

# Budowa marki mBanku i komunikacja z rynkiem

Warszawa, 20.11.2002r.

# Czas w cyberprzestrzeni nie płynie a ucieka, nam zależało by być PIERWSZYMI



Rynkowy darwinizm polega na tym, że przeżywają  
tylko najszybsi!!!

Co począć z



?

**BRE ze swoją silną, ugruntowaną pozycją i marką był Wielkim Bratem dla powstającego mBanku.**

**Czy jednak ta marka może odnieść sukces w Internecie?**

**Internet - nowy nośnik informacji, nie może być mierzony kategoriami tradycyjnymi**

**Skuteczne kreowanie marki w sieci polega na tworzeniu jej od**



# Marki tradycyjne *versus* marki internetowe

„ Posługując się tą samą marką jednocześnie w cyberprzestrzeni w świecie rzeczywistym rozmienia się ją na drobne. „



„Triumf i klęska dot.comów”  
Al i Laura Ries

marki tradycyjne	cyber-marki
ABC, NBC, CNN	Yahoo!
Sotheby`s, Christie`s	eBay
AT&T, Microsoft	America Online

Żadna z wymienionych tu marek tradycyjnych nie była w stanie przeszczepić swego sukcesu w sieć

Dlatego **nie** powstał eBREbank!

**Powstał za to:**



**Dla którego marka BB (BRE Banku) była wsparciem w kampanii reklamowej.**

**Cel → BEZPIECZEŃSTWO**

**Jak Wam się podoba i z czym kojarzy ta marka?**

mBank mógł być inny



ale jest taki ...

# Strategia marketingowa

## 2 założenia:

- Koncentracja na grupie docelowej

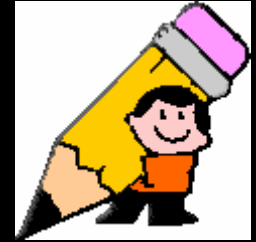
INTERNAUCI I KOMÓRKOWCY

Konstrukcja takiego przekazu, który dla nich będzie najbardziej czytelny

- Charakter wizerunkowo produktowy

Od początku kampania koncentrowała się bardziej na 2 bankowych produktach eMax i eKonto wizerunek pozostawał w ich tle

# Jak to komunikować?



**By dotrzeć do grupy celowej należy w przekazie komunikacyjnym posłużyć się humorem. Język komunikatu powinien być prosty i zabawny według 60% badanych z grupy internautów i komórkowców**

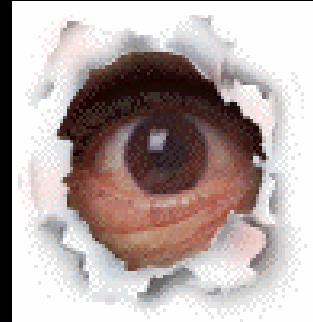
**Ważne jest uwzględnienie w komunikacie korzyści, które wynikną dla użytkownika**

- **Co mi to da?**
- **Co na tym zyskam?**



**Niektóre, zwłaszcza dobre pomysły należało podpatrzyć i implementować**

**Kampania reklamowa ING DIRECT  
w Stanach Zjednoczonych**



**Kampania reklamowa ING DIRECT koncentracja na produktach banku (wysokie oprocentowanie, braku opłat)**

**Kampania pozbawiona jest części wizerunkowej. ING jako ogromna międzynarodowa grupa finansowa w odróżnieniu od mBanku nie musiała intensyfikować swych działań w kierunku budowy marki**

**ING  DIRECT**

# Kampania reklamowa ING DIRECT w Stanach Zjednoczonych

## Billboardy

6.50%  
savings  
account

We don't need no  
stinkin' asterisk.

[www.ingdirect.com](http://www.ingdirect.com)

1-800-ING-DIRECT

ING DIRECT  
Member FDIC

6.50%  
savings  
account

No service charges.  
No fooling.

