

Strategia Grupy mBanku na lata 2020-2023

Rośniemy z klientami i dzięki nim



Warszawa, 12 grudnia 2019

Zastrzeżenie prawne

Niniejsza prezentacja oraz informacje w niej zawarte (chyba, że zostało wskazane inaczej) zostały przygotowane przez mBank S.A. (dalej jako „Bank”) wyłącznie w celach informacyjnych („Prezentacja”). Uzyskując dostęp do Prezentacji oraz uczestnicząc w spotkaniu, na którym niniejsza Prezentacja zostanie przedstawiona należy uznać, że (i) wyrazili Państwo zgodę i zobowiązują się do przestrzegania wszelkich wskazanych poniżej ograniczeń oraz (ii) potwierdzają Państwo, że rozumieją sankcje prawne i regulacyjne związane z niewłaściwym wykorzystaniem, ujawnieniem lub przekazywaniem informacji zawartych w niniejszej Prezentacji. Niniejsza Prezentacja jest publikowana wyłącznie w celu przedstawienia informacji związanych z przyjęciem Strategii Grupy mBanku na lata 2020-2023. Niniejszy materiał pozostaje bez związku z komunikatem Commerzbank AG z dnia 26 września 2019 r. w sprawie zatwierdzenia strategii obejmującej m.in. potencjalne zbycie akcji Banku, o którym Bank informował w raporcie bieżącym 37/2019 z dnia 26 września 2019 r.

Niniejsza Prezentacja nie zawiera wszystkich informacji, które mogą być wymagane przez odbiorcę do dokonania właściwej oceny Banku i nie może zastępować niezależnego osądu. Bank przygotował niniejszą Prezentację w oparciu o źródła pochodzące od osób trzecich, które Bank uznaje za zasadne oraz w oparciu o jego własne informacje. W zakresie jakim to możliwe, dane dotyczące sektora, rynku i pozycji rynkowej zawarte w niniejszej Prezentacji pochodzą z oficjalnych ogólnie dostępnych źródeł lub informacji pochodzących od osób trzecich. Wspomniane informacje rynkowe zostały uzyskane ze źródeł i/lub obliczone na podstawie danych dostarczonych przez osoby trzecie wskazane w niniejszej Prezentacji bądź pochodzących od Banku, jeżeli nie zostały przypisane wyłącznie źródłom pochodzącym od osób trzecich. Ponieważ powyższe informacje rynkowe zostały przygotowane po części na podstawie danych szacunkowych, ocen, korekt i opinii, których podstawą jest doświadczenie Banku lub źródeł pochodzących od osób trzecich oraz ich znajomość sektora gospodarki, w którym Bank prowadzi działalność, a nie zostały zweryfikowane przez niezależną osobę trzecią, wspomniane informacje rynkowe są w pewnym zakresie subiektywne. W prezentacji nie zostały złożone żadne zapewnienia ani gwarancje niezależnie czy sformułowane w sposób wyraźny, czy dorozumiany i nie należy polegać na przekazanych informacjach lub opiniach w zakresie ich rzetelności, dokładności, kompletności i poprawności. Powyższe dane szacunkowe, oceny, korekty i opinie uważa się wprawdzie za racjonalne i uzasadnione, a przygotowane informacje rynkowe za prawidłowo odzwierciedlające sektor gospodarki i rynek, na którym Bank prowadzi działalność, tym niemniej nie można zapewnić, że takie dane szacunkowe, oceny, korekty i opinie są najbardziej odpowiednie dla dokonywania ustaleń dotyczących informacji rynkowych lub że informacje rynkowe przygotowane przez inne źródła nie będą się istotnie różnić od informacji rynkowych zawartych w niniejszej Prezentacji. Bank nie jest zobowiązany do aktualizacji danych przedstawionych w niniejszej Prezentacji.

Prezentacja zawiera pewne dane finansowe, które nie stanowią wskaźników finansowych w rozumieniu Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”). Wskaźniki zostały w określony sposób zdefiniowane przez Bank i mogą nie być porównywalne ze wskaźnikami o podobnym tytule, które zostały przedstawione przez inne spółki, ani nie powinny być traktowane jako alternatywa dla historycznych wyników finansowych lub innych wskaźników wyników Banku opartych na MSSF.

