



## ZMĚNA K LEPŠÍMU



## HISTORIE

Značka mBank vznikla v roce 2000 spolu s konceptem digitálního retailového bankovníctví. Dnes tato banka poskytuje své služby více než pěti 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. Pro některou z nízkonákladových bank, které sází v prvé řadě na svět internetu, se u nás doposud rozhodlo zhruba 2,5 milionu klientů.

mBank si vybralo více než 650 000 klientů a podle tohoto ukazatele se v České republice řadí mezi středně velké banky. Od března 2017 začala mBank podporovat franšizové pobočky OK POINT svého strategického partnera Broker Consulting. Za více než rok vznikly téměř čtyři desítky takových obchodních míst. Součástí tohoto konceptu jsou také vkladové bankomaty umožňující vkládat hotovost na účty mKonto a mKonto Business.

## HODNOTA ZNAČKY

„m“ v názvu mBank znamená mobilní, protože 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 2018 zopakovalo mKonto a mKonto Business úspěch z předcházejícího roku a oba účty obhájily prvenství v největších klientských anketách Cena veřejnosti a Cena podnikatelů v tradiční soutěži Zlatá koruna. V únoru 2018 mHypotéka Light získala zlato mezi úvěry na bydlení a mKonto obsadilo stříbrnou příčku mezi běžnými účty v klání založeném na analýze reálných dat za celý rok Finanárada – Finanční produkt roku. O rok dříve získala mRezerva jako jediná plný počet pěti hvězdiček v testu kontokorentů nezávislého projektu Bankovní inspektor.

## INOVACE

Loni uplynulo 10 let od momentu, kdy mBank dala vzniknout segmentu nízkonákladového digitálního bankovníctví v České republice. Aktuálně nabízí již třetí generaci mobilního bankovníctví, které do České republiky jako první přineslo službu pro jednoduché placení mobilním telefonem Google Pay integrovanou přímo do aplikace. Klient tak zvládne své platební karty v mBank propojit s Google Pay během několika desítek sekund. Filozofií banky je být transparentní a vnímat skutečné potřeby zákazníků. Proto také aplikace mBank přesně odpovídá jejich potřebám. Je rychlejší, intuitivnější a pro každého. Za pohodlné placení telefonem pomocí integrované služby Google Pay mBank získala ocenění pro nejlepšího inovátora od kartových společností VISA a MasterCard. 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 investic 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 zvýšila povědomí o značce. Tento krok byl spojen se samotným rebrandingem značky a etablováním nového loga spolu s novým komunikačním stylem se zaměřením na

on-line prostředí a sociální média. V současnosti mBank pracuje s novým komunikačním konceptem. Ten ukazuje praktická a užitečná řešení, která mBank pro správu osobních financí klientům nabízí. 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 on-line a mobilní banku. 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 roce 2018 se mBank opět skvěle umístila ve Finanáradě – soutěži o nejlepší finanční produkt roku. mHypotéka Light získala během pěti let čtyřikrát 1. místo, po loňském stříbrnu letos opět obsadila nejvyšší příčku. Běžný účet mKonto se v posledních dvou ročnicích umístil v tomto klání na skvělé stříbrné příčce. Jako v minulosti, i letos byla mBank oceněna v soutěži Zlatá koruna. Pro letošní rok se dokonce stala absolutním vítězem veřejných anket Zlaté koruny. mBank si v těchto anketách odnesla polovinu všech cen, když získala celkem tři ocenění (dvě Zlaté a jednu Stříbrnou korunu) ze šesti možných. Mobilní aplikace mBank dále od Finanční akademie Zlaté koruny získala letos dvakrát stříbro, a to v kategoriích „On-line aplikace“ a „Novinka roku“. Významné je rovněž ocenění Czech Superbrands, které mBank obhájila třetí rok za sebou.



PAWEŁ KUCHARSKI

GENERALNÍ ŘEDITEL MBANK PRO ČESKOU REPUBLIKU

„Po deseti letech na českém trhu patří nabídka mBank mezi ty nejzajímavější. Opakované absolutní vítězství v obou hlavních kategoriích – Cena veřejnosti a Cena podnikatelů – největší klientské ankety Zlatá koruna, která hodnotí několik stovek finančních produktů, je úžasné a zároveň zavazující. Poděkování patří především našim klientům, pro které chceme být bankou s praktickými on-line řešeními, jako je skvělá mobilní aplikace, díky které klienti mohou většinu běžných bankovních operací provést během minuty od vyndání telefonu z kapsy. Jako první v České republice díky ní také mohli začít využívat nejnovější službu pro pohodlné placení mobilem Google Pay integrovanou přímo do aplikace. Taková užitečná a progresivní řešení mohou klienti od mBank očekávat i nadále, a to především díky nasazení mých kolegů, kteří produkty a služby pro naše klienty připravují.“

## ZAJÍMAVOSTI

- PRVNÍ NÍZKONÁKLADOVÁ BANKA, KTERÁ SVÝM PŘÍCHODEM ZCELA PROMĚNILA DALŠÍ VÝVOJ BANKOVNÍCH SLUŽEB V ČESKÉ REPUBLICE SMĚREM K VÝHODÁM A PRAKTICKÝM ŘEŠENÍM.
- TATO BANKA MÁ INOVACE V DNA. JAKO PRVNÍ PŘINESLA SVÝM KLIENTŮM PLACENÍ MOBILEM GOOGLE PAY INTEGROVANÉ PŘÍMO DO MOBILNÍ APLIKACE, COŽ JE Z POHLEDU KLIENTA MNOHEM PRAKTICKTĚJŠÍ ŘEŠENÍ.
- MOBILITA, EMPATIE A EFEKTIVITA JSOU PILÍŘE, NA KTERÝCH STOJÍ NABÍDKA NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ BANKY V NEJVEJŠÍCH KLIENTSKÝCH ANKETÁCH CENA VEŘEJNOSTI A CENA PODNIKATELŮ SOUTĚŽE ZLATÁ KORUNA.