[www.ingdirect.com](http://www.ingdirect.com)

1-800-ING-DIRECT

ING DIRECT  
Member FDIC

6.50%  
savings  
account

No minimum balance.  
No kidding.

[www.ingdirect.com](http://www.ingdirect.com)

1-800-ING-DIRECT

ING DIRECT  
Member FDIC

ING DIRECT

6.50%  
savings  
account

No fees.  
No  
minimums.

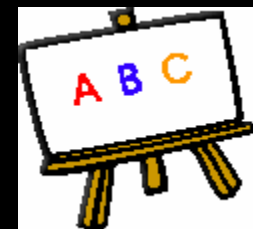
1-800-ING-DIRECT

[www.ingdirect.com](http://www.ingdirect.com)

Member FDIC



# Kampania reklamowa mBanku, cele:



- **zbudowanie wizerunku marki mBanku**
- **dotarcie z komunikatem reklamowym do grup celowych**
- **silne odróżnienie mBanku od konkurencji - stworzenie nowej kategorii na rynku bankowości detalicznej - pierwszego banku wirtualnego**
- **przedstawienie nowego modelu biznesowego wprowadzanego przez mBank**
- **zbudowanie wiarygodności oferty mBanku przez wyjaśnienie modelu biznesowego i wsparcie marką BRE BANKu SA**
- **wskazanie form kontaktu klienta z mBankiem - adres Internetowy i telefon do Call Center**
- **zachęcenie Klientów do otworzenia rachunku oszczędnościowego w mBanku**

# **Kampania reklamowa mBanku**

**Wspólnie z agencją reklamową NoS/BBDO wymyślony został slogan kampanii reklamowej:**

**Ludzi i pieniądze traktujemy serio**

**W celu zbudowania dobrej znajomości marki mBanku, zdecydowaliśmy się w naszej kampanii reklamowej skorzystać z mediów, które zapewniają bardzo szeroki zasięg, tj. telewizja ogólnopolska, outdoor, prasa**

# Telewizja

Reklama telewizyjna była emitowana w TVP1, TVP2, Polsat, TVN, TL7 oraz w telewizjach tematycznych - Wizja 1, Discovery, MTV, Iwona, Canal+ i inne

## **. Reklama telewizyjna 30 sek.**

**Zabawna i agresywna reklama mająca na celu zainteresować klientów mBankiem i zwrócić uwagę na korzyści oferty mBanku.**

**Początkowo, charakter wizerunkowy. Po jednym tygodniu emisji tekst został uzupełniony o elementy produktowe - informacja o oprocentowaniu lokaty a vista eMAX.**

# Telewizja

## 2. Reklama telewizyjna 10 sek. eMAX i eKONTO

Wzmacnia wiarygodność mBanku i jego oferty dzięki pokazaniu logo BRE Banku SA.

Obie reklamy podkreślają wysokie oprocentowanie rachunków eMAX i eKONTO.

W celu efektywnej komunikacji sprzedażowej w końcowej planszy podawane są sposoby kontaktu z mBankiem numery mLinii i adres Internetowy.



przedstawia

mLinia:

0 801 36 22 65

[www.mBank.com.pl](http://www.mBank.com.pl)

Opłata jak za połączenie lokalne według taryfy TP S.A.

