

Warszawa, 9 grudnia 2013

Citi Handlowy otwiera kolejną placówkę Smart, pierwszą w Warszawie

9 grudnia Citi Handlowy zaprezentował nową placówkę typu Smart w Galerii Mokotów w Warszawie. To kolejna po Katowicach nowoczesna placówka, która wpisuje się w strategię budowy Bankowego Ekosystemu Smart. Pierwszy oddział uruchomiono we wrześniu. Do końca 2014 r. w ramach sieci Citi Handlowy działać ma 25 placówek Smart. Każda placówka ma być zindywidualizowana, z ofertą przygotowaną specjalnie pod kątem potrzeb danego rynku.

Zgodnie z zapowiedziami budujemy Bankowy Ekosystem Smart. Warszawa to kolejne po Katowicach miasto, gdzie powstaje nowoczesna placówka typu Smart. Po Warszawie wkrótce do sieci Smart dołączą placówki w Poznaniu i Wrocławiu. Do końca 2014 r. ma powstać ich w sumie 25. - mówi prezes Citi Handlowy, Sławomir S. Sikora.

Oddziały Smart stanowią kluczowy element bankowości przyszłości w Citi Handlowy. Mam nadzieję, że także i tutaj będziemy pobijali swoje rekordy w szybkim realizowaniu zleceń klientów. Dzisiaj w Katowicach średni czas otwarcia konta to 13 minut, rekordowy – 7 minut. To standard, który chcemy osiągnąć w ramach całej sieci Smart. Smart to nowoczesne, szybkie procesy, ale także zindywidualizowana oferta. Pod kątem klientów Galerii Mokotów przygotowaliśmy specjalne oferty naszych produktów, ale także wspólnie z partnerami sieci sklepów obecnych w Galerii Mokotów będziemy klientom placówek Smart oferować wyjątkowe rabaty. I tak np. klienci otrzymają nawet 20 proc. w rabatu w Max Mara, Marella czy Duka czy też kartę kredytową za 0 zł przez 2 lata z 15 proc. cash back – Brendan Carney, wiceprezes Citi Handlowy odpowiedzialny za bankowość detaliczną Citi Handlowy.

Kolejna placówka Smart powstała w Galerii Mokotów, bo zgodnie z badaniami Citi Handlowy to jeden z tzw. „hot spot” w Warszawie, czyli miejsc, w którym klienci banku realizują najwięcej potrzeb finansowych.. To konsekwentna realizacja zapoczątkowanej jeszcze w 2010 r. obecności bank w miejscach aktywności naszych klientów.

Cały oddział został tak zaprojektowany, aby ułatwić i zachęcić klientów do korzystania z bankowości internetowej oraz mobilnej i jednocześnie budować z nimi relacje. W oddziale można więc samodzielnie zlecić przelew, sprawdzić saldo, opłacić rachunki. Samodzielnie można też zaktualizować swoje dane osobowe, wypełnić wniosek o nowy produkt. To wszystko korzystając z nowoczesnych i intuicyjnych tabletów oraz ekranów dotykowych. Rolą doradcy

jest natomiast skupienie się na precyzyjnym zidentyfikowaniu potrzeb bankowych klienta. Doradcy Smart oddziału mają wiedzę na temat każdego z oferowanych przez bank produktów. Dzięki temu zapoznają klienta z kompleksową ofertą i proponują odpowiadające jego oczekiwaniom rozwiązania. Oddział ma służyć nie tylko do realizacji operacji transakcyjnych, ale także do rozmowy o produktach i ofertach banku. W oddziale Smart w Galerii Mokotów nie ma tradycyjnych stanowisk kasjerskich, czy też stref zarezerwowanych dla pracowników.

Do wejścia do oddziału zachęcać ma wielkoformatowy ekran, widoczny z alei Galerii, gdzie wyświetlane są aktualne promocje i informacje rynkowe, jak np. kursy walut, notowania giełdowe, filmy promocyjne czy informacje na temat pogody. W dalszej części oddziału klienci mogą skorzystać z ekranów dotykowych, na których znajdują się szczegółowe informacje o poszukiwanych produktach. Tutaj też mogą skalkulować, ile będzie ich kosztował wybrany produkt czy też porównać ofertę kart kredytowych, by wybrać taką, która najlepiej wpisze się w ich styl życia. W centrum placówki znajduje się stół z tabletami. To tutaj klienci mogą z doradcami porozmawiać na temat swoich bankowych spraw. Tutaj też mogą zalogować się do bankowości internetowej, zrealizować przelew czy wydrukować wyciąg. Obraz na tabletach widoczny jest tylko dla dwóch osób – klienta i doradcy – siedzących przy stole. To także miejsce, gdzie klienci mogą sfinalizować swoją umowę z bankiem – wypełnić wniosek, dane osobowe i na końcu podpisać umowę. Na końcu oddziału klienci mają do swojej dyspozycji tzw. „prywatne pokoje”, gdzie mogą rozmawiać o swoich poważniejszych sprawach bankowych np. inwestycjach lub też rozmawiać na temat zakupu pożyczki gotówkowej. Ze specjalistami klienci z pokoi tych mogą rozmawiać poprzez specjalne video połączenie. Dzięki temu wchodząc do placówki klienci mają do swojej dyspozycji nie tylko doradców oddziału, ale także specjalistów Citi Handlowy z całej Polski.

Dodatkowych informacji udziela:

Dorota Szostek-Rustecka, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 692-90 52
E-mail: dorota.szostekrustecka@citi.com

Patrycja Długolecka-Wójcik, Specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 94 16
E-mail: patrycja.dlugoleckawojcik@citi.com

Bank Handlowy w Warszawie SA to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje 20 tys. klientów korporacyjnych i 851 534 klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 87 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citihandlowy.pl.

Citi (NYSE:C) to wiodąca globalna instytucja finansowa, mająca około 200 milionów klientów w ponad 140 krajach. Poprzez swoje dwie odrębne jednostki operacyjne: Citicorp i Citi Holdings, Citi obsługuje klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych zapewniając im bogaty wachlarz produktów i usług finansowych w zakresie bankowości detalicznej, bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej, usług maklerskich i zarządzania aktywami.

Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citigroup.com lub [or www.citi.com](http://www.citi.com).