



ZMĚNA K LEPŠÍMU



HISTORIE

Značka mBank přišla na svět v roce 2000 spolu s konceptem digitálního retailového bankovníctví. Dnes tato banka poskytuje své služby 5 milionům klientů ve třech zemích střední Evropy, v České republice, na Slovensku a v Polsku. mBank je součástí skupiny Commerzbank. Do České republiky mBank přišla v listopadu 2007 a změnila trh tím, že nabídla produkty a služby za podmínek, o kterých tradiční banky dosud tvrdily, že nejsou možné. Odstartovala tak revoluční změnu, jejímž výsledkem je to, že doposud se v České republice pro některou z nízkonákladových bank, které sází v první řadě na svět internetu, rozhodlo zhruba 2,5 milionu klientů. mBank si do současnosti jako svou banku zvolilo téměř 650 000 klientů a podle tohoto ukazatele se řadí mezi středně velké banky v České republice.

HODNOTA ZNAČKY

„m“ v názvu mBank znamená mobilní, proto se banka zaměřuje především na digitální kanály. Například účet si klient může založit bez toho, aby musel někam chodit. mKonto a mKonto Business patří mezi nejzajímavější produkty na českém bankovním trhu. V květnu 2016 získalo mKonto Business v tradiční soutěži Zlatá

koruna 1. místo v hlasování podnikatelů. mKonto pak získalo stříbro v Ceně veřejnosti, stejně jako internetové bankovníctví mBank, a to v kategorii on-line aplikace. V únoru 2017 mKonto a mHypotéka Light dále získaly stříbro v klání založeném na analýze reálných dat Finparáda – Finanční produkt roku. V březnu 2017 potom mRezerva získala

jako jediná plný počet pěti hvězdiček v testu kontokorentů nezávislého projektu Bankovní inspektor.

INOVACE

Letos to bude 10 let od momentu, kdy mBank dala vzniknout segmentu nízkonákladového digitálního bankovníctví v České republice.



Aktuálně nabízí již druhou generaci mobilního bankovníctví. Filozofií banky je zajímat se o to, co je pro zákazníky užitečné. Proto odpovídá nabídka mBank přesně jejich potřebám. Je rychlejší, intuitivnější a pro každého, kdo hledá celkově zajímavou, výhodnou, transparentní a spolehlivou banku. Strategie mBank do roku 2020 stojí na třech klíčových hodnotách, kterými jsou empatie, mobilita a efektivita. Banka tak chce svým klientům nabízet přesně to, co potřebují a kdy to potřebují. Díky tomu chce banka cílit především na aktivní klientelu, která získá snadné a přátelské bankovníctví a správnou nabídku produktů a služeb na základě svých potřeb.

KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

Díky unikátnosti nabídky při vstupu na trh se banka dobře etablovala prakticky bez výrazné komunikační podpory a investicí do klasických médií. Trh se nicméně v čase razantně změnil a mBank začala v roce 2014 masivně investovat do komunikace tak, aby si zachovala pozici na trhu a posilovala povědomí o značce. Tento krok byl spojen se samotným rebrandingem značky a etablováním nového loga spolu s novým komunikačním stylem se zaměřením na online prostředí a sociální média. V současnosti mBank pracuje s novým komunikačním konceptem, který využívá kontrastu mezi špatným a dobrým produktem, službou či přístupem banky, a tak naplňuje motto banky „Změna k lepšímu“.

Významné úspěchy mBank po rebrandingu můžeme datovat od roku 2013. Tehdy totiž skupina mBank získala Efma & Accenture Banking Innovation Award, tedy 1. místo za „Nejvýraznější inovaci“ (The Most Disruptive Innovation) v oblasti internetového bankovníctví a také titul pro nejlepší online a mobilní banku na světě. Roku 2014 získala česká mBank 2. místo jako Nejlepší banka, a to v kategorii „Novinka roku“,

právě za nové internetové bankovníctví. Rok 2015 přinesl další prvenství. Ocenění Efma & Accenture Banking Innovation Award 2015 v kategorii „Digitální marketing“ získala skupina mBank za svou platformu pro dynamické CRM v reálném čase, díky kterému reaguje na potřeby svých klientů téměř okamžitě.