# Outdoor

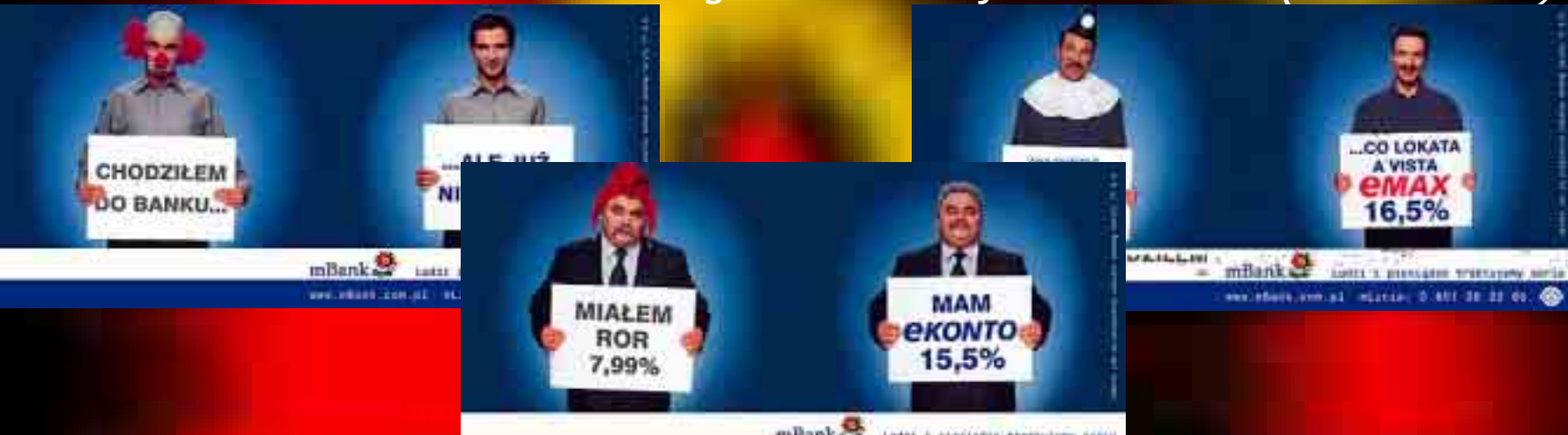
Lokalizacja w dużych miastach - największa koncentracja osób należących do naszej grupy docelowej. Użyliśmy nośników 5x2, które optymalnie kosztowo budują zasięg. Nośniki umieszczane; centra miast, drogi dojazdowe, centra handlowe, centra biznesu.

I etap: budowanie szerokiego zasięgu informacji o mBanku i jego produktach promuje produkty mBanku: **eMAX** i **eKONTO**

Wskazuje drogi kontaktu z mBankiem

serwis Internetowy [www.mBank.com.pl](http://www.mBank.com.pl)

mLinia - Centrum Obsługi Telefonicznej 0801 3mBank (0801 362265)



# Outdoor

II etap:

reklamy mające na celu podkreślić wysokie oprocentowanie rachunków w mBanku i zwiększyć znajomość marki i logo mBanku

