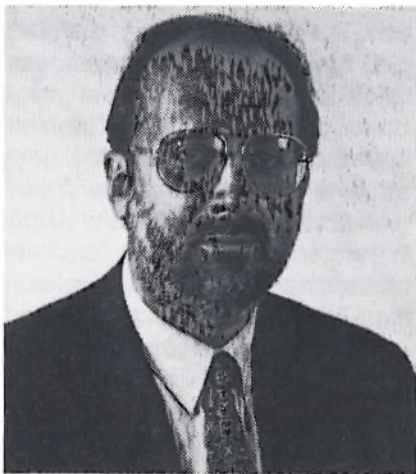


Sikersztori



– Emlékeztetek az utóbbi évek bankbotrányai, de a politikai és gazdasági közélet is naponta jelez új feszültségeket a bankvilágban; általában a pénz világa és a sajtó, a pénzvilág és a közvélemény viszonya elég robbanékonynak látszik napjainkban. Milyen mértékben érinti mindez az Önök bankjának marketing-stratégiáját, PR- és sajtóviszonyait?

– Valóban sűrűn hallani botrányokról a pénzvilágban, a gazdálkodó szervezeteknek túl sok minden nehezíti az életét, de mi már hosszú ideje botránymentesek vagyunk: sokat írnak rólunk, szerepelünk a sajtóban, de szinte kizárólag pozitív hangon; üzenetünk torzítás nélkül jut el a közvéleményhez. Nyitottnak kell lenni, anélkül, hogy hajszolná az ember a publicitást. A sajtókapcsolatnak is megvan a maga eleganciája. Most viszont barátkozunk meg azzal a fogalommal, hogy „banktudatosság.” Maga a szó nekem se tetszik, de nagyon fontos társadalomlélektani folyamatot tesz érthetővé: arról van szó, hogy *ahogyan növekszik a lakosság banktudatossága, vagyis az, hogy észérvek, sajtókampányok, reklámok és a PR-munka meggyőző erejének hatására választhat a*

Dr. Láng Lászlónak, a Kereskedelmi Bank Rt. igazgatósága elnökének társaságában kellemes beszélgetésben volt részünk egy novembervégi reggelen. A bank újjávarázsolt épülete a Vigadó mellett, a pesti Dunakorzón nemcsak a bankokban ügyesen forgatott milliárdok erejét és hatalmát hirdeti, de a nálunk még szokatlan biztonsági rendszert is mintha egyenesen a Wall Streetről vették volna át... A Marketing & Menedzsment szakmai melléklete ezúttal a bankvilágról, a bankok, a menedzsment és a marketingmunka kapcsolatáról kívánt összegyűjteni friss információkat, stratégiai értelemben is használható háttéranyagot. Nos, a legkevesebb, amit elmondhatunk, hogy az elnök úrbán partnert találtunk ehhez! A beszélgetés egész légköre még arra is biztosítékot adott, hogy a szakmai hitelesség egy sajátos pszichológiai értékkel: az érzelmi ráhangolódás, az optimizmus és problémaérzékenység jeleivel is tartós kötést alkothat... Talán ez minden igazi sikersztori titka?

banki szolgáltatások különböző szintjei között – tehát szabadon választhat mindenki, akinek pénze van, bankot és banki szolgáltatást –, úgy növekszik a kockázat iránti tűrőképesség is! Régen azt mondtuk, „megyek az OTP-be”, most 40–50 bank várja izgalmas ajánlatokkal a kisbefektetőt és minden új banki tevékenység a kockázat elemével gazdagodott! A pénzt tehetségesen forgató polgár és a bankvilág stílusjegyeit magára öltő „szabadság birodalma” között szélesre tárultak a kapuk, teljes az átjárhatóság. *izgalmas játéktér nyílt: a kötvények, a betéti formák, a különböző futamidejű lekötések, kamatváltozatok közötti szabad válogatásra hívja a kisbefektetőt is korunk új jelensége, a „banktudatosság”. Hozadéka százmilliárdokban mérhető.*

Másrészt azon is el kellene gondolkodnia az utca emberének, aki a bankban – jogosan – partnert keres, hogy miként ajánlhat egyik másik bank aránytalanul nagy kamatot? Ismerni kellene azt a kényszerpályát, amelyen egy likviditási gondokkal küzdő bank mozog; vagy ráérezni annak a pénzbefek-

tetési technikának a „titkaira”, amellyel egy-egy bank „elhúzhat” a mindenkinél magasabb kamatok kockázata felé.