V loňském roce se mBank skvěle umístila ve Finparádě – soutěži o nejlepší finanční produkt roku. mHypotéka Light získala během čtyř let za sebou 1. místo, letos pak byla stříbrná. Běžný účet mKonto se pak pro letošek posunul z loňského 3. na 2. místo. Jako i v minulých ročnících, i letos byla mBank oceněna v soutěži Zlatá koruna, a to hned sedmkrát, přičemž jak mKonto, tak mKonto Business získaly 1. místo v hlavních kategoriích „Cena veřejnosti“ a „Cena podnikatelů“. Dalším podstatným oceněním je i ocenění Czech Superbrands, které mBank obhájila i pro letošní rok.

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Jako nízkonákladová banka zaměřuje mBank své úsilí na dosažení maximálně výhodných podmínek pro klienty a šetrný přístup k jejich zdrojům. CSR nepěstuje na úrovni „vracení části zisků“, tedy pouhé filantropie. Vkládá společenskou odpovědnost do pomyslné DNA produktů a dělí se o materiální prospěch z bankovních služeb se všemi svými klienty, kteří produkty a služby mBank využívají a ušetřených v průměru 85 % nákladů mohou investovat podle svého. Vedle toho však každoročně zaměstnanci banky vybírají, komu pomohou výtěžkem benefiční vánoční mDražby, který navíc banka zdvojnásobí. Loni tak výtěžek putoval onkologickým pacientům v Nemocnici Na Bulovce. A již tradiční účastí mBank na Volkswagen maratonu Praha, kde loni i předloni běžely více než tři desítky zaměstnanců a klientů mBank v několika štafetách, podporuje mBank Výbor dobré vůle – Nadaci Olgy Havlové.



PAWEŁ KUCHARSKI
GENERALNÍ ŘEDITEL mBank
PRO ČESKOU REPUBLIKU

„Letos tomu bude už 10 let od okamžiku, kdy jsme naostro spustili provoz mBank pro klienty v České republice. Byl to silný okamžik a sledovali jsme obrazovku počítače, abychom viděli, kdo z obyvatel této země se stane našim prvním klientem. mBank jsme tak i zde stavěli od nuly, stejně jako tomu bylo v Polsku sedm let před tím v roce 2000. Atmosféra byla plná nadšení jak na naší straně, tak na straně klientů. Pro ty jsme znamenali a znamenáme odpověď na jejich jednoznačné vzkazy velkým bankám, které jim říkaly, že bankovníctví jde dělat jen a pouze tak, jak si ho představují banky, a ne jak to chtějí lidé. A to mBank změnila a dnes má klientů jen v České republice téměř 650 000 a ve všech třech zemích, kde působí, tedy včetně Slovenska a Polska, přes 5 milionů.“

ZAJÍMAVOSTI

- mBank BYLA PRVNÍ NÍZKONÁKLADOVOU INTERNETOVOU BANKOU, KTERÁ SVÝM PŘÍCHODEM ZCELA ZMĚNILA BANKOVNÍ SLUŽBY V ČESKÉ REPUBLICE A ZÁKAZNÍKŮM PŘINESLA DYNAMICKOU NÍZKONÁKLADOVOU ALTERNATIVU.
- JIŽ VÍCE NEŽ TŘETINA KLIENTŮ DO mBank PŘÍSTUPUJE PROSTŘEDNICTVÍM SVÉHO MOBILNÍHO ZAŘÍZENÍ, CHYTRÉHO TELEFONU NEBO TABLETU, COŽ POTVRZUJE, ŽE mBank JE OPRAVDOVOU MOBILNÍ BANKOU.
- AŽ 40 TISÍC KORUN ZA MAXIMÁLNĚ 800 Kč ZA ROK A ANI KORUNU NAVÍC TO JE JEDINEČNÁ NABÍDKA PRO KLIENTY, KTERÍ SI CHTĚJÍ POPRVÉ VYZKOUŠET, JAK VÝHODNĚ A TRANSPARENTNĚ JE SJEDNAT SI PŮJČKU V mBank.