promuje produkty mBanku **eMAX** i **eKONTO**

wskazuje na najważniejsze korzyści dla klienta

wysokie oprocentowanie **eKONTA** i **eMAXa**

Wskazuje drogi kontaktu z mBankiem





# Outdoor

strategiczny

**Pierwszy wirtualny**



**mBank**  
jest częścią BRE Banku SA

www.mBank.com.pl 0 801 36 22 65 0 801 3mBank

produkty

**Pieniądze  
to lubią**

**15,5%**

**eKONTO**  
mBank



**mBank**  
jest częścią BRE Banku SA

www.mBank.com.pl 0 801 36 22 65 0 801 3mBank

**Porównaj  
z konkurencją**

**16,5%**

**eMAX**  
mBank



**mBank**  
jest częścią BRE Banku SA

www.mBank.com.pl 0 801 36 22 65 0 801 3mBank

# Outdoor

50 000 rachunków  
już procentuje



[www.mBank.com.pl](http://www.mBank.com.pl) 0 801 36 22 65

eMAX  
EKONTO



mBank  
jest częścią BRE Banku SA

Najlepsze stopy  
na pewnym  
gruncie



mBank jest częścią BRE Banku SA 

[www.mBank.com.pl](http://www.mBank.com.pl) 0 801 36 22 65

Zwracamy  
uwagę  
na  
oprocentowanie  
efektywne




Najlepszy  
eMAX  
17,8%

efektywna stopa procentowa

[www.mBank.com.pl](http://www.mBank.com.pl) 0 801 36 22 65

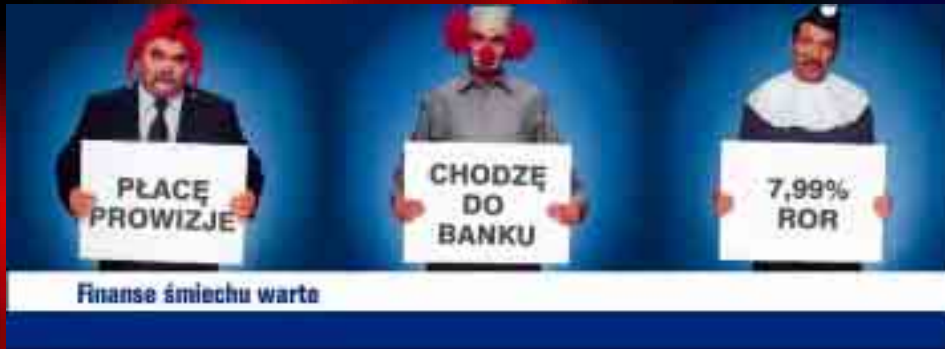
Oszczędzaj  
efektywnie



mBank  
jest częścią BRE Banku SA

# Prasa

Zabawne i agresywne reklamy mające na celu zainteresować klientów reklamą, przyciągnąć ich uwagę i pokazać korzyści oferty mBanku  
kampania reklamowa składa się z trzech etapów



Gazeta Wyborcza  
Rzeczpospolita  
Wprost  
Polityka  
Polityka „Pieniądze  
Businessman  
Magazine  
Chip  
Computer World

1. wizerunkowa  
mająca zbudować  
szeroki zasięg w  
grupie docelowej

- część  
teaserowa
- część  
zasadnicza



# Prasa

2. kampania produktowo-wizerunkowa składająca się trzech kopii



„Procenty u konkurencji to komedia” - pokazuje oprocentowanie **eMAX** i jego główne korzyści dla Klienta



„Kolejki u konkurencji są śmiechu warte” - pokazuje oprocentowanie obu produktów i ich unikalność na polskim



„Opłaty u konkurencji to żart” - pokazuje oprocentowanie **eKONTA** brak opłat za prowadzenie konta i dokonywanie przelewów

# Internet

**głównym celem jest przyciągnięcie Internautów na stronę [www.mBank.com.pl](http://www.mBank.com.pl) w tym celu:**

- **banery na najczęściej odwiedzanych przez naszą grupę docelową stronach Internetowych**
- **mailing do potencjalnych klientów**
- **słowa kluczowe**
- **artykuły sponsorowane**
- **konkursy z nagrodami w postaci rachunków mBanku z wkładem, np.: Interia**

Procenty u konkurencji to komedia.



ROR 7,99%



Chodzę do banku



**Prócz akademickiego PR... zdecydowaliśmy się**

**na mariaż z „Korzeniem”,  
który ma być konsekwentną  
promocją zdrowego,  
aktywnego stylu życia**



Robert Korzeniowski  
MISTRZ OLIMPIJSKI

**Chodź  
z najlepszymi**

[www.mBank.com.pl](http://www.mBank.com.pl) 0 801 36 22 65



NA RYNEK MARSZ  
Kraków, 9 czerwca 20

[www.narynekmarz.pl](http://www.narynekmarz.pl)



**mBank**  
jest częścią BZP Banku



**Jakkolwiek nie spojrzeć,  
9 czerwca na Rynku  
w Krakowie było radośnie  
i czerwono.**

**W chodzie masowym  
wystartowało 1280 osób**

**No i nie pozostajemy  
bezczynni w namowach do  
aktywnego wypoczynku**



**Wygląda na to, że  
od listopada nie  
możemy zwolnić!**

**Zwycięzcy sztafety sponsorów**

A 14 września kolejna, trzydniowa, sportowa impreza z mBankiem dla Wszystkich, którzy pragną odetchnąć pełną piersią

KORZENIOWSKI eXtreme mBank

ZAPISZ SIĘ!

