

Bank Zachodni WBK rozwijając swój system franczyzowy, w tym roku postawił na dwie rzeczy – integrację z oddziałami własnymi i maksymalny rozwój oferty produktowej. Bank wprowadził do oferty kilka nowych produktów, a do tego usprawnił proces obsługi. Wyniki sprzedażowe mijającego roku pokazują, że te decyzje były jak najbardziej słuszne.

Mimo trudnych warunków na rynku finansowym sprzedaż w kanale partnerskim wzrosła w niektórych produktach nawet kilkukrotnie. Porównując dane za wrzesień, październik i listopad 2009 i 2010 r. wartość sprzedaży kredytów gotówkowych wzrosła odpowiednio o 165%, 154% i ponad 260%. Jeszcze lepiej wypadają wyniki dotyczące kont osobistych. We wrześniu 2010 w kanale partnerskim otwarto aż 436% więcej rachunków niż rok wcześniej, w październiku o 176%, a w listopadzie „tylko” o 70% więcej. Podobnie wyglądają przyrosty sprzedażowe w przypadku lokat – wrzesień 295%, październik 160%, a listopad aż 456% więcej niż w roku poprzednim.

Dzięki szerokiej ofercie i możliwości sprzedaży różnych produktów Partnerzy Banku Zachodniego WBK mogą pozyskiwać różnych klientów, szybciej budować ich bazę, jednocześnie różnicując źródła swoich dochodów czyniąc swój biznes bardziej stabilnym.

Strategia rozwoju produktów oferowanych w placówce przekłada się nie tylko na dochodowość i stabilność poszczególnych placówek ale również na rozwój całej sieci. Dzięki takiej strategii sieć BZ WBK Partner utrzymuje dynamiczne tempo rozwoju i w ciągu dwóch ostatnich miesięcy 2010 r. w każdym tygodniu uruchamiał nową placówkę.

PROFIT system