

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 pénzügyintézet.

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

Magyar tulajdonú pénzügyintézetként, regionális ismeret- és kapcsolatrendszerrel, önálló jogi személyként tevékenységünket egy olyan integráció keretein belül végezzük, amely az ország egyik legnagyobb pénzügyintézeti 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 biztonságStabil 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. Váljon a takarékszövetkezet a települések társadalmi – gazdasági életének egyenrangú, szerves részévé.
- Együttműködő, együtt gondolkodó 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 hasznélvezőjeként 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	7,5 %	9,5 %	10,1 %
Adózott eredmény/ mérlegfőösszeg	0,4%	0,5%	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.

i. Számla- és szolgáltatás csomagok gyermekkortól a pályakezdőig,

ii. 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)