növekedése erősíti az üzleti tevékenységet, csökkenti a kockázatokat és viszont. Nő a hatékonyság, az eredmény, növekszik a tőke, nő az informatikai fejlesztések lehetősége, nő a biztonság ....Stabil működés, stabil szolgáltatási színvonal, stabil munkahely és a tulajdonosaink részére jó befektetés.

### **III. Általános célkitűzések**

- Szolgáltatási térségünkben a legjobb, legkedveltebb szövetkezeti hitelintézeti pozíció elérése és megtartása. A lakossági pénzügyi imázs emelése.
- A helyi és térségi önkormányzatok, civilszervezetek partnerségének az elérése szolgáltatási térségünkben.
- A kkv. szektor vállalkozásainak mind teljesebb körű megnyerése.
- Bekapcsolódás a térség, a települések mindennapjaiba, életébe. Válljon a takarékszövetkezet a települések társadalmi – gazdasági életének egyenrangú, szerves részévé.
- Együttműködő, együttgondolkodó és együtt gazdálkodó tulajdonosi kör alakítása, ügyfeleink bizalmának teljes körű megnyerésével.
- Részvétel a térségfejlesztési projektek előkészítésében és végrehajtásában, szakértőként, pénzügyi partnerként és a fejlesztések közvetett vagy közvetlen haszonélvezőjeként egyaránt.
- A banki infrastruktúra folyamatos fejlesztése, az IT technológia és biztonság teljessé tétele.

- A munkatársak folyamatos képzése, az értékesítési kultúra fejlesztése, a helyi döntési szintek erősítése.
- Az ügyfélközpontúság, a közvetlen kapcsolatteremtési képességmegtartása mellett az IT alapú banki szolgáltatások továbbfejlesztése.
- Az ügyfél elégedettség és a dolgozói motiváció összekapcsolása, a termékértékesítés és a jövedelemtermelés preferálása.
- A hagyományos ügyfélkör megerősítése, a fiatalabb korosztályok megnyerése, a stabil partnerség megalapozása.
- Az OTIVA támogatási szint csökkentése, a tőkekövetelmények figyelembevételével.

#### **IV. Konkrét középtávú tervek**

- ❖ A mérlegfőösszeg évi 5-15 %-os növelése.

Átlagosan 10 %-os növekedési ütemmel a mérlegfőösszeg évenként érje el a következő értékeket :

2009.12.31.	12.600.000.000,- Ft
2010.12.31.	13.500.000.000,- Ft
2011.12.31.	15.000.000.000,- Ft

❖ A főbb hatékonysági mutatók alakulása:

	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>
Adózott eredmény/saját tőke	9,5 %	10,1 %	10,1 %
Adózott eredmény/ mérlegfőösszeg	0,55%	0,6%	0,6 %

❖ Lakossági körben az ügyfeleink részarányának növelése, az ügyfélpotenciál jobb kihasználása:

- Egerben 2- 5 %
- kirendeltségi településeken 60-100 %

❖ Az önkormányzati partnerek arányának növelése térségünkben 60-80 %-ra.

❖ A kkv. partneri kör erősítése kirendeltségi településeken 60-80 %-ra, Egerben és egyéb településeken 2-5 %.

❖ Kiegészítő szolgáltatások erősítése :

- biztosításközvetítés, befektetési termékek,
- ingatlankezelés és kapcsolódó szolgáltatások,

- tanácsadás, monitoring,
- stb.
- ❖ Az ügyfélkiszolgálás színvonalának növelése:
  - közvetlen ügyfélkapcsolat,
  - előzékeny, udvarias kiszolgálás,
  - a passzív ügyintézés helyett aktív értékesítés,
  - megfelelő számú és minőségű termékpaletta minden réteg, ügyfélcsoport számára,
  - az egypontú kiszolgálás erősítése,
  - az IT technológia fejlesztése.
- ❖ Marketing tevékenység erősítése:
  - jobban kell hasznosítani az Integráció közös marketing elemeit,
  - az IT alapú marketing egyre nagyobb teret nyer,
  - legyünk jelen partnereink honlapján,
  - egyre nagyobb szerepe lesz a marketingnek a kistelepüléseken is, mivel a konkurencia a városok után a kisebb települések felé is nyit,
  - a városokban az egyértelmű versenyhelyzetet a megfelelő presztizzsel és a hatékony marketinggel lehet a javunkra fordítani,

- egységes arculati elemek, egységes szóróanyag család használata,
- a kapcsolati/személyes marketing fontossága,
- a szponzoráció, a civilszervezetek támogatása, a társadalmi eseményeken való részvétel marketing eszköz.

## **V. Munkatársaink helyben történő döntéséhez szükséges feltételek biztosítása**

- ✓ A munkatársak szakmai felkészültségének növelése – szakmai- és termékoktatások,
- ✓ Értékesítési- és kommunikációs tréningek,

***Képzett munkatárs → Magabiztos munkatárs → Hatékony munkatárs***

- ✓ Az értékesítés támogatása ( marketing, konkurencia- és piacelemzés, ügynöki hálózat, ügyféladatbázis működtetése, szoftver, stb.)
- ✓ Infrastruktúra fejlesztése, modernizáció, élőmunka igény csökkentése,
- ✓ IT és bankbiztonság erősítése,
- ✓ Érdekeltségi rendszer fejlesztése, értékesítési motiváció.

## **VI. Fiatalok megnyerése**

a. Technológia fejlesztés.

b. Termékfejlesztés.

- Számla- és szolgáltatás csomagok gyermekkortól a pályakezdőig,
- Marketing.

c. Közösségi programokban való részvétel, szponzoráció.

- Sport
- Kultúra
- Hagyományőrzés.

## **VII. Imázs erősítése**

1. A megfogalmazott értékeink folyamatos közvetítése minden célcsoport felé.
2. Rendszeres és hangsúlyozott jelenlét a települések, a térség mindennapjaiban és ünnepein.
3. Egységes, kulturált belső és külső megjelenés, a közös integrációs logó használata.
4. Magas szintű technológia.
5. Jól képzett és elégedett munkatársak.
6. Jó üzleti hírnév.
7. Innovációs képesség és készség.

## **VII. Belső folyamatok**

1. Alapos piac és konkurencia figyelésre és elemző jellegű controlling tevékenységre van szükség. Ehhez párosulnia kell a széleskörű kockázati értékelésnek is
2. Szükség van hatékony, tervezett és mért marketing tevékenységre.
3. A piaci folyamatok és a hatékonysági-, személyi kérdések függvényében a hálózat szükségszerű és rugalmas átalakítási lehetőségének biztosítása (visszaminősítés, nyitvatartási idő csökkentése, minőségi csere, bezárás, új kirendeltség nyitás, stb.).
4. Belső információáramlás javítása ( tájékoztató anyagok, értekezletek, IT technológia jobb kihasználása, stb.).
5. Központi szakmai osztályok és a kirendeltségek kapcsolatának erősítése.
6. Az értékesítési folyamatok támogatásának erősítése (oktatás, technika, technológia)