

1 martie 2018

ING Bank România – creșterea cotei de piață în 2017 și dezvoltarea accelerată a businessului prin digitalizare

2017 - un an digital pentru ING România

- Home'Bank a înregistrat 830.000 de clienți activi în 2017, reprezentând 73% din totalul numărului de clienți, și 69,6 milioane de logări pe platforma digitală – cu 64% mai mult comparativ cu 2016. Peste jumătate dintre clienții ING au folosit aplicația de mobil.
- Peste 100 de milioane de tranzacții au fost înregistrate la POS și pe platformele de e-commerce în 2017 – cu 48% mai mult decât anul anterior.
- În 2017 ING România a inițiat și testat ING Business - o platformă digitală dedicată antreprenorilor.

Strategia digitală a urcat ING Bank pe o poziție mai bună în topul bancilor din România – locul 6, în funcție de active

- Creșterea consolidată a veniturilor până la 1,433 de milioane de lei în 2017 și a profitului brut la 584 de milioane de lei, pe fondul unei dezvoltări semnificative a portofoliului și numărului de clienți și al unui profil de risc bine controlat.
- Cota de piață în creditare a ajuns la 8,9%, iar valoarea netă a împrumuturilor a fost de 21,2 miliarde de lei în 2017 – cu 21% mai mare față de anul anterior.
- Cotă de piață în fonduri atrase a ajuns la 8,4%, depozitele totalizând 26,8 miliarde de lei în 2017 – cu 20% mai mult comparativ cu 2016.

Un număr mai mare de clienți și creștere comercială accelerată - rezultatele unui model de banking diferit

- Numărul de clienți activi a ajuns la 1.141.000 în 2017, ING Bank având cei mai digitalizați clienți din România
- ING România este numărul 1, în opinia clienților săi, conform Net Promoter Score¹.
- Relansarea produsului ING Card Complet a dus în 2017 la o creștere cu 25% a portofoliului de clienți

2017 – un an digital pentru ING România

Clienții ING România interacționează din ce în ce mai mult cu banca prin platformele sale digitale și fac tot mai des plăți cu cardul.

Home'Bank a crescut semnificativ în 2017, raportând 830 000 de clienți activi care au accesat platforma de internet banking de 69,6 milioane de ori anul trecut, cu 64% mai mult decât în 2016. Numai în decembrie, numărul de logări a ajuns la aproape 8 milioane. 52% din totalul de clienți ING au folosit aplicația de mobil. Platforma Home'Bank a intermediat 22,3 milioane de tranzacții, cu 27% mai mult decât în 2016. Vânzările de produse prin platformă au fost cu 73% mai mari în 2017, comparativ cu 2016.

¹ Studiul analizează loialitatea și opinia clienților ING Romania despre produse, procese și servicii.

1 martie 2018

În 2017 au fost înregistrate peste 100 de milioane de tranzacții la POS și pe platformele de e-commerce, cu 48% mai mult decât în anul 2016. Tranzacțiile contactless au crescut cu 140% anul trecut, de la 28 de milioane la 67,2 milioane tranzacții.

Două oferte de retail principale au atras atenția clienților în 2017: ING Card Complet și creditul digital de nevoi personale. Relansarea contului ING Card Complet în 2017 a dus la creșterea cu 25% a numărului de clienți până la 713.000 de clienți care încasează veniturile la ING. În septembrie s-a lansat cu succes creditul de nevoi personale disponibil în Home'Bank prin intermediul semnăturii electronice - în 3 luni de la lansare, 13% din totalul creditelor de nevoi personale au fost oferite online. 1 din 6 români a ales în 2017 un credit de nevoi personale sau ipotecar de la ING.

„Avem o cultura a inovației, iar scopul nostru este să le oferim clienților o experiență care să ne diferențieze. De aceea, ne reinventăm platformele astfel încât să devină o soluție adecvată nevoilor financiare ale clienților noștri, introducând – spre exemplu – creditul digital prin Home'Bank sau o platformă dedicată antreprenorilor, cum este ING Business” – CEO Michal Szczurek despre strategia ING Bank în România.

2017 a fost un an digital și pentru segmentul dedicat companiilor. ING România a inițiat și testat cu clienții ING Business, platforma digitală pentru antreprenori, și a lansat la finalul anului trecut primul card de credit instant dedicat IMM-urilor din portofoliul său.

