

HRVATSKA POŠTANSKA BANKA, DIONIČKO DRUŠTO

**ŠTO KLIJENT MOŽE
OČEKIVATI OD BANKE**

Predmet i ciljevi prezentacije

- ❑ Upravljanje odnosima s ključnim klijentima je novija pojava u poslovnim politikama banaka
- ❑ Posebna kategorija zaposlenika s isključivom nadležnošću za upravljanje odnosima s ključnim klijentima
- ❑ Formalni i neformalni timovi u upravljanju odnosima s ključnim klijentima
- ❑ Rastu potrebe klijenata koji traže proaktivnost i prepoznavanje potreba kao i upućenost u njihovu situaciju

- ❑ Razmatranje i proučavanje temeljnih elemenata učinkovitog sustava upravljanja ključnim klijentima u korporativnom bankarstvu
- ❑ Definiranje učinkovitog sustava upravljanja ključnim klijentima
- ❑ Definiranje temeljnih elemenata koji utječu na zadovoljstvo ključnih klijenata
- ❑ Sustavi upravljanja ključnim klijentima kao podloga za donošenje dugoročnih strateških odluka u poslovanju banke

Hipoteze istraživanja

- ❑ Uvođenje sustava upravljanja ključnim klijentima u korporativnom bankarstvu
- ❑ Potrebno je uzeti u obzir sve aspekte međusobnog odnosa
- ❑ Potrebni su kontrolni mehanizmi koji sprječavaju neopravdane troškove, a osiguravaju prihode i konkurentsku prednost
- ❑ Individualni pristup je manje učinkovit od timskog pristupa

Metodologija istraživanja

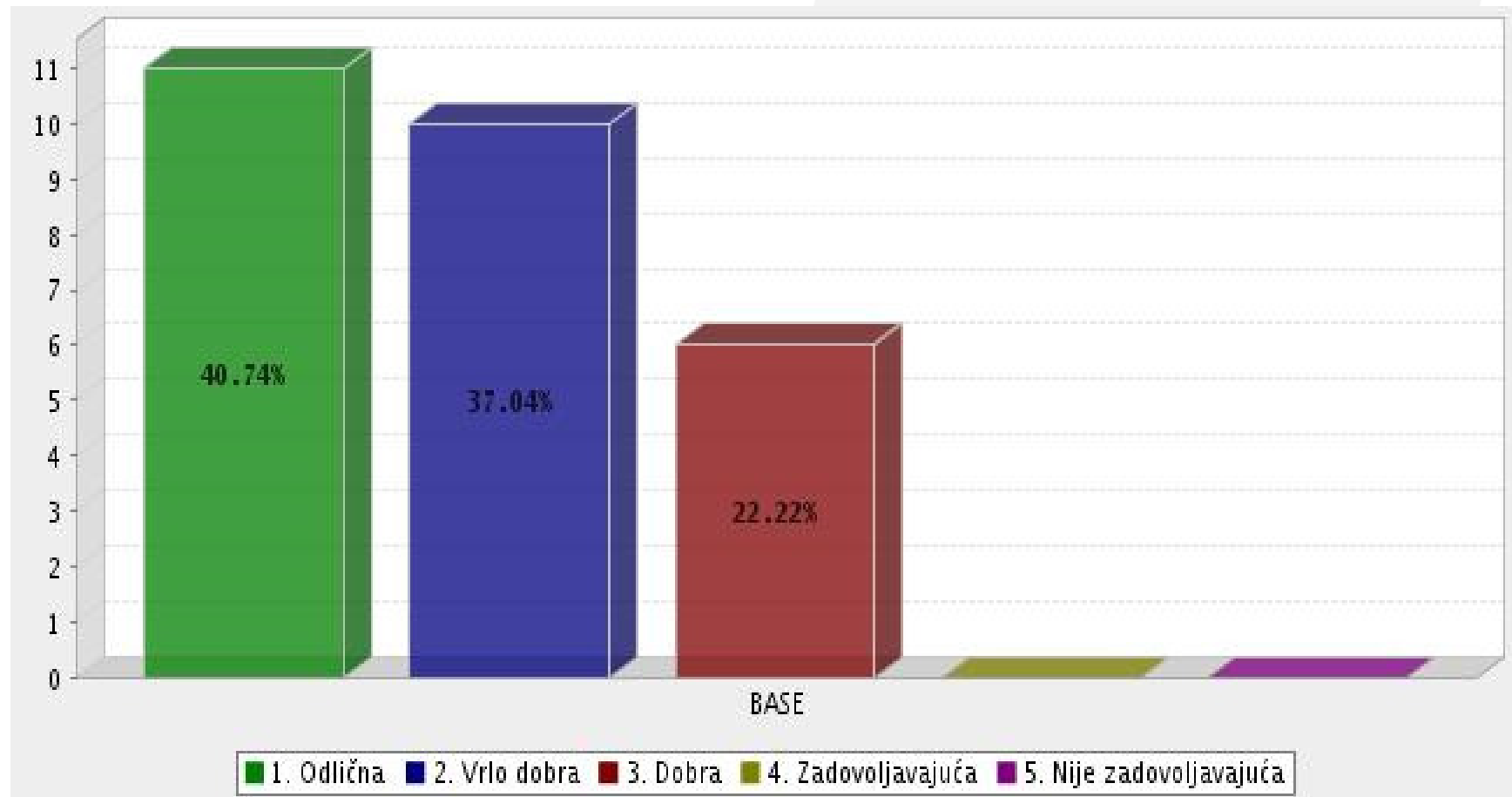
- ❑ Oskudnost inozemne i domaće literature koja obrađuje ovu temu posebice u segmentu bankovnih proizvoda i usluga
- ❑ Empirijsko testiranje na dva načina: dubinskim intervjuom i anketnim upitnikom
- ❑ Ciljevi dubinskog intervjuja - spoznaja o strategijama ili sustavima upravljanja ključnim klijentima u korporativnom bankarstvu
- ❑ Ciljevi anketnog upitnika - ispitivanje zadovoljstva klijenata i definiranje indikatora koji utječu na zadovoljstvo