Niniejsza prezentacja może zawierać również stwierdzenia dotyczące przyszłości, opinie, szacunki i projekcje („Stwierdzenia dotyczące przyszłości”), za które Bank nie ponosi odpowiedzialności. Stwierdzenia dotyczące przyszłości nie stanowią prognoz wyników finansowych Banku i wiążą się z szeregiem znanych i nieznanymi ryzyk, niepewności oraz innych istotnych czynników, które pozostają poza kontrolą Banku i mogą wpłynąć na jego wyniki, poziom działalności, osiągnięte cele i spowodować, że będą one istotnie różne od zakładanych przyszłych wyników. Stwierdzenia dotyczące przyszłości nie stanowią gwarancji przyszłych wyników, a rzeczywista sytuacja finansowa, strategia biznesowa oraz plany Banku mogą znacząco różnić się od tych wskazanych lub sugerowanych przez stwierdzenia dotyczące przyszłości zawarte w niniejszej Prezentacji. Rzeczywiste przyszłe wyniki Banku i procesy mogą się istotnie różnić od tych zaprezentowanych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości zawartych w niniejszej Prezentacji. Bank nie zobowiązuje się do weryfikowania ani potwierdzania bądź publikowania aktualizacji stwierdzeń dotyczących przyszłości w przypadku jakichkolwiek zmian, które będą miały miejsce po dacie niniejszej Prezentacji.

Niniejsza Prezentacja nie stanowi oraz nie powinna być interpretowana jako oferta sprzedaży lub emisji, ani jako zaproszenie do złożenia oferty kupna, subskrypcji lub nabycia papierów wartościowych Banku, ani jako zachęta do podjęcia działalności inwestycyjnej w jakiegokolwiek jurysdykcji, w której taka oferta, zaproszenie, nakłanianie lub sprzedaż byłyby niezgodne z prawem lub wymagałyby rejestracji, ani nie stanowi reklamy w rozumieniu art. 53 ust. 1 Ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Niniejsza Prezentacja ani żadna jej część nie będzie stanowić podstawy żadnej umowy ani zobowiązania, a także nie należy na niej polegać w związku z jakąkolwiek umową lub zobowiązaniem. Niniejsza Prezentacja nie stanowi rekomendacji dotyczącej jakiegokolwiek papierów wartościowych Banku. Rozpowszechnianie niniejszej prezentacji w jakiegokolwiek jurysdykcji może być ograniczone przepisami prawa, a osoby, które wejdą w posiadanie niniejszej prezentacji powinny uzyskać informacje na temat i przestrzecą wszelkich obowiązujących wymogów prawnych i regulacyjnych. Nieprzestrzeganie powyższych ograniczeń może stanowić naruszenie przepisów lub odpowiednich regulacji w danej jurysdykcji.

Podsumowanie: Jaki będzie mBank?

W horyzoncie strategii na lata 2020-2023:



Będziemy kontynuować strategię **organicznego wzrostu**, opartego na **akwizycji młodych klientów** oraz dynamicznych **firm** z perspektywicznych branż.



Będziemy **towarzyszyć** klientom w kolejnych **etapach życia i rozwoju**, projektując nasze produkty, serwisy, kanały dostępu i model obsługi, adekwatnie do ich **potrzeb**.



Pozostaniemy **najwygodniejszym bankiem transakcyjnym**. Zapewnimy naszym klientom **łatwość i szybkość użytkowania**, wysokie **standardy bezpieczeństwa**, zaawansowaną platformę, **personalizację** i premię za lojalność.



Będziemy budować nasze usługi w oparciu o paradygmat **mobile first**, zwiększając udział sprzedaży i obsługi w **sferze cyfrowej**.



Zintensyfikujemy **optymalizację, automatyzację i digitalizację** procesów wewnętrznych, co przełoży się na oszczędności i **zwiększoną sprawność operacyjną**.



Będziemy systematycznie **poprawiać naszą rentowność**, dzięki rosnącym dochodom, dobrej dyscyplinie kosztowej i ostrożnemu zarządzaniu ryzykiem, a **korzystnie zmieniająca się struktura bilansu** przełoży się na polepszenie marży odsetkowej.

Strategicznym celem mBanku jest pozostanie w gronie czołowych banków w Polsce pod względem kluczowych miar finansowych