2017 – an de creștere comercială accelerată

Finalul anului 2017 a marcat o creștere comercială solidă pentru ING Bank România, care a avut venituri totale de 1,433 milioane lei, pe fondul creșterii continue a portofoliului de clienți activi care a ajuns la 1.141.000 de clienți. În 2017, ING Bank România s-a situat pe locul 6 în sistemul bancar românesc, după active. Profitul brut al companiei s-a ridicat la 584 de milioane de lei, iar profitul net la 493 milioane lei, în principal datorită unei dezvoltări echilibrate a portofoliului, unui profil de risc bine controlat și a creșterii numărului de clienți.

Excluzând veniturile excepționale obținute din vânzarea acțiunilor Visa în anul 2016, ING Bank România a obținut venituri cu 112 milioane de lei mai mari, cu 20% mai mult față de anul trecut, în timp ce profitul brut a crescut cu 143 milioane lei în 2017, cu 32% mai mare față de 2016. Luând în calcul veniturile obținute din vânzarea acțiunilor Visa din al doilea trimestru al anului 2016, veniturile companiei au crescut cu 9%, iar profitul brut cu 3%, ceea ce confirmă strategia solidă de dezvoltare a ING România. Investițiile în angajați și digitalizare au dus la o sporire a costurilor operaționale cu 87 milioane lei, totalizând 752 milioane lei, cu 13% mai mari față de anul trecut, ca urmare a diversificării activității, a creșterii numărului de angajați și a costurilor de reglementare.

Cu un management al riscului eficient și în contextul creșterii susținute a portofoliului de credite, costurile de risc înregistrate în 2017 au fost cu 5 milioane de lei mai mari față de anul anterior, nivelul provizioanelor ajungând la 97 de milioane de lei în total. Rata creditelor neperformante a continuat să scadă, de la 3,6% la 3,3%, fiind mult sub media pieței.

Creditarea a crescut per ansamblu cu 21% în 2017, de la 17,6 miliarde de lei la 21,2 miliarde, cu o alocare echilibrată între segmentul de persoane fizice (56%) și companii (44%). Astfel cota de piață în creditare a ajuns la 8,9%, de la 7,7%, cu o preferință clară pentru moneda locală, creditele în lei

1 martie 2018

reprezentând 76% din împrumuturile totale. Creditarea către IMM-uri a crescut cu 45% comparativ cu anul anterior.

Valoarea depozitelor a crescut în același ritm susținut, fondurile atrase totalizând 26,8 miliarde lei, cu 20% mai mult versus 2016. La finalul anului trecut, cotă de piață ING în fonduri atrase era de 8,4% comparativ cu 7,7%.

„Le propunem clienților noștri un model de banking diferit, care câștigă tot mai mult teren în România. În 2017 am fost, probabil, banca cu cea mai rapidă creștere organică. Le mulțumesc clienților și echipei ING pentru acest rezultat. Numărul clienților crește constant și, conform ultimului studiu Net Promoter Score, ocupăm primul loc în topul preferințelor lor. Sunt onorat să fim numărul 1 pentru clienții noștri din România” – completează CEO ING Bank România, Michal Szczurek.

Numărul clienților activi ING România a ajuns la 1.141.000 în 2017, modelul diferit de banking atrăgând 280.000 de noi clienți anul trecut. Compania s-a concentrat pe extinderea numărului de clienți cu venituri încasate la ING, aceștia totalizând la finalul lunii decembrie 713.000, cu 23% mai mulți decât în anul anterior. În categoria clienților mid-corporate, numărul clienților s-a ridicat la 13.000, cu 30% mai mult față de 2016.

ING a revenit pe piața românească de capital și s-a înscris ca participant în cadrul Bursei de Valori București la finalul anului trecut, din dorința de a diversifica oferta de produse și soluții de finanțare corporative dedicate clienților săi. În cadrul acestei strategii, ING a intrat și pe piața de finanțare a proiectelor imobiliare și urmărește selectiv oportunitățile din această industrie dinamică.

