

Spółeczna odpowiedzialność biznesu 2015



Odpowiedzialność biznesowa wobec klientów, pracowników, akcjonariuszy, obligatariuszy i społeczeństwa jest immanentną cechą działalności Banku Pocztowego. Zasada ta została potwierdzona w przyjętej w kwietniu 2015 roku strategii rozwoju Banku Pocztowego w latach 2015-2018.

Misją Banku Pocztowego jest być wiodącym dostawcą usług finansowych w Polsce regionalnej, oferując prostą, bezpieczną bankowość, w dobrej cenie.

Bank Pocztowy, czyli jaki?

- najprostszy. Bank wyspecjalizowany w najprostszych produktach,
- tani. Gwarantujący dobrą cenę dla szerokiej grupy klientów,
- zintegrowany z Poczta Polska. Oferujący nowoczesne usługi finansowe w oparciu i integrację w ramach Grupy Poczty Polskiej.

Relacje z klientami

Wszelkie działania podejmowane przez Bank Pocztowy mają zawsze jeden nadrzędny cel – ustawiczne dążenie do podnoszenia satysfakcji klientów poprzez oferowanie produktów i usług, które spełnią ich oczekiwania. To właśnie klienci byli najważniejsi, kiedy w 2015 roku Bank zdecydował w nowej strategii o przyjęciu misji – prosta, bezpieczna bankowość w dobrej cenie, która stała się punktem wyjścia do uproszczenia oferty produktowej, ale też procesów, procedur i stosowanej komunikacji.

Strategia zakłada, że prostą ofertę dostępną w rozległej sieci sprzedaży dzięki współpracy z Poczta Polska Bank kieruje do klientów masowych z miejscowości do 50. tys. mieszkańców. W perspektywie strategii Bank zdecydował o budowie zintegrowanej z usługami Grupy Poczty Polskiej mobilnej oferty dla klientów cyfrowych (w tym klientów indywidualnych i mikrofirm) oraz kontynuacji rozwoju w obszarze Mieszkalnictwa oraz działalności rozliczeniowej.

To właśnie z myślą o klientach w 2015 roku Bank Pocztowy wprowadził szereg innowacji, mających za zadanie poprawę jakości obsługi oraz jeszcze większą satysfakcję klientów z korzystania z usług Banku. Wśród nich znalazły się opisane szerzej w Sprawozdaniu: udoskonalenie wielu obszarów działania Contact Center Banku, uproszczenie oferty produktowej, uruchomienie nowego serwisu informacyjnego www.pocztowy.pl oraz edukacyjnego portalu edukacyjnego o tematyce giełdowej – giełdowy.pocztowy.pl, a także przygotowanie wysokiej jakości, interaktywnej wersji raportu rocznego on-line.

Nieustanna praca nad doskonaleniem jakości obsługi klientów Banku to również działalność w obszarach:

- szkolenia Doradców,
- monitoring realizacji standardów obsługi,
- badanie satysfakcji klienta poprzez badanie Net Promotor Score (NPS).

Bank Pocztowy stawia na naturalność i nawiązanie relacji z klientem "po sąsiedzku", dlatego odchodzi od szablonowych rozmów sprzedażowych realizowanych wg tradycyjnego schematu. Docelowa grupa klientów wymaga ciągłego dostosowywania standardów obsługi do ich potrzeb i oczekiwań.

W celu zapewnienia wysokiej jakości obsługi, w Banku Pocztowym obowiązują standardy obsługi klienta, które są zbiorem pożądanych zachowań doradców w czasie rozmowy z klientem. Zawierają takie elementy jak: etapy rozmowy z klientem w placówce, standardy rozmowy telefonicznej oraz korespondencji e-mailowej. Elementy zawarte w księdze standardów monitorowane są poprzez badania typu *Mystery Shopping* (wizyta audytora w placówce Banku) oraz *Mystery Calling* (rozmowa telefoniczna z pracownikiem placówki).

W ramach dialogu z klientami, na stronie internetowej Banku Pocztowego prowadzony jest również blog. Wiele informacji zamieszczonych na nim spotkało się z dużym odzewem klientów, np. wprowadzenie nowego systemu bankowości internetowej *Pocztowy24*.

Ponadto Bank Pocztowy komunikuje się z klientami poprzez profil na Facebooku oraz kanał wideo na YouTube.