Trasa maratonu

- Co to jest ?
- Dla kogo ten maraton ?
- Jak się przygotować ?
- Jak się zapisać ?
- Program imprezy
- Trasa maratonu

no i trochę pospacerować

**WAS TEŻ ZAPRASZAMY**



# Nazwa i logo w opinii naszych klientów\*

\* na podstawie badań focus`owych, maj 2001



mBank



- **wyróżnia się**, jest oryginalna
- **krótka, łatwa** do zapamiętania
- **budzi zaufanie** przez **komunikację kategorii** usług/institucji („bank”)
- **nowoczesna**, kojarzy się z modą na internet, nową technologią
- **pozytywne skojarzenia** ze skrótem: „mój bank”
- **pozytywne skojarzenia**: radość, ciepło, optymizm, młodość, prostota, łatwość, lekkość, przyjazność, wiosna
- **oryginalność**: inne niż typowe logo banku, zwraca uwagę, zaciekawia
- **przełamanie konwencji**: nietypowość wskazuje na odmienność mBanku względem banków tradycyjnych
- **trafia głównie do osób młodych**, otwartych na nowości, mniej konwencjonalnych

\* na podstawie badań  
focus`owych, maj 2001

# mBank osobowość marki\*



Dynamiczny, mężczyzna 20-30 lat, ma dobrą pracę, rozwojowy, skazany na sukces, który odniesie dzięki szybkim decyzjom, zdecydowaniu i inteligencji.

Nie do końca ustabilizowany.

Jest pomysłowy ale może okazać się zarozumiały

Według poważniejszych badanych wiek „mBankowca” był niższy niż wskazywali młodszy respondenci

**A z czym kojarzy się Wam**



**?**

**Osobowość marki inteligo według respondentów:**

**Starszy mężczyzna 40/50 lat, ustabilizowany. Próbuje robić interesy ale nie wiadomo jakiego rodzaju. Niezdecydowany, coś ukrywający, tajemniczy. Niekoniecznie szczery, na pewno egoistyczny i chciwy. W interesach trzeba na niego uważać.**