2017 - un an al transformărilor

Anul trecut compania s-a transformat și a adoptat un nou mod de lucru. ING România a făcut tranziția de la un mod de organizare tradițională, specific băncilor, la un model „agile” inspirat de gigantii din tehnologie, precum Amazon, Netflix sau Google. Livrarea unui număr mare de proiecte, procese și servicii este realizată acum de 11 „triburi”, organizate în echipe multidisciplinare care au responsabilitatea planificării și executării inițiativelor de schimbare. Noua abordare a îmbunătățit timpul de lansare pe piață, calitatea și competitivitatea produselor și a crescut productivitatea.

„Clienții noștri ne compară nu doar cu alte bănci, ci și cu alte platforme – fie că sunt financiare, tehnologice sau sociale. Atât timp cât așteptările clienților noștri se schimbă, ne schimbăm și noi. Credem că nu mai putem vorbi astăzi de banking tradițional, ci despre inovarea modelului de banking în beneficiul clienților care caută o soluție financiară simplă, sigură și rapidă” – a adăugat CEO Michal Szczurek.

2017 – un an al responsabilității

ING respectă principiile responsabile în modul în care operează pe piața din România. Corelată cu strategia de digitalizare, responsabilitatea se regăsește în sistemul de măsurare a impactului pe care îl au operațiunile companiei, precum și în implementarea unor politici responsabile în procesul decizional, luând în calcul riscurile sociale și climatice. ING România derulează un Program de Mediu extensiv, care include managementul responsabil al resurselor și o politică de reducere a consumului de hârtie.

1 martie 2018

În ceea ce privește responsabilitatea socială, în 2017 compania a investit 7,8 milioane de lei în programe de educație și susținere financiară (Financial Empowerment), precum Startarium și Banometru, dar și în programe de implicare în societate și filantropie. Premiat la competiția internațională a grupului ING, Empowerment Awards, Startarium a oferit educație antreprenorială unui număr de 17.000 de antreprenori în 2017 și a lansat primul program de tip incubator și accelerator dedicat start-up-urilor. Finanțarea totală a ajuns la 575.000 de lei pentru susținerea proiectelor antreprenorilor selectați prin competițiile Startarium. Anul trecut Banometru a lansat o platformă online pentru a oferi soluții de management financiar și a oferit consultanță personalizată unui număr de 500 de persoane cu dificultăți financiare, la nivel național.

În 2017, peste 5.000 de clienți ai băncii au susținut cauze sociale prin Home'Bank și au donat circa 230.000 de lei, după ce ING a creat în 2016 o opțiune ce le permite clienților să se implice în inițiative filantropice, donând sau contribuind cu expertiza lor pentru susținerea unei cauze caritabile.

La nivelul companiei, aproximativ 1.000 de colegi s-au alăturat programelor de implicare în societate, oferindu-se voluntari, donând sau oferind expertiza lor pentru o cauză mai bună.

Rezultatele grupului ING

Numărul total al clienților la nivel de ING Group a crescut la 37,4 milioane în ultimul an, fiind numărul 1 în clasamentul Net Promoter Score în 9 dintre cele 13 țări în care este prezentă, inclusiv în România.

Per ansamblu, în 2017, s-a înregistrat o creștere netă a împrumuturilor de 26,9 miliarde Euro și o creștere netă de 19,0 miliarde Euro pe segmentul depozitelor. Profitul brut total al grupului în 2017 a crescut cu 2,4%, la 7,199 milioane Euro, iar randamentul capitalului (ROE) a crescut la 10,2%. Cheltuielile operaționale au crescut în cel de-al patrulea trimestru, pe măsură ce ING a accelerat investițiile în digitalizare.

Pentru mai multe detalii, contactați

Silvia Jalea
Senior Corporate Communication Specialist
T: 021 209 30 76; M: 0745 509 822;
silvia.jalea@ing.ro

ING

ING Bank România este parte a ING Group, instituție financiară internațională globală, care oferă servicii bancare unui număr de peste 37 de milioane de clienți individuali, companii sau instituții din peste 40 de țări. Înființată în 1994, ING Bank România este în prezent o bancă universală, oferind produse și servicii tuturor categoriilor de clienți – companii mari, medii și mici, instituții financiare, mici antreprenori și persoane fizice.

Misiunea ING este aceea de a-i susține pe oameni să fie cu un pas înainte, în viață și în afaceri.