Relacje z pracownikami

Realizacja strategii rozwoju Banku Pocztowego nie byłaby możliwa bez udziału dojrzałych menedżerów i zaangażowanych pracowników.

Społeczna odpowiedzialność w zakresie relacji Banku z pracownikami polega na:

- stworzeniu pracownikom możliwości awansu i rozwoju,
- funkcjonowaniu programu sukcesji,
- zagwarantowaniu przyjaznych i bezpiecznych miejsc pracy,
- integracji i wzmacnianiu więzi z instytucją,
- poprawie komunikacji wewnętrznej,
- zagwarantowaniu etyki w zarządzaniu,
- zapewnieniu równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym, m.in. poprzez popieranie rozwoju różnorodnych zainteresowań i pasji pracowników.

Zagadnienie związane z polityką w zakresie wynagradzania, rozwojem kompetencji, tworzenia ścieżek rozwoju i awansu kompetencji pracowników przedstawiono w Rozdziale 10 Zarządzanie zasobami ludzkimi. Bank Pocztowy popiera rozwój pozazawodowych zainteresowań pracowników, w tym ich aktywność sportową. Przy czym, większość imprez sportowych Bank realizuje we współpracy z Poczta Polska.

W 2015 roku kalendarz imprez obejmował 26 przedsięwzięć, z czego cztery były sponsorowane przez Bank, a dwie z nich Bank bezpośrednio organizował. Pracownicy Banku Pocztowego uczestniczyli w następujących imprezach sportowych:

- Mistrzostwach Polski Pracowników Poczty Polskiej w Piłce Siatkowej Kobiet i Mężczyzn w Iławie,
- Międzynarodowych Mistrzostwach Poczty Polskiej w Żeglarskim Turystycznym w Wilkasach k/Giżycka,
- Igrzyskach Pracowników Poczty Polskiej w Cetniewie k/Władysławowa,
- Zawodach strzeleckich w Ustce, w trakcie których odbyły się także II Zawody Wędkarstwa Morskiego (Bank był organizatorem obydwu imprez),
- Zawodach InO w Ślesinie k/Konina (organizacja tej imprezy także była po stronie Banku),
- Warszawskim Biegu na 10 km.

W tych imprezach uczestniczyło w sumie około 240 pracowników Banku Pocztowego. Ponadto 30 osób skorzystało z dofinansowania swojego udziału w imprezach masowych, w tym głównie w biegach ulicznych organizowanych przez różne organizacje w różnych miastach na terenie Polski.

Politykę Banku w zakresie relacji z pracownikami wspierają działania prowadzone w ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych (ZFŚS). W 2015 roku ZFŚS:

- zabezpieczył pomoc materialną w formie bezzwrotnych zapomóg pieniężnych dla osób dotkniętych wypadkami losowymi lub znajdującymi się w trudnej sytuacji życiowej, rodzinnej i materialnej,
- dofinansował krajowe i zagraniczne zorganizowane formy wypoczynku dzieci i młodzieży w wieku do 18 lat oraz zakup książek związanych z nauką dzieci,
- dofinansował świadczenia zbiorowe, tzw. ogólnodostępne imprezy, związane z działalnością kulturalno-oświatową, rozrywkową i działalnością sportowo-rekreacyjno-turystyczną,
- umożliwił udział pracowników w Programie MultiSport,
- zakupił sprzęt sportowy do wspólnego użytku,
- zrealizował świadczenia okolicznościowe dla dzieci pracowników z okazji Świąt Wielkanocnych oraz Bożego Narodzenia, a także świadczenia okolicznościowe w formie pieniężnej dla wszystkich pracowników Banku. Dużym powodzeniem ze strony pracowników cieszyła się zorganizowana po raz kolejny impreza mikołajkowa. Wzięło w niej udział prawie 300 pracowników Banku, w tym 112 dzieci.

Impreza odbyła się w jednym z największych placów zabaw dla dzieci – w warszawskim Fun Parku Digiloo,

- udzielał pomocy dla pracowników w formie zwrotnych pożyczek na cele mieszkaniowe.

Działalność na rzecz społeczeństwa

Wzorem ubiegłych lat działania, w które angażował się Bank Pocztowy, skoncentrowane były wokół wspierania edukacji oraz wyrównywaniu szans – czyli zapobieganiu wszelkiego rodzaju wykluczeniom.