Konkurencja nie śpi  
i w dodatku wpada na dobre pomysły



Prosimy nie karmić bankiera



mBank zabiega o klientów



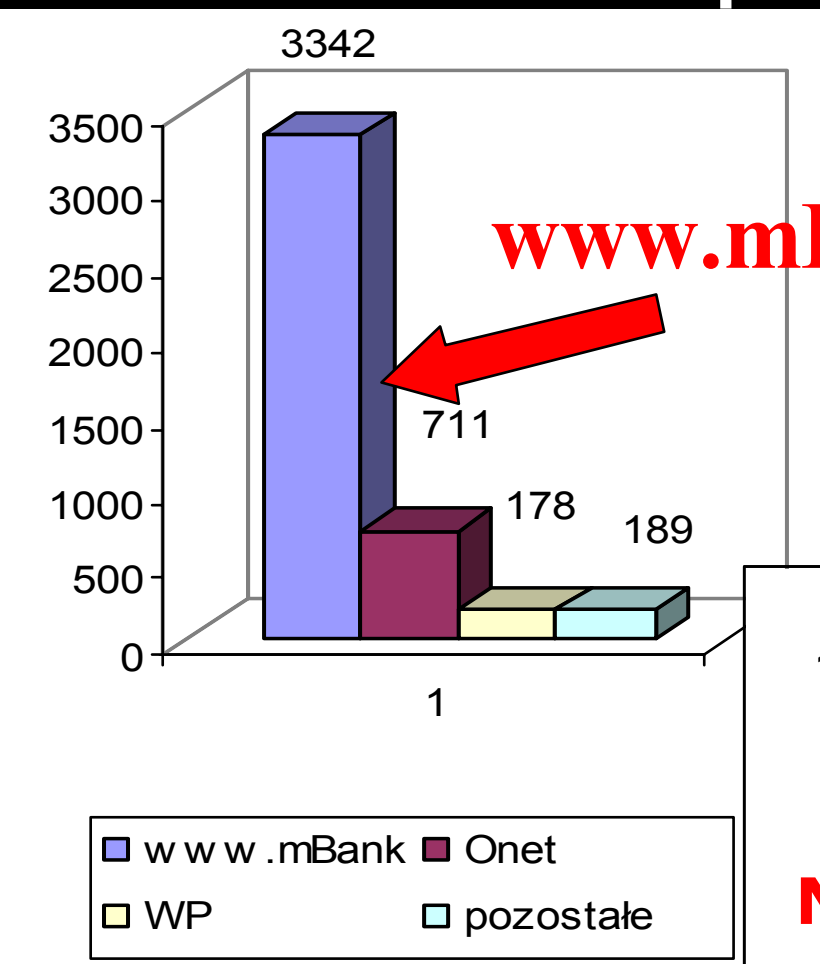
PROMOCJE  
DLA NOWYCH



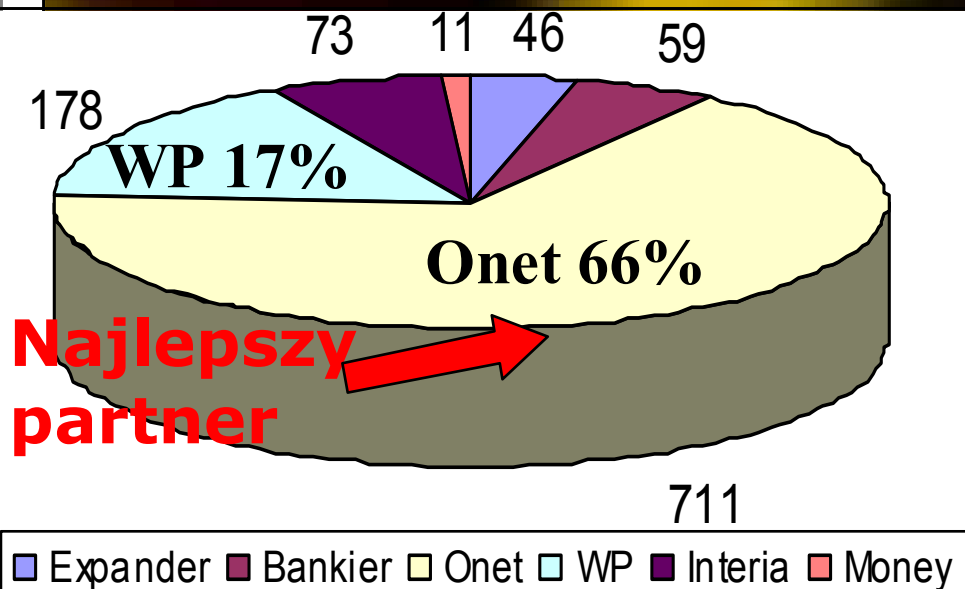
“Oswaja” klientów z ideą transakcji bezgotówkowych

Na tropach... zdecydowany lider 3105 od 2.IV do 20.VI

# Ilość wniosków, która napłynęła przez Internet pierwsze 2 tygodnie czerwca



Do  
**Udział poszczególnych portali**



# Problemy

**Nieufność starszych klientów wychowanych przez starą ekonomię "to wszystko tylko na początku tak ładnie wygląda a potem się zmieni"**

**Najwięcej emocji dotyczy bezpieczeństwa  
Postrzeganie naszego rachunku jako mniej bezpiecznego  
(nikt nie zastanawia się nad relatywnie łatwiejszą  
możliwością oszustwa w bankach tradycyjnych**

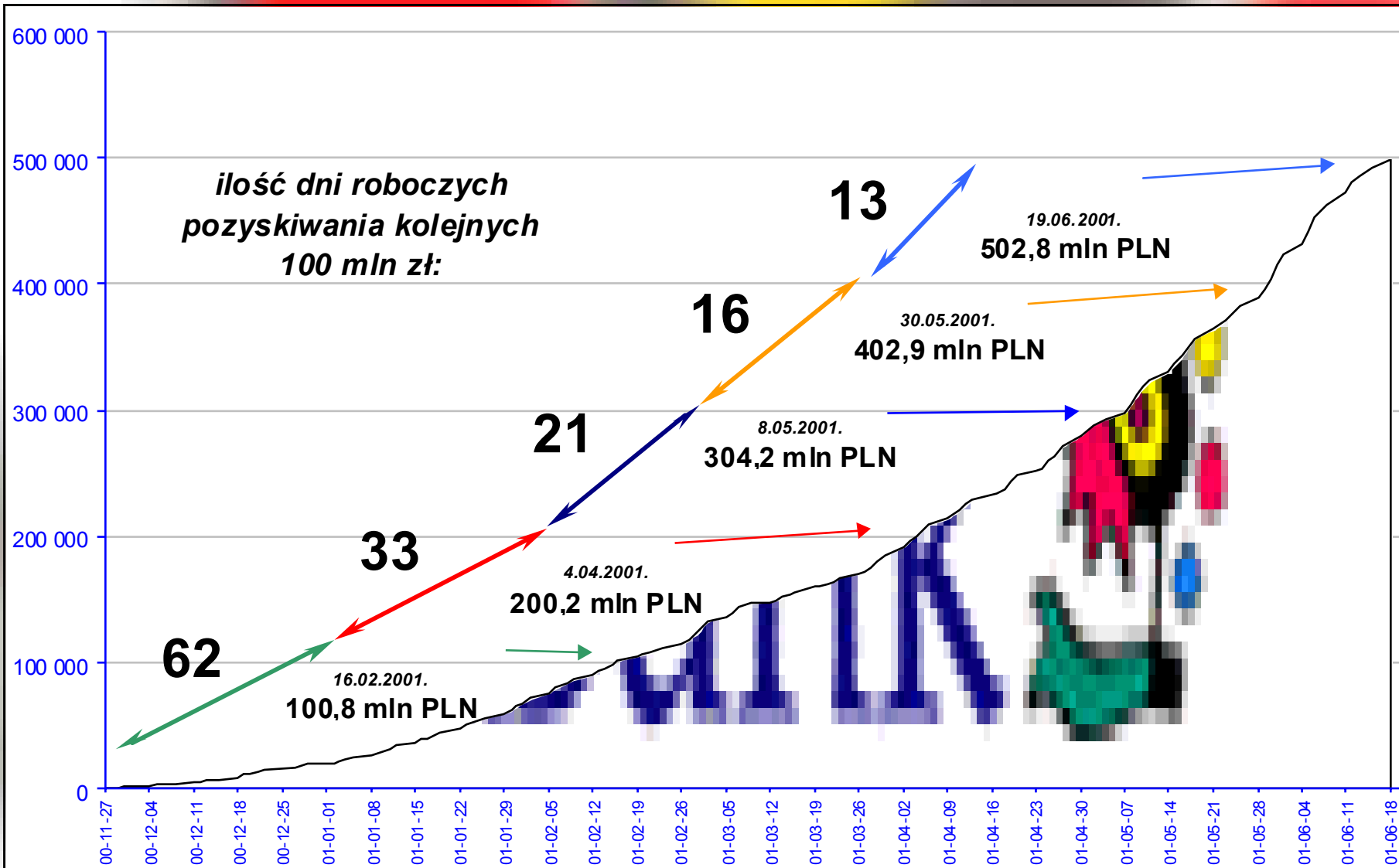
**Małe zaufanie kobiet do cyber-przestrzeni**

**Lojalność klientów na bardzo niskim poziomie, konkurencja jest o kliknięcie obok.**



