

Strategia BC EuroCreditBank S.A. pentru anii 2014-2016

Una dintre cele mai importante sarcini, care contribuie la creșterea competitivității băncii, este crearea și creșterea unei baze de clienți stabile. Pentru mărirea și menținerea bazei de date a clienților, banca intenționează să întreprindă următoarele măsuri:

- Menținerea unei reputații de afaceri înaltă și stabilă, menținerea statutului Băncii ca unul social semnificativ;
- Creșterea volumului operațiunilor efectuate, extinderea și îmbunătățirea gamei (spectrului) de servicii în condițiile creșterii concurenței pe piața financiară;
- Efectuarea unei segmentări a clientelei băncii în baza căreia vor fi create produse bancare, care vor permite satisfacerea la nivel maxim a tuturor cerințelor grupurilor de clienți a băncii;
- Implementarea diferitor programe de motivare a clienților.

Așa abordare permite de a păstra baza de clienți, și de a atrage un număr esențial de clienți noi. În decursul anilor se planifică de a atrage peste 6 006 persoane, dintre care 90 % sunt persoane fizice și 10 % - persoane juridice.

Banca consideră că factorul principal, ce garantează atragerea resurselor de la persoanele juridice, este abordarea individuală față de clienții corporativi și majorarea numărului clienților activi.

În scopul atragerii resurselor se planifică o campanie de publicitate activă și activități privind promovarea imaginii Băncii, fapt care îi va permite să devină o instituție financiară renumită în rândul producătorilor locali.

Sunt preconizate următoarele direcții ale politicii de marketing:

- ✓ Îmbunătățirea calității de deservire
- ✓ Dezvoltarea în continuare a activității prioritare a băncii - creditarea persoanelor fizice și juridice;
- ✓ Elaborarea noilor tipuri de produse și servicii;
- ✓ Atragerea activă a persoanelor juridice în domeniul activității de casă și decontare (inclusiv, doritorii de a colabora cu Banca în domeniul proiectelor salariale);
- ✓ Atragerea clienților - persoane fizice pentru a primi transferuri bănești de peste hotare atât prin intermediul sistemelor de transferuri bancare cât și fără a deschide cont;
- ✓ Promovare activă a imaginii, produselor și serviciilor Băncii prin intermediul mass media;
- ✓ Participarea la expoziții.

Atragerea persoanelor fizice și juridice pentru deservirea în Banca noastră se va desfășura în baza ofertelor de servicii complexe, comode și avantajoase.

Pronosticul coeficienților și indicatorilor financiari pentru anii 2014-2016

| | 31.12.2014 | 31.12.2015 | 31.12.2016 |
|--|------------|------------|------------|
| Active lichide curente, % (Normativ 20%) | 31.19% | 31.48% | 29.81% |
| Lichiditatea pe termen lung (KP I=A/P, max 0,83) | 0.73 | 0.83 | 0.83 |
| Rentabilitatea activelor ROA (venitul net/total active), % | 1.47% | 1.28% | 1.52% |
| Rentabilitatea capitalului ROE (venitul net nedistribuit/capital actionar), % | 2.21% | 2.10% | 2.56% |
| Marja neta a dobinzii (Venitul net aferent dobinzilor/ Active generatoare de dobinda), % | 10.47% | 11.02% | 11.91% |
| Active generatoare de dobinda/active, % | 68.72% | 71.31% | 72.85% |
| Capitalul de gradul I (in mii lei) | 207 569 | 214 595 | 220 474 |
| Venitul (pierderi) net (in mii lei) | 5 153 | 5 120 | 6 412 |
| Total active (in mii lei) | 369 257 | 398 808 | 422 633 |
| Suficiența capitalului (CN / APR) | 107.92% | 102.69% | 97.53% |