Odbiorcami działań Banku są często osoby starsze i seniorzy, wymagający szczególnie odpowiedzialnego podejścia i komunikacji. Mając to na uwadze, Bank zdecydował się wesprzeć Fundację Activus, prowadzącą Akademię Seniora Activus.

Na łamach prasy wybieranej przez swoją grupę docelową klientów, Bank publikował materiały o charakterze edukacyjnym. Poruszane w materiałach tematy dotyczyły m.in. kont osobistych, jak w Tygodniku ABC. W tekście znaleźć można było porady, na jakie elementy należy zwrócić uwagę wybierając rachunek osobisty, by uniknąć ponoszenia dodatkowych kosztów. Z kolei na łamach tygodnika „Wprost” Bank poruszał tematykę rynku pożyczek i kredytów, starając się zachęcić do korzystania przez osoby potrzebujące dodatkowych pieniędzy z banków, zamiast nieuczciwych firm pożyczkowych i instytucji o charakterze parabankowym. Celem było również wskazanie ryzyka wynikającego z korzystania ofert typu „chwilówki”, udzielanych niejednokrotnie na nieuczciwych, lichwiarskich zasadach. Bank obecny był również na łamach dziennika „Fakt”.

Pod adresem www.gieldowy.pocztowy.pl Bank Pocztowy wspólnie z Poczta Polską udostępnił portal poświęcony giełdzie oraz podstawom inwestowania. Prowadzone m.in. w ten sposób działania edukacyjne realizowane są przy wsparciu programu Akcjonariat Obywatelski. Celem uruchomionego portalu www.gieldowy.pocztowy.pl było przybliżenie tematyki giełdowej osobom, które do tej pory nie inwestowały lub dopiero zaczynają swoją przygodę z rynkiem kapitałowym. Dlatego na stronie znaleźć można szereg informacji, z którymi powinien zapoznać się każdy początkujący inwestor – m.in. czym jest GPW i jaka jest jej historia, jak wygląda droga spółki na giełdę, czemu służą indeksy giełdowe czy ciekawostki w postaci powiedzeń używanych przez wytrwanych inwestorów. To kolejne z prowadzonych przez Bank działań edukacyjnych. Wcześniej, m.in. podczas licznych wydarzeń gospodarczych, Bank inicjował dyskusje o potrzebie zapobiegania wykluczeniu finansowemu, publikował w prasie materiały edukacyjne, wprowadzał w świat finansów osoby starsze na Uniwersytetach Trzeciego Wieku. Edukacyjny portal Banku Pocztowego jest spójny z ideą Akcjonariatu Obywatelskiego – programu dla inwestorów indywidualnych, zapoczątkowanego w 2010 roku przez Ministerstwo Skarbu Państwa.

W 2015 roku Bank Pocztowy postanowił zadbać także o Polaków wypoczywających nad morzem, tworząc na sopockiej plaży własną strefę, tzw. Pocztove Wybrzeże. Odwiedzające strefę osoby mogły skorzystać z bezpłatnych leżaków i parasoli słonecznych Banku Pocztowego, udostępnionego Wi-Fi oraz wielu innych atrakcji: gier, zabaw i konkursów plastycznych oraz sprawnościowych, eko-warsztatów czy kursów pierwszej pomocy, plenerowej wypożyczalni książek BeachBook i BeachBookKids oraz wypożyczalni latawców.

Popieranie przedsiębiorczości

Bank Pocztowy od lat działa na rzecz wspierania inicjatyw, mających na celu propagowanie wśród Polaków idei przedsiębiorczości – m.in. poprzez promowanie najlepszych praktyk rynkowych. Tak było również w 2015 roku, kiedy Bank Pocztowy drugi rok z rzędu został partnerem rankingu e-Gazete Biznesu, przygotowywanego przez Bonnier Business Polska – wydawcę dziennika Puls Biznesu.

W efekcie tej współpracy powstał ranking najdynamiczniej rozwijających się małych i średnich firm e-commerce w Polsce. W rankingu zestawiono firmy, które zanotowały istotny rozwój w ciągu ostatnich trzech lat.

