

Григор Димитров е посланик на новия бранд на Пощенска банка - „ПБ Лични финанси“

Иновативната концепция „One Stop Shop for your Beyond Banking ideas“ предоставя на потребителите финансиране на следващо ниво

21 ноември 2023 г.

Григор Димитров е посланик на новия бранд „ПБ Лични финанси“ на Пощенска банка (*PB Personal finance by Postbank*), който от месец юни официално е част от водещата банкова институция. Световноизвестният тенисист е звездата в първата комуникационна кампания на бранда, която носи силното послание „Финанси за шампиони“. Това партньорство е логичен ход, защото мисията на Пощенска банка е да бъде иновативна банка за динамичните хора, които търсят модерни концепции, дигитални и финансови продукти, като им предоставя отличното клиентско изживяване. Клиентите разполагат с лесен достъп до персонализирани банкови решения с висока добавена стойност, а най-новата иновативна концепция „One Stop Shop for your Beyond Banking ideas“ предоставя на потребителите финансиране на следващо ниво.

„За посланик на новия бранд „ПБ Лични финанси“ избрахме един от най-успешните тенисисти в световната ранглиста Григор Димитров, защото в негово лице припознаваме качества, които описват и самите нас – професионално отношение и постоянство на усилията, устойчивост на представянето през годините, но в същото време е млад и динамичен, изключително гъвкав и различен от всички останали със своята игра. Той е винаги устремен към победа, усмихнат и позитивен, и в голяма част от тези определения откриваме изключително сходство с нашите виждания за правене на успешен бизнес. Водеща цел за нас като финансова институция е да сме максимално полезни за своите клиенти, а безупречното потребителско изживяване винаги е наш основен приоритет. В Пощенска банка разполагаме с дългогодишен опит в налагането на тенденции на пазара на финансови услуги, стремим се винаги към безупречна точност при предлагането на нашите продукти, предоставяме отлична бързина, иновативност и уникалност на своите финансови решения и банкови концепции, както и се различаваме с нестандартен подход на обслужване. Ключовото послание, с което обвързахме тази кампания, „Финанси за шампиони“ е в унисон с постиженията на Григор Димитров като шампион в света на тениса и с нашите постижения в света на банкирането“, коментират от Пощенска банка.

Продуктите и услугите, предлагани от „ПБ Лични финанси“, част от Пощенска банка, са насочени към потребители, които търсят сигурни, иновативни, бързи и лесни услуги, съчетани в перфектна комбинация с удобството на дигиталните решения, личния контакт и прозрачното човешко отношение, както и със задължителното ниво на сигурност и надеждност на процесите и предлаганите продукти. С концепцията „One Stop Shop for your Beyond Banking ideas“ стремежът на институцията е да предлага персонализирани финансови решения, които имат изключителна добавена стойност за клиента, а дори и надминават неговите очаквания. Създаването на най-новата платформа на бранда – digitalmall.pbpf.bg е и първата стъпка в тази посока.

Дигиталният портал предоставя изключителни предложения за едни от най-търсените банкови продукти. Клиентите имат достъп до бърз и улеснен процес на кандидатстване за потребителски кредит за суми до 80 000 лв. и срок на изплащане до 96 месеца. Стартираме с наши ключови партньори, сред които магазини Zora, Mr. Bricolage, Sport Depot и Plesio, където клиентите имат шанс да направят покупката си при повече от атрактивни преференции – от една страна, те имат възможност да получат ваучер-подарък за следващо пазаруване, а от друга може да спечелят отстъпка под формата на кешбек, ако пазаруват на вноски през кредитната си карта от „ПБ Лични финанси“, съгласно нейните условия. Специално предложение в digitalmall.pbpf.bg ще открият и

всички притежатели на кредитна карта Mastercard от „ПБ Лични финанси“, които до края на година имат шанс да се включат в томбола и да спечелят бонус.

Освен това се прилага удобен дигитален процес на кредитиране, който помага на клиента при избор на оферта, онлайн заявка само за минути, както и бърз процес на обработка и подписване. Според данни на Пощенска банка средното време при кандидатстване за кредит в „ПБ Лични финанси“ е 5 минути, в 91% от запитванията времето за вземане на решение от страна на банката е под 1 минута, като 70% от клиентите на банката предпочитат да подписват договорите си изцяло електронно.

Новият бранд „ПБ Лични финанси“ е не само част от стратегическото развитие на Пощенска банка като системна за пазара банка, предлагаща иновации и персонализирани финансови решения за удобство на своите клиенти, но и от ключово значение за групата Юробанк, разширяваща дейността си на значими регионални пазари. Само няколко месеца след приключване на сделката по придобиването на дейността на „БНП Париба Лични финанси“, ребрандиран като „ПБ Лични финанси“, Пощенска банка отчита високи резултати и затвърждава водещата си позиция на пазара на потребителско кредитиране с предлагането на финансови продукти на над 1,2 милиона клиенти и предоставянето на 6,9 милиарда лева кредити за домакинствата.

Повече информация за „ПБ Лични финанси“, част от Пощенска банка и за нашите финансови услуги, може да бъде открита онлайн на <https://www.pbpf.bg/> и <https://digitalmall.pbpf.bg/>.