Ezen a hullámvasúton, a magas kamat iránti vágyaink nyomán, akár az egész tőkénk is elveszhet, de a kockázat másik végén elérhetjük, hogy pénzünk biztonságosan jövedelmezzen. Ennek a nagy kockázatok is bekalkuláló szemléletváltásnak még csak az első félidejében vagyunk, de kezd élesben menni a küzdelem – a bankok adtak is, kaptak is gólokat. És kezdik érezni azt is, hogy *nem a pénzért való élet-halál-küzdelem a tét*, hanem az egyenrangú partnerek közötti kooperáció adja majd meg mindennek a nemzetgazdasági hasznát, értelmét. A banki szféra megtalálja az ezredfordulóhoz illő ritmust – ne annyira a botrányaikra figyeljünk, hanem halljuk meg a napi zűrzavar mögött a banki „szférák zenéjét”, a *szabad* pénzpiac vonzó filozófiáját. Korunk embere, a szabad polgár, már élvezni tudja a kockázatban rejlő izgalmat is, és banktudatosságát őszinte információkból építi. A mi bankunk tényleg partner ebben...

– *Következő kérdésem egészen gyakorlatias: Mik a tapasztalatai a bankprivatizáció pillanatnyi állapotáról és mik a prognózisai – különösen ami a bank marketingmunkáját illeti? Segíthet-e feloldani a marketing és PR-tevékenység a jelenleg tapasztalható elbizonytalanodást?*

– A privatizáció Magyarországon sajátos hullámmozgást mutat; amikor sok kis privatizáció egészséges ütemben zajlik éppen, alig esik szó róla, de néhány nagy privatizáció hetekig téma az újságok címlapján. *A legnagyobb hullámokat a politika csapja körülöttük, vannak ennek gazdaságidegen felhangjai. Ami a mi bankunkat, a Kereskedelmi Bankot illeti – amely állami tulajdonú nagybank, és rövidesen nagyon is érdekelt lesz a privatizációban –, nos nálunk az az igazi nagy feladat jelenleg, hogy növekedési pályára álljunk. A tartós, fenntartható növekedésnek látványos jeleit kezdjük tapasztalni. Nem azt akarom ezzel mondani, hogy a privatizáció pillanatnyilag ne szerepelne minden gondolatunk háttérében, de a tartós növekedési pályán haladva is, ez rendkívül gondos elemzést igényel! Nem zárkózunk el attól, hogy tőkeemelés révén kisebbségi stratégiai vagy intézményi partner jelenjen meg a bank tulajdonosai között. Ugyanakkor még korai, hogy mindezt nagyszabású sajtómunkával segítsük elő, vagy éppen sietessük: most a házon belüli munkán van a hangsúly. Úgy számítom, hogy talán másfél év múlva mutatjuk majd be a bankot potenciális külső partnereink előtt, a mozgó tőke világában; akkor kerül majd a szép menyasszony eladósorba.*

Akkor már *fenntartható lesz a növekedési állapot, vonzó a lendület, az éppen szükséges tőkeemeléssel. Az állami tulajdoni hányad eladásával így remélheti gazdasági életünk a legtöbbet ettől a bankprivatizációtól.* Jelenlegi munkánk során azt tapasztaljuk, hogy ennél

jobb ütemezés most nem képzelhető el.