Tytułem e-Gazel Biznesu wyróżniono ponad 300 firm z całej Polski. Podczas 5 Gal finałowych zorganizowanych w Sopocie, Katowicach, Krakowie, Wrocławiu i Warszawie laureaci mieli okazję do odebrania pamiątkowych

statuetek oraz podzielenia się swoimi doświadczeniami z prowadzenia tego typu biznesu. Każdej z Gal towarzyszyła również dyskusja panelowa z udziałem m.in. przedstawicieli Zarządu Banku oraz wybranych laureatów konkursu. Dyskusja pozwalała spojrzeć na temat e-commerce z perspektywy zarówno firm działających na rynku, jak również dostawców usług finansowych i logistycznych, mających istotny wpływ na kształt i jakość e-handlu w Polsce. Relację prasową każdej z Gal, z prezentacją najciekawszych e-biznesów znaleźć można było następnie na łamach Pulsu Biznesu. Szczegółowe relacje z całego rankingu oraz informacje i zdjęcia nagrodzonych znaleźć można na poświęconej wydarzeniu stronie internetowej e-gazeta.pb.pl.

Bank zaangażował się także w organizację w maju 2015 roku XLI Sympozjum Współczesna Gospodarka i Administracja Publiczna, wydarzenia odbywającego się dwa razy w roku dzięki Fundacji Gospodarki i Administracji Publicznej związanej z Katedrą Gospodarki i Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Pierwszym tematem XLI Sympozjum była „Polska praca”. Podczas paneli poruszane były kwestie dotyczące polskiego rynku pracy. Prelegenci starali się odpowiedzieć na pytania jak poprawić jakość polskiej pracy, jak zmieniać urzędy pracy by wykorzystać niewykorzystany potencjał oraz jakich decyzji potrzebuje polski rynek pracy.

Promocja sportu

Uznając sport za obszar kształtujący pozytywne postawy, istotny z punktu widzenia indywidualnego rozwoju człowieka, ale także będący często centrum życia społeczności lokalnych, Bank w swoich działaniach wspiera również ten obszar.

W 2015 roku Bank m.in. został Sponsorem Głównym Akademii Koszykówki Legii Warszawa. W ramach Akademii realizowane są zajęcia ogólnorozwojowe z elementami koszykówki dla dzieci w wieku 3-9 lat. W ramach trwających 50 minut zajęć, dzieci będące pod opieką dwójki trenerów, wkraczają w zaszarowany świat opowieści ruchowych rozwijających nie tylko ich sprawność, ale i wyobraźnię. Świat, w którym przeżywają sportowe przygody, bawią się w przyjaznym środowisku i stopniowo zyskują kolejne umiejętności gry w mini koszykówkę. Wspierany przez Bank Pocztowy projekt ma na celu popularyzację koszykówki wśród najmłodszych.



W sporcie młodzieżowym swoim sponsoringiem Bank objął również KS ZWAR – młodzieżową szkołę piłkarską prowadzącą zajęcia oraz wystawiającą w ogólnopolskich rozgrywkach drużyny z roczników 2000-2011.

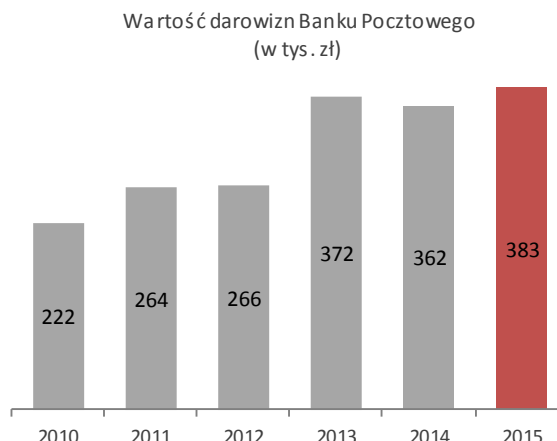
Wsparcie Banku Poczтового w 2015 roku uzyskał także sport na profesjonalnym poziomie. Drużyna Stal Gorzów Wielkopolski uzyskała od Banku środki na organizację meczów o Drużynowe Mistrzostwo Polski w sezonie letnim 2015 roku w żużlu.

Polityka w zakresie darowizn

Ponieważ Bank Pocztowy kieruje swoją ofertę głównie do mieszkańców mniejszych miejscowości, dlatego też swoją działalność na rzecz otoczenia Bank koncentruje głównie na angażowaniu się w realizację inicjatyw społeczności lokalnych, wspierając inicjatywy społeczne w zakresie podniesienia wiedzy na temat finansów, edukacji dzieci i młodzieży, rozwoju przedsiębiorczości. Bank udziela także wsparcia finansowego potrzebującym.