Cele finansowe Grupy mBanku na lata 2020-2023

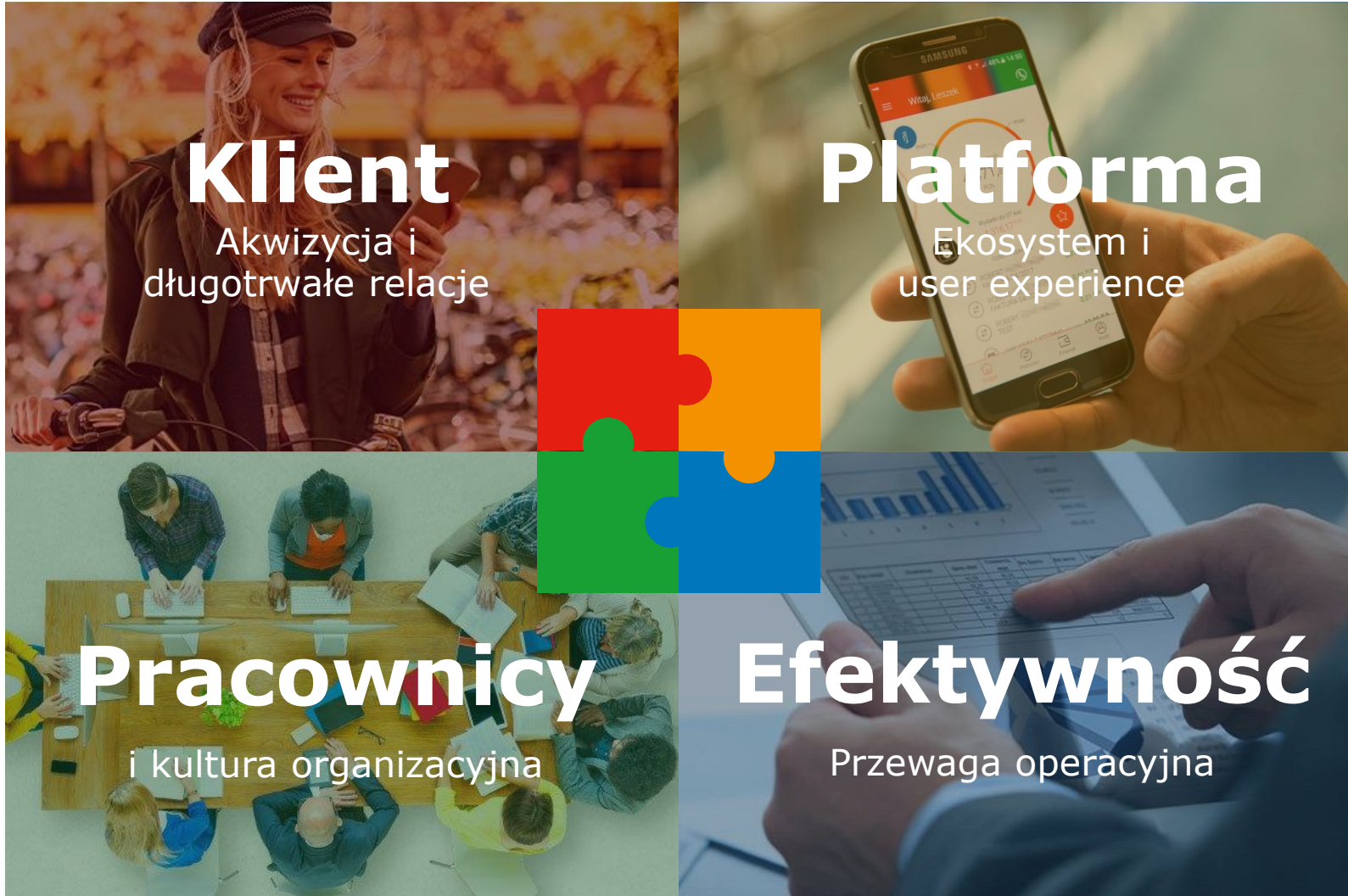
Miernik	Poziom docelowy	Poziom obecny
Zyskowość	w 2023 roku	9M 2019 (znormalizowany)
Marża odsetkowa (NIM)	~ 3,0%	2,7%
Wskaźnik koszty/dochody (C/I)	~ 40%	43,4%
Zwrot na kapitale (ROE netto)	~ 10,5%	7,9%
Stabilność	w każdym roku	30.09.2019
Relacja kredyty/depozyty	w przedziale 92-94%	90,3%
Współczynniki kapitałowe	końcoworoczne min 1,5 p.p. powyżej wymagań KNF	ponad 2,2 p.p. dla współczynnika Tier 1 oraz 2,3 p.p. dla TCR
Wzrost	CAGR 2019-2023	CAGR 09.2016-09.2019
Dynamika kredytów	~ 6%	8,7%
Dynamika depozytów	~ 6%	10,8%
Dynamika przychodów ogółem	~ 8%	9,7%
Dynamika kosztów ogółem	~ 5%	6,3%

Naszym celem jest wypłata 50% zysku netto w formie dywidendy.

Uwaga: Wskaźnik znormalizowany (dotyczy C/I oraz ROE) po 9M 2019 zawiera ¾ rocznej składki na fundusz przymusowej restrukturyzacji, księgowanej jednorazowo w I kw./19. Przy kalkulacji CAGR dla przychodów i kosztów dla okresu 09.2016-09.2019 użyto danych dla 4 kwartałów poprzedzających wskazaną datę, z wyłączeniem zdarzeń jednorazowych.

Cztery filary nowej strategii na lata 2020-2023 odpowiadają kluczowym komponentom naszego modelu biznesowego

W strategii na lata 2020-2023, Grupa mBanku skoncentruje się na 4 obszarach





Będziemy rosnać organicznie poprzez stałe pozyskiwanie nowych klientów, w szczególności młodych i firm. Wzmocnimy naszą pozycję w najbardziej dochodowej grupie wiekowej 30-45 lat.

Młodzi klienci

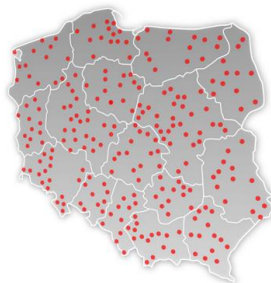
Utrzymamy naszą pozycję w następujących segmentach:

- Klienci w wieku 13-28 lat
- Start-upy
- E-commerce



Miasta średniej wielkości

Przy relatywnie wysokiej penetracji w dużych aglomeracjach, chcemy wzmocnić naszą pozycję w średnich miastach (obecnie ~7%)



Bankowość rodzinna

Wykorzystując społeczną rolę rodziców będących klientami mBanku, planujemy szybsze nawiązywanie relacji z klientami w wieku 8-13 lat



Profesjoniści

Będziemy zabiegać o segment profesjonalistów świadczących usługi dla innych przedsiębiorców (np. księgowych)





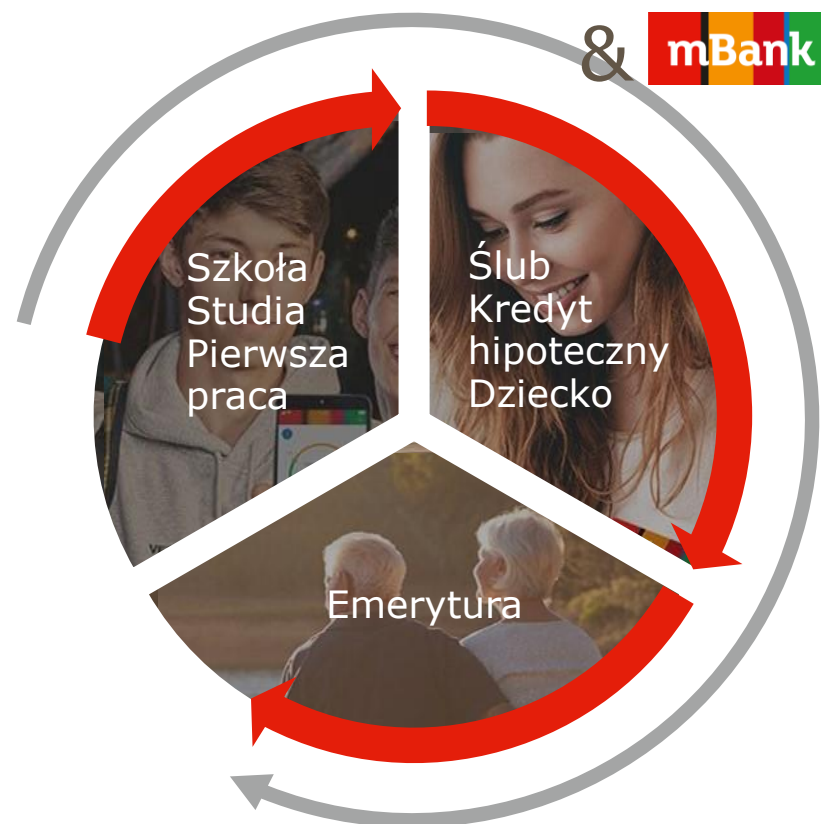
Poprawimy retencję klientów i ich lojalizację na przestrzeni cyklu życia.

Kluczowe fakty:

- Polskie społeczeństwo starzeje się
- W 2025 roku pokolenia 30- i 40-latków będą razem stanowić około 30% ludności Polski
- Udział mBanku w tej grupie jest relatywnie wysoki (~12%), jednak siła relacji słabnie

Planujemy:

- zidentyfikować najważniejsze etapy w życiu klienta
- rozpoznawać zdarzenia związane z trudnościami życiowymi, takie jak rozwód, choroby, wypadki, i proponować wsparcie
- utrzymać dochodowych klientów poprzez **produkty kotwiczące**: kredyty hipoteczne, produkty oszczędnościowe i inwestycyjne





Stworzymy platformę współpracy z klientem korporacyjnym opartą na partnerstwie, wygodzie i profesjonalizmie.



Długotrwałe relacje

- Bezpośredni kontakt jest istotny przy budowaniu relacji
- Dostępność lokalnych doradców

Kompetentni doradcy

- Klienci korporacyjni cenią profesjonalny, mniej formalny kontakt z bankiem
- Proaktywna postawa naszych pracowników
- Wiedza i przepływ doświadczeń

Automatyzacja procesów

- Wygodna bankowość korporacyjna
- Samodzielność w codziennej obsłudze dla korporacji
- Rozwój i dostarczanie prostych rozwiązań



Będziemy kształtować portfel klientów korporacyjnych antycypując trendy i zmiany w otoczeniu.

Kluczowe zadania:

- Mieć dynamiczne przedsiębiorstwa w portfelu
- Utrzymać zindywidualizowane podejście do dużych korporacji
- Rozwinąć platformę łączącą przedsiębiorców
- Wspierać klientów w budowaniu wartości (w tym fuzjach i przejęciach) oraz sukcesji
- Wspomagać i promować odpowiedzialne firmy

Realizacja:

- Budować wiedzę branżową, określać listy potencjalnych klientów ze wskazanych sektorów
- Tworzyć adekwatne polityki, procedury pracy, limity i palety produktowe
- Przeprowadzać badania przekrojowe portfela

Preferowane branże w portfelu korporacyjnym:





Rozbudujemy wiedzę o klientach w obydwu segmentach.



- Uporządkujemy dostępne dane o klientach korporacyjnych
- Pozyskamy dane z analizy rozmów z klientami detalicznymi

- Będziemy rozwijać voice analytics (narzędzie służące do kontekstowej analizy rozmów)
- Zorganizujemy dostępne dane, aby tworzyć użyteczną informację

- Będziemy lepiej rozumieć klienta
- Zoptymalizujemy zarządzanie kontaktami zarówno w contact center, jak i w placówkach
- CRM oraz pomiar efektywności kanałów sprzedaży



Zwiększymy prawdopodobieństwo polecenia usług mBanku przez obecnych klientów.

Decyzje bankowe u ponad 60% klientów wiążą się z poleceniem osób zaufanych.



Planujemy:

- najszybciej na rynku skutecznie „załatwiać sprawy”
- wyeliminować czekanie i zbędny wysiłek dla klienta
- doceniać lojalność
- personalizować doświadczenia
- być przewidywalni
- charakteryzować się bezkompromisową etyką działania
- zapewniać poczucie bezpieczeństwa niezawodnymi rozwiązaniami technologicznymi





Będziemy kontynuować założenia empatii w kontaktach z klientami oraz dbać o transparentność oferty.

- Uprościmy ofertę w każdej linii biznesowej, w tym cennik i taryfy
- Zmniejszymy ilość informacji marketingowych – No2Spam
- Zaoferujemy pomoc klientom, gdy nie powiedzie się operacja w systemie transakcyjnym, przy użyciu karty itp.



Będziemy kształtować korzystny wizerunek banku i uczynimy z marki magnes dla klientów detalicznych i korporacyjnych.

- Wzmocnimy wizerunek mBanku jako profesjonalnej instytucji
- Będziemy czerpać więcej z informacji zwrotnej od klientów, udoskonalimy organizację zgodnie z ich oczekiwaniami
- Poprawimy najważniejsze punkty styku z marką



Filary strategii Grupy mBanku na lata 2020-2023

Platforma (ekosystem i user experience)



Będziemy nieustannie ulepszać zdalne kanały dostępu do banku, stosując podejście digital first (mobile first).

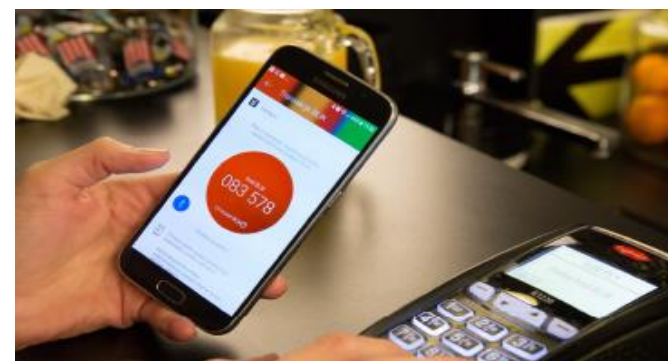
Stawiamy na kilka kierunków:

- cyfrowa asysta jako rewolucja w modelu obsługi: pracownicy pierwszej linii częścią kanałów cyfrowych
- e-Commerce UX (user experience): dodamy cyfrową asystę oraz personalizację ofert cenowych
- omnisprzedaż: lepsze raportowanie, zarządzanie zmianą i sprzedażą
- API: rozszerzymy zasięg platformy sprzedażowej i e-commerce

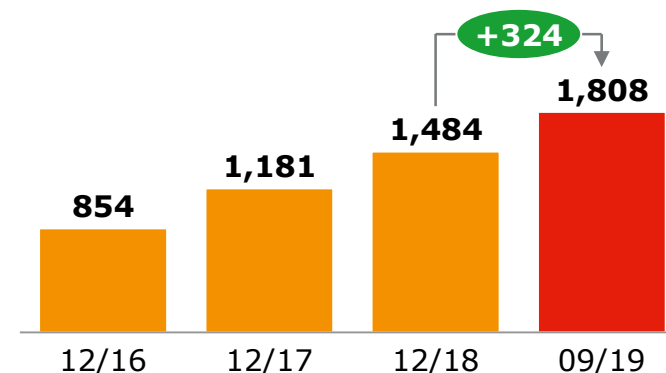
Transformacja modelu dystrybucji:
80% sprzedaży w kanałach własnych i API oraz 50% mobilnie w horyzoncie 4 lat

Wiodąca rola aplikacji mobilnej

Contact Center i placówki jako wsparcie kanałów zdalnych



Aktywni użytkownicy aplikacji mobilnej mBanku (tys.)



Filary strategii Grupy mBanku na lata 2020-2023

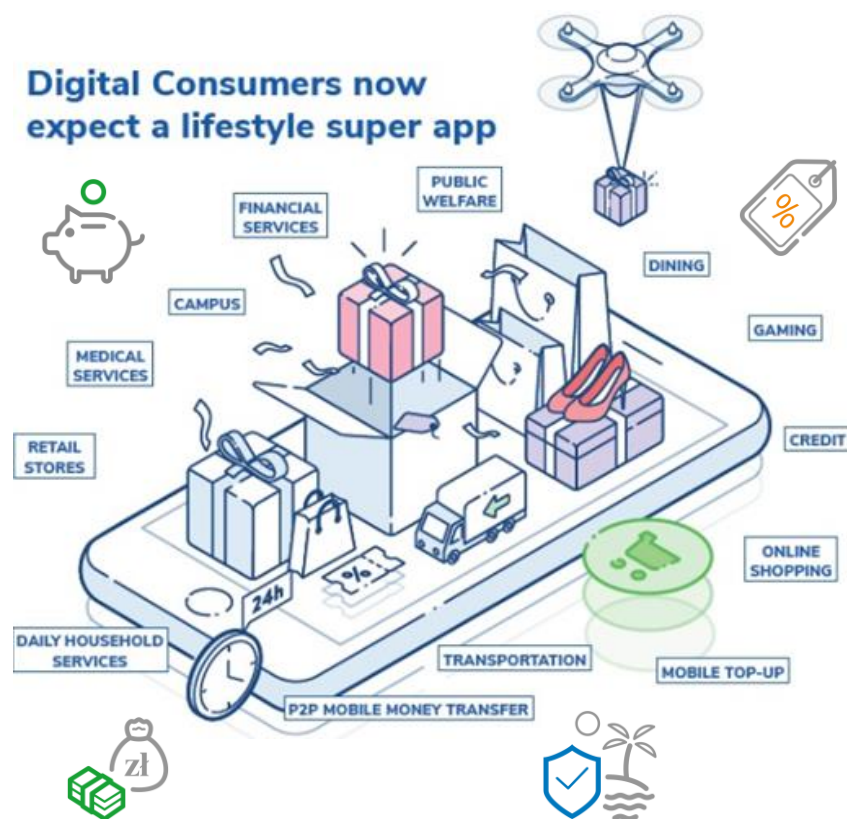
Platforma (ekosystem i user experience)



Rozwiniemy platformę detaliczną mBanku poprzez uzupełnienie jej o dodatkowe produkty i usługi, w tym niefinansowe, aby zapewnić klientom kompletność obsługi.

Spersonalizujemy naszą ofertę w zakresie:

- oszczędności, inwestycji i produktów skrojonych z myślą o emeryturze, korzystając z partnerstw
- innowacyjnego kredytowania:
 - szybkie decyzje kredytowe oraz efektywne wykorzystanie momentów okołotransakcyjnych do dystrybucji pożyczek niezabezpieczonych kanałami mobilnymi
 - zapewnienie najwygodniejszego i najszybszego kredytu hipotecznego na rynku
- wzbogacenie platformy o usługi dodane przy jednoczesnym ograniczeniu jej złożoności
- partnerstwa z wykorzystaniem API oraz współpraca z funduszem mAccelerator



Źródło: Schemat z Raportu RS2 „Open Retailing and Open Banking – Payments Industry Challenges”.

Filary strategii Grupy mBanku na lata 2020-2023

Platforma (ekosystem i user experience)



Zbudujemy najlepszą w Polsce ofertę bankowości cyfrowej dla korporacji.





Utrzymamy przewagę technologiczną w sektorze finansowym. Zoptymalizujemy architekturę IT, wykorzystując wiodące rozwiązania.



Przewaga technologiczna

Planujemy:

- większy zespół biznesowo-technologiczny
- inwestować w kompetencje pracowników (kwalifikacje techniczne i miękkie)
- opierać się na interdyscyplinarnych zespołach dostarczających rozwiązania od początku do końca (end-to-end)
- dalej uelastycznić naszą strukturę i organizację pracy



Architektura IT

Planujemy:

- zmigrować kluczowe aplikacje własne do nowoczesnego stosu technologicznego opartego na mikroserwisach do 2023 r.
- zwiększyć automatyzację procesów IT
- przenieść istniejące systemy na inne, tańsze platformy
- wykorzystać potencjał publicznej chmury obliczeniowej

Filary strategii Grupy mBanku na lata 2020-2023

Efektywność (przewaga operacyjna)



Zwiększymy zakres cyfrowej samoobsługi klienta.
Będziemy optymalizować sieć sprzedaży.



- Cyfrowy asystent i adaptacyjny interfejs użytkownika
- Automatyczny pomiar NPS i FCR
- Poprawa doświadczenia klienta w międzykanałowym procesie obsługi



- Utrzymanie liczby oddziałów na poziomie z 2020 r.
- Dostosowanie wyglądu i wyposażenia do ewolucji zwyczajów klientów



- Wdrożenie automatycznych asystentów tekstowych i głosowych
- Bezpieczny kontakt z bankiem na popularnych komunikatorach



- Nakłady na aplikacje mobilne oraz serwisy przeglądarkowe dla przedsiębiorców
- Personalizacja interfejsów ze wsparciem AI



Poprawimy sprawność operacyjną banku przez implementację na szeroką skalę automatyzacji oraz uproszczenie procesów.



Centralizacja procesów operacyjnych

- Przejęcie procesów w całości przez wyspecjalizowane jednostki operacyjne
- Odciążenie jednostek biznesowych
- Proces od początku do końca (end-to-end) w jednych rękach

Uproszczenie procesów wewnętrznych

- Ustalenie definicji właścicielstwa procesu
- Pomiar kosztów procesów
- Eliminacja przepływu papierowych dokumentów
- Edukowanie pracowników w zakresie różnych systemów w banku

Jednolita metodyka zarządzania operacjami

- Podejście oparte o najlepsze praktyki rynkowe
- Centralny system pomiarowy
- Najnowocześniejsze narzędzia do analityki i inżynierii procesowej

Filary strategii Grupy mBanku na lata 2020-2023

Efektywność (przewaga operacyjna)

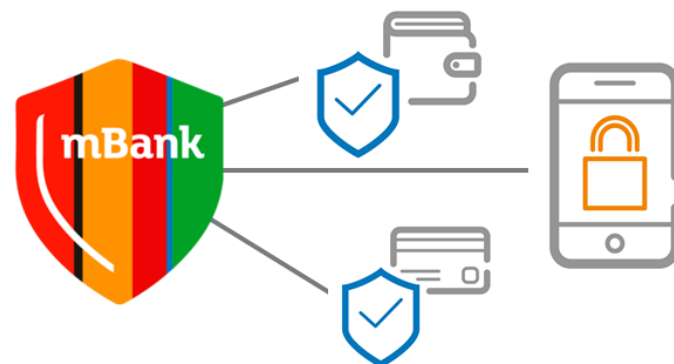


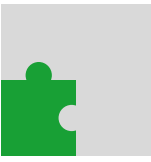
Skrócimy czas opiniowania i wewnętrznych konsultacji przy wdrażaniu nowych rozwiązań, zachowując pełną zgodność z regulacjami i wymogami compliance.



Będziemy zapewniać najwyższy standard bezpieczeństwa dla klientów.

- Utrzymamy inwestycje w programy edukacyjne dla naszych klientów z zakresu bezpieczeństwa
- Będziemy nadal intensywnie rozwijać rozwiązania chroniące naszych klientów
- Zastosujemy najnowocześniejsze technologie, w tym uczenie maszynowe, sztuczną inteligencję, biometrię





Przyjazne, wsparte technologią, środowisko pracy, które inspiruje do innowacyjności, oparte na trzech filarach:



Ludzie

Chcemy:

- kształtować mądrych **menedżerów**, którzy wiedzą, jak inspirować do rozwoju, zachęcać do dbania o klientów dzięki strategicznemu myśleniu, innowacyjności i gotowości do podejmowania wyzwań
- zachęcać **pracowników** do poszukiwania nowych rozwiązań, automatyzowania procesów i bycia otwartym na technologie
- działać zgodnie z przepisami i być empatyczni



Technologia

Planujemy:

- zwiększać efektywność pracy dzięki najlepszym aplikacjom, oprogramowaniu i sprzętowi
- automatyzować proste i powtarzalne czynności, aby nasi pracownicy mogli skupić się na kluczowych zadaniach
- wdrażać rozwiązania typu RegTech, które ułatwiają zapewnienie zgodności z wymaganiami regulatorów
- wykorzystywać nowe technologie w dziedzinie HR oraz analitykę predykcyjną



Kultura współpracy

Będziemy:

- promować nasze wartości
- stosować informację zwrotną we wszystkich procesach HR
- przełamywać struktury hierarchiczne
- wykorzystywać narzędzia wspierające mobilność i "zwinne" metody
- wdrażać system zarządzania celami (OKR)
- zwiększać różnorodność charakterów, osobowości, doświadczeń, płci i wieku

Strategia CSR mBanku będzie przynosić korzyści naszym klientom, pracownikom, środowisku i społeczeństwu

Strategia odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju mBanku

Główny cel

➤ Być w pierwszej trójce liderów społecznej odpowiedzialności w sektorze bankowym

Wytyczne

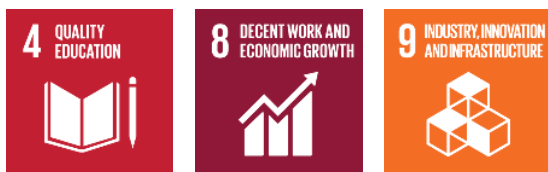
➤ Sustainable Development Goals określone przez Organizację Narodów Zjednoczonych

Obszary koncentracji

➤ Istotne dla nas SDGs wybrane spośród 17 generalnych celów podzieliliśmy na 3 obszary:



mBank edukuje



mBank dba o klimat i środowisko



mBank wspiera dobrobyt



Kluczowe cele CSR (1/3): mBank edukuje



Wspieramy rozwój edukacji matematycznej i wyrównujemy szanse edukacyjne młodych.

Organizacja i wsparcie krajowych konkursów i programów grantowych



Fundacja

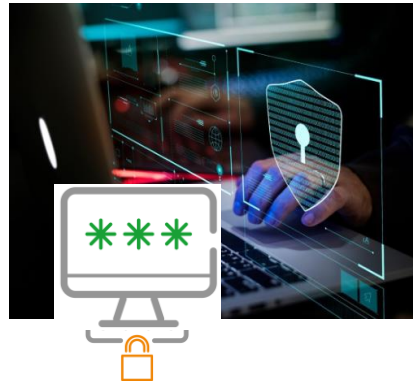


Równe szanse w dostępie do wysokiej jakości edukacji



Uczymy jak bezpiecznie korzystać z bankowości internetowej i mobilnej. Uwrażliwiamy klientów na zagrożenia związane z cyberprzestępczością.

Ochrona danych klientów i ich finansów



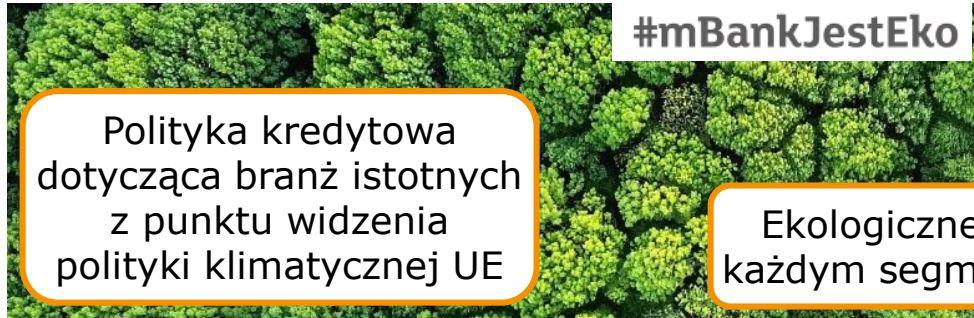
Kampanie społeczno-edukacyjne



Kluczowe cele CSR (2/3): mBank dba o klimat i środowisko



Ograniczamy nasz wpływ pośredni.



Polityka kredytowa dotycząca branż istotnych z punktu widzenia polityki klimatycznej UE


Ekologiczne produkty w każdym segmencie klientów




mBank w indeksie WIG-ESG (GPW)





Ograniczamy nasz wpływ bezpośredni.


Pomiar i zmniejszanie śladu węglowego 

Ograniczanie śladu środowiskowego floty samochodowej 

Segregacja śmieci & recykling 

Redukcja zużycia energii 

Oszczędzanie wody, papieru i materiałów biurowych 

Wybór dostawców według standardów ESG 

Kluczowe cele CSR (3/3): mBank wspiera dobrobyt



Wspieramy organizacje, które działają na rzecz dobrobytu społecznego.



Jesteśmy dostępni dla klientów z niepełnosprawnościami.



Działamy etycznie.



Komunikujemy się z klientami rzetelnie, jasno i przejrzysto.



Dbamy o różnorodność i równe szanse.

Wsparcie przedsiębiorczości kobiet



Okresowy audyt Fundacji Języka Polskiego



Gramy razem



Kontynuacja współpracy z WOŚP



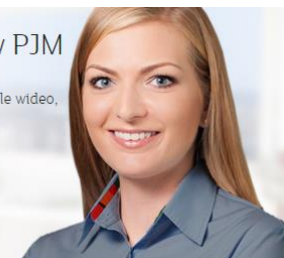
Kodeks działań etycznych mBanku

Polityka różnorodności



Ekspert online w PJM

Połącz się z Ekspertem w kanale wideo, w Polskim Języku Migowym.



Wszystkie cele zdefiniowane w nowej strategii są częścią misji mBanku, którą pozostaje:



***Pomagać.
Nie wkurzać.
Zachwycać...
Gdziekolwiek.***