– *A bankprivatizációs folyamatban van-e valami burkolt (vagy félig nyílt) érdekütközés; a kritikus elágazási pontokon lehet-e (és kell-e) megtalálni a sajtótámogatás ellentmondásos erejét? Vagy előnyösebb ilyenkor visszahúzódnia dolgozni?*

– Az, hogy egy-egy partnerrel tárgyalásink milyen szakaszban tartanak, természetesen nem igényel semmiféle nyilvánosságot. Privatizációs stratégiánkból azonban nem csinálunk titkot. Az, hogy a nagyon belátható időben lehetőleg tőkeemeléses privatizációra készülünk mi is, miután elfoglaltuk pozíciónkat egy fenntartható növekedési pályán – ez mindenkire tartozik, aki nálunk tartja vagy fogja tartani pénzét, tőlünk vár kedvezményes hitelt, vagy éppen velünk kapcsolatban fejlődik ki az a speciális szakértelme, amellyel otthonosabban mozog majd a pénzülvilágban. A jó sajtókapcsolat számunkra létkérdés, csak éppen a legmélyebb banktitkokat nem érintheti.

Ha pedig egy újságíró bankbotrányokról ír, mert tényfeltáró munkája közben ilyenekre bukkan, akkor az nem a szenzációéhes újságíró „bűne”, hanem az adott banké...

– *Most beszéljünk arról, hogy felkészült-e a Kereskedelmi Bank az új devizatörvénynek arra a következményére, hogy a hitelkártyán lévő forintunk külföldön dollárrá, márkává, fonttá változhat alig néhány hét múlva? Ez a kérdés sokakat izgalomba hoz – az én nemzedékem évtizedek óta várja a forint effajta konvertibilitás-variánsát...*

– Megpróbálunk a január elsejei határidőre felkészülni, a mi bankunk tartani tudja a menetrendet. Megvan hozzá a fedezet. Az egyetlen gond az, hogy itt egy *informatikai kihívásnak* eleget kell tennünk. A terhelések és átutalások ritmusa, a számítógépes rendszerek egy-

máshoz illeszkedése rendben lesz. A mi bankunk két nagy rendszerbe lép be, más magyar bankokhoz hasonlóan. Duális részvételt akarunk a nemzetközi kártyarendszerekben. Az elfogadóhelyek preferenciáit figyelembe véve ez majdnem teljeskörű elfogadást jelent majd. Ha meg tudjuk csinálni időben, akkor ez abból a szempontból, hogy az ügyfél mit érzel egy bank szolgáltatásainak színvonalából – kiváló referenciánk lesz! Az ügyfelek bizalma nagymértékben növekedni fog. *Az egész magyar bankrendszernek nő most a „bizalmi tőkéje”, az ügyfél pedig külföldön elegánsabbnak érzi majd magát... Európáinak. Jókor jött ez a változás és nagyon jó irányú.*

– *A pénzügyi törvény nehezen születik. Mi várható, ha végül mégis életbe lép? Mit kell majd módosítani a sajtókapcsolatokban, a marketing- és PR-munkában?*

– Annyi változata kering e lassan készülgető törvénynek, egyre több a váratlan változás benne, nem érdemes mostani formájában nekünk itt most áttekinteni – de válasszuk ketté a kérdést. A pénzügyi törvényről *most* abszolút felelőtlenség volna akár jót, akár rosszat mondani. Ami viszont a *sajtómunkánkat* illeti, itt megerősítem: *lényegi változásokra* van szükség! Ez a bank eddig eléggé arculat nélküli volt, vagy azzá lett az utóbbi években; kissé elmosódtak körvonalaink a sajtótükörben. Még a nevünk is kissé bizonytalan – a mostani éppen az ötödik. Amióta pedig már – és még – nem vagyunk Kereskedelmi és Hitelbank, telefonkönyvi címünk is rejtélyeskedik. Logóink azonban a régi, és a *pillanatnyilag* nem létező Kereskedelmi és Hitelbankra utal.



Viszont január elsejétől minden rendeződik. Egyesülünk az IBUSZ Bankkal és új (rég) nevünk megint a büszkén – és rövidítésében eddig is vállalt – Kereskedelmi és Hitelbank lesz. Vizuálisan ezt a nevünket jelző szimbólumot minden magyar és külföldi partnerünk megszokta; tényleg jó. De mindennél fontosabb, hogy mozgásterünk most már éppen a *hitel* – a lakossági hitelek – visszaszerzett világában növekszik majd meg, ahogyan egy univerzális bankhoz illik. *Jogos tehát a „kereskedelmi” mellett a „hitelbanki” jelleg képi és tartalmi hangsúlyozása.*

Egy univerzális bankban a marketingmunka fontosabb, mint amilyen a mi „kereskedelmi bank” korszakunkban volt, amikor főleg nagy

cégeknek végeztünk banki szolgáltatást, kevés hangsúlyt helyezve a lakossági hitelformákra. Ötven száz kiemelt vállalati ügyfél helyett jó minőségű banki szolgáltatást *sokezer* ügyfélnek csak akkor adhatunk, ha újjászületik bankunk marketing-tevékenysége, sajtókapcsolata, PR-munkája.

A megtakarítások biztonságán, reális hozadékan, kamatain kívül új „termékekkel” is piacra lépünk: mégpedig elsősorban a *hitelkezési* oldalon adunk majd új szolgáltatásokat. Nagyon nagy hiány van ma Magyarországon lakossági hitelekben! Elég a lakáshitelt említeni... Aki itt gyorsabban lép, versenyelőnyhöz jut.

Mozgásterünk is, fejlődési ritmunk is az utóbbi hónapokban szín-

te azonossá vált a magyarországi pénzügyi kihívásaival.

Jól mennek a dolgaink – sokat fogunk még találkozni, akár a marketingről, akár a bankvilág sajátos lélektanáról, vagy inkább filozófiájáról, akár a bankunkra kíváncsi „tényfeltáró újságírásról” lesz is szó. – Örülünk az érdeklődésnek, gyertek máskor is – vált át a szó tegezésre, *és az igazgatóság elnökétől nem annyira mint egy nagymúltú és még nagyobb jövőjű hatalmas bank egyik vezéréből búcsúzunk, hanem inkább mint barátból... Ide még vissza kell jönnünk – a sikertörténet folytatása következik. Talán már jövőre...*

(Az interjút dr. Erőss László készítette.)

A Német Szövetségi Köztársaság tanácsadási programmal támogatja a magyar kis- és középvállalkozásokat

Pontosan másfél év telt el azóta, hogy a Német Szövetségi Köztársaság Képviselőtársaság Ausgleichsbank a START-hitelprogram után életre hívta kis- és középvállalkozói tanácsadási programját. E program keretében az igénybe vevő megalakuló, illetve négy évnél fiatalabb vállalkozások szakmai támogatást kapnak különböző vállalkozásvezetési kérdések (stratégia, marketing, pénzügyek stb.) megoldására, versenyképességük növelése és hosszú távú fennmaradásuk biztosítása érdekében.

A program irányítója a Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft e. V. bajorországi szervezete (RKW Bayern), amely Budapesten képviselőtársaságot hozott létre a tanácsadások koordinálására. A tanácsadást kizárólag az RKW által akkreditált és folyamatosan továbbképzett, a

legkorszerűbb szakmai ismeretekkel rendelkező, tapasztalt magyar vállalati tanácsadók végzik, az alábbi főbb témakörökben:

- stratégiai és vállalati/üzleti tervezés
- szervezetfejlesztés
- rendszerszervezés
- válságkezelés
- korszerű menedzsment
- logisztika és anyaggazdálkodás
- piacelemzés
- termékkialakítás
- beszerzés- és értékesítés-tervezés
- reklám, PR
- pénzügyi tervezés
- finanszírozás likviditás
- költségszámítás és controlling
- személyzeti tervezés
- irodaszervezés

• számítógépes rendszerek kialakítása

• a vállalati környezet kérdése (természetesen más témakörök is választhatók)

Egy-egy vállalkozás működése során egy alkalommal legfeljebb hat támogatott tanácsadási napot vehet igénybe. A tanácsadás díjának átlagosan mintegy felét, de maximum nyolcvan százalékát a Német Szövetségi Köztársaság fedezi.

Érdeklődését fogadja, további információkkal szolgál az RKW budapesti képviselőtársasága

1115 Budapest, Etele út 68.

Tel.: 203-0304/4300

Fax: 203-0304/4290

vagy

Szabó György

akkreditált tanácsadó

1145 Budapest, Amerikai út 30.

Tel./Fax: 164-3205