W Banku Pocztowym działa Komisja ds. Darowizn. Zgodnie ze statutem Banku, górny limit wydatków Banku na darowizny na dany rok obrotowy wynosi 1,5% zysku brutto wypracowanego w poprzednim roku obrotowym.

W 2015 roku Bank Pocztowy udzielił wsparcia finansowego na łączną kwotę ponad 383 tys. zł.



Pakiety świadczeń dodatkowych

Bank w 2015 roku, podobnie jak w latach ubiegłych, zapewnia swoim pracownikom bogaty pakiet świadczeń dodatkowych. Jednocześnie rozpoczął prace nad podniesieniem atrakcyjności pakietów, m.in. poprzez rozszerzenie oferowanych, w ramach pakietów usług, uwzględniając preferencje pracowników, są to:

- program kompleksowej opieki medycznej. Gwarantuje on wszystkim pracownikom szeroki dostęp do bogatego pakietu usług prywatnej opieki medycznej. W ramach zawartej umowy, opieką medyczną, na preferencyjnych warunkach, mogą zostać objęci również członkowie rodzin pracowników. W 2015 roku pakiet został dodatkowo rozszerzony o tzw. standardy dostępności do usług medycznych.
- program sportowo-rekreacyjny. Bank kontynuował współpracę z firmą Benefit Systems Sp. z o.o. Karta MultiSport, daje wszystkim zatrudnionym możliwość skorzystania z zajęć sportowo-rekreacyjnych, poprzez nielimitowany dostęp do sieci obiektów sportowo-rekreacyjnych na terenie całego kraju. Ponadto, każdy pracownik ma możliwość wykupienia, na preferencyjnych warunkach, w ramach zawartej umowy pomiędzy Bankiem a firmą Benefit Systems Sp. z o.o, dodatkowych kart dla dzieci MultiSport Kids oraz osoby towarzyszącej.
- program rabatowy MultiBenefit we współpracy z firmą Benefit Systems Sp. z o.o. Pracownicy mogą dokonywać zakupów na korzystnych warunkach rabatowych i korzystać z licznych propozycji spędzania wolnego czasu, takich jak: kino, spektakle teatralne oraz wyjazdy weekendowe. Wszystko to odbywa się za pośrednictwem platformy internetowej.
- Pracowniczy Program Emerytalny (PPE), stanowiący ważny element budowania bezpiecznej przyszłości finansowej pracowników w związku z rosnącą potrzebą gromadzenia dodatkowego kapitału na przyszłą emeryturę.
- dobrowolne, grupowe ubezpieczenie na życie. Bank gwarantuje wszystkim pracownikom możliwość ubezpieczenia się na życie, na preferencyjnych warunkach, w ramach zawartej umowy pomiędzy Bankiem i firmą ubezpieczeniową.
- świadczenia socjalne. Pracownicy mogą korzystać ze świadczeń oferowanych, w ramach zakładowego funduszu świadczeń socjalnych, który tworzony jest w Banku, zgodnie z Ustawą z dnia 4 marca 1994 roku o Zakładowym Funduszu Świadczeń Socjalnych oraz Regulaminem ZFŚS w Banku Pocztowym. Każda uprawniona osoba może skorzystać ze środków zakładowego funduszu świadczeń socjalnych, poprzez:
 - uczestnictwo w różnych formach działalności sportowej i kulturalnej, organizowanej przez Bank,

- otrzymanie wsparcia finansowego w trudnych, nieprzewidywanych losowo, sytuacjach życiowych.

Takie wsparcie realizowane jest, z uwzględnieniem kryterium socjalnego, w formie:

- bezzwrotnej zapomogi finansowej lub rzeczowej,
- dofinansowania do podręczników dla uczących się dzieci pracowników,
- dofinansowania do wypoczynku dla dzieci i młodzieży,
- zwrotnej pożyczki na cele mieszkaniowe.

Badanie opinii pracowników

Jednym z priorytetów, które Zarząd postawił sobie i kadrze zarządzającej Banku było budowanie angażującego środowiska pracy, ponieważ przekłada się to realnie na osiąganie wysokich wyników biznesowych w długim okresie czasu. Pracownicy, którzy czują się angażowani przez środowisko pracy prezentują trzy postawy: pozytywnie wypowiadają się o firmie, mają silną potrzebę bycia częścią firmy, a także chcą dawać z siebie więcej niż określa to ich zakres obowiązków. Jak pokazują badania, organizacje, które znajdują się w czołówce wyników w Badaniu Opinii Pracowników realizowanych w ramach Programu Najlepszych Pracodawców, wykazują silne powiązanie poziomu zaangażowania z kluczowymi wynikami firmy, takimi jak: obniżenie kosztów poprzez mniejszą absencję i rotację, wzrost przychodu i zysków firmy, wzrost całkowitej stopy zwrotu dla akcjonariuszy oraz wzrost satysfakcji klientów firmy.

Przeprowadzanie badania jest działaniem cyklicznym, zmierzającym do uzyskiwania w każdym roku wyższych wyników, tak aby w przyszłości znaleźć się w czołówce Najlepszych Pracodawców.



W 2014 roku Zarządy Banku oraz Centrum Operacyjnego podjęły decyzję o rozpoczęciu projektu badania Opinii Pracowników. Celem badania było zmierzenie aktualnego poziomu zaangażowania i satysfakcji z różnych obszarów środowiska pracy (określenie stanu wyjściowego) oraz identyfikacja kluczowych czynników do zmiany.

Od początku badanie było traktowane jako proces, w którym punkt ciężkości położony był na wykorzystywaniu Badania jako narzędzia do działania, a nie tylko pomiaru stanu obecnego.

Projekt rozpoczął się od warsztatów z Zarządem, podczas których potwierdzono strategiczne założenia w zakresie budowania zaangażowania pracowników. Członkowie Zarządu określili swoje potrzeby, ale też swoją rolę w całym procesie. Badanie wśród pracowników zostało przeprowadzone w styczniu 2015 roku, a frekwencja wyniosła w Banku - 76%, a w Centrum Operacyjnym – 82 % (wskaźnik frekwencji średnio w Polsce to ok. 70%). Tak wysoki udział w Badaniu umożliwił uzyskanie wiarygodnej oceny środowiska pracy przez pracowników.

Zarówno przed, jak i po badaniu odbyły się całonocne spotkania robocze dla wszystkich menadżerów. Sesje poprzedzające ankietę miały na celu zbudowanie świadomości wpływu wysokiego zaangażowania pracowników na wyniki biznesowe, ale też przekazanie wiedzy o trendach rynkowych i najlepszych praktykach. Sesje po

badaniu koncentrowały się na rozwijaniu u uczestników umiejętności interpretacji wyników badania, ich komunikacji i podejmowania właściwych oraz skutecznych, a jednocześnie prostych działań wpływających na wzrost zaangażowania swoich zespołów.

W celu zakomunikowania wyników badania zostały zorganizowane w całej Polsce bezpośrednie spotkania ze wszystkimi pracownikami. Większość czasu na trwających około 4-6 godzin warsztatach poświęcono na dyskusję o środowisku pracy, napotkanych problemach oraz potrzebach ludzi, a przede wszystkim – skupiono się na wspólnym wypracowaniu możliwych rozwiązań wpływających na poprawę miejsca pracy.

Na podstawie przeprowadzonych analiz wyników badania, a także po spotkaniach z pracownikami zostało wypracowanych 9 głównych inicjatyw do realizacji w całym Banku, tj.: Warunki pracy i obsługi klientów, Dostępność miejsca i urządzeń biurowych, Dostępność i standard urządzeń IT, Sprawność i efektywność wykorzystania systemów IT, Efektywna współpraca, System rozwoju w Banku, Atrakcyjna oferta pracodawcy i docenianie finansowe pracowników, Budowanie reputacji Banku jako pracodawcy poprzez skuteczną komunikację i mobilizację oraz Angażujący menedżerowie. W grudniu 2015 roku został opublikowany pierwszy numer Newslettera „Zagraj z Nami Nad Zmianami”, który co miesiąc będzie informował pracowników o wydarzeniach i realizowanych inicjatywach.

Jak pokazują badania, Najlepsi Pracodawcy swoją przewagę konkurencyjną budują na angażującym przywództwie ukierunkowanym na ludzi oraz wynikach, a także na silnym przekonaniu, że zaangażowanie jest niezbędnym czynnikiem do osiągnięcia wysokich wyników biznesowych. Zatem dbanie o odpowiednie środowisko pracy nie jest ewentualnością, tylko koniecznością.

Badanie będzie przeprowadzane cyklicznie jako element budowania kultury organizacyjnej Banku.