Kvalitativno istraživanje

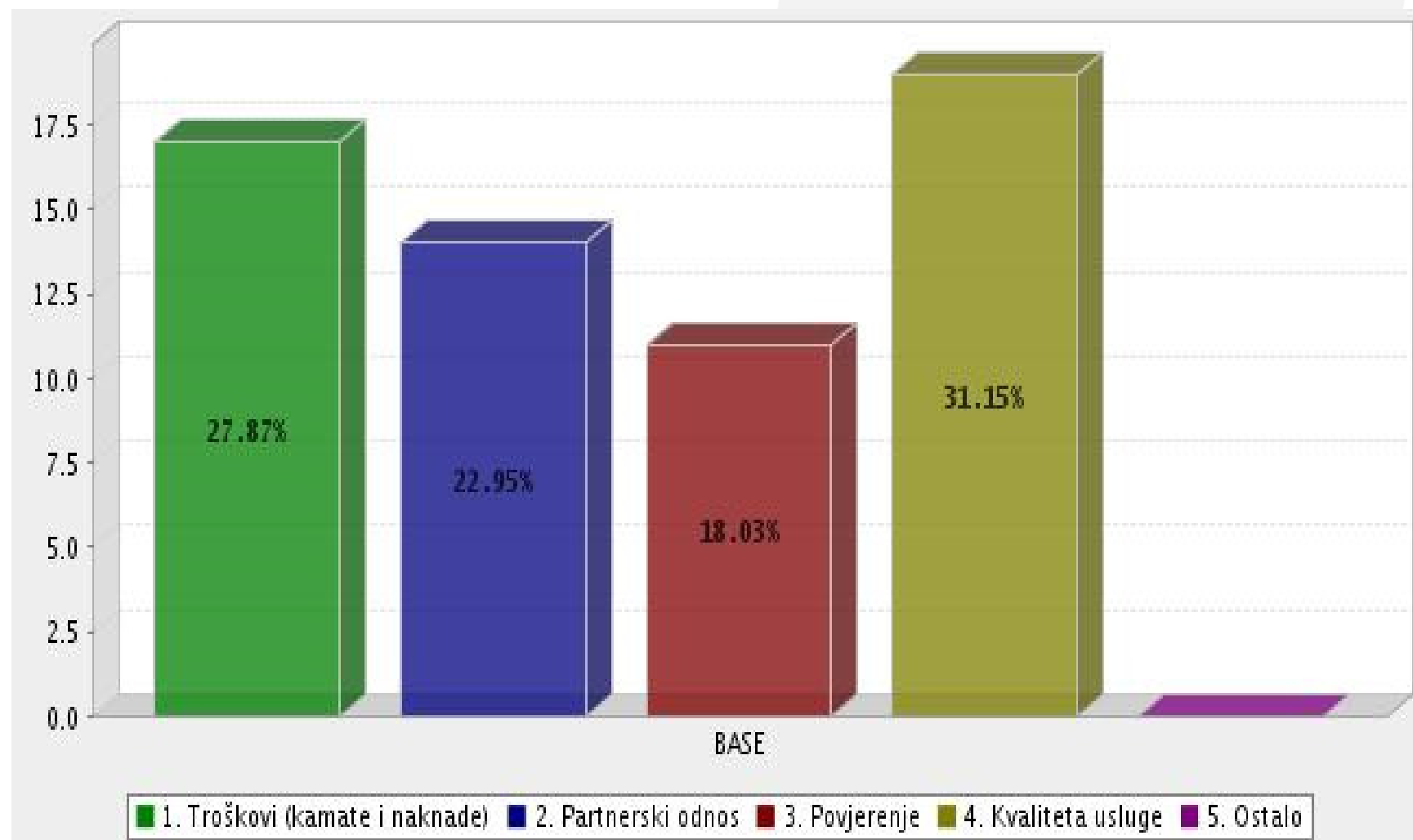
- ▣ Većina ispitanika smatra da je sustav upravljanja ključnim klijentima primjenjiv u korporativnom bankarstvu
- ▣ Tko su ključni klijenti korporativnog bankarstva?
- ▣ Ključne prednosti implementiranog sustava su zadovoljstvo ključnih klijenata i bolja suradnja ostalih organizacijskih dijelova banke
- ▣ Najznačajniji indikatori uspješnog sustava upravljanja ključnim klijentima su lojalnost i povećanje prihoda i klijenta i banke

Kvantitativno istraživanje

Kvaliteta poslovnog odnosa



Indikatori zadovoljstva klijenta



Prihvaćanje hipoteza

- ❑ H1: dostupna literatura kao i provedena istraživanja pokazuju da i klijent i banka, primjenjujući sustav upravljanja ključnim klijentima, ostvaruju bolje poslovne rezultate
- ❑ H2: Nužna je optimizacija poslovnih procesa od strane najviših upravljačkih razina u cilju ostvarenja zadovoljenja klijenta, minimizacije rizika i ispravnog provođenja radnih uputa
- ❑ H3: Nužno je stalno mjerenje ostvarenih rezultata obzirom na definirane ciljeve i sa strane klijenta i banke
- ❑ H4: Timski pristup je učinkovitiji

Zaključna razmatranja

- ❑ Danas se stavlja poseban naglasak na strateške saveze s ključnim klijentima i dobavljačima radi ponavljanja procesa kupnje ili prodaje.
- ❑ Implementirana strategija upravljanja ključnim klijentima često puta postaje komparativna prednost
- ❑ Bez obzira na veličinu banke, izrazito je bitan kvalitetan sustav upravljanja prodajom i marketingom
- ❑ Upravljanje ključnim klijentima postaje nužnost

Hvala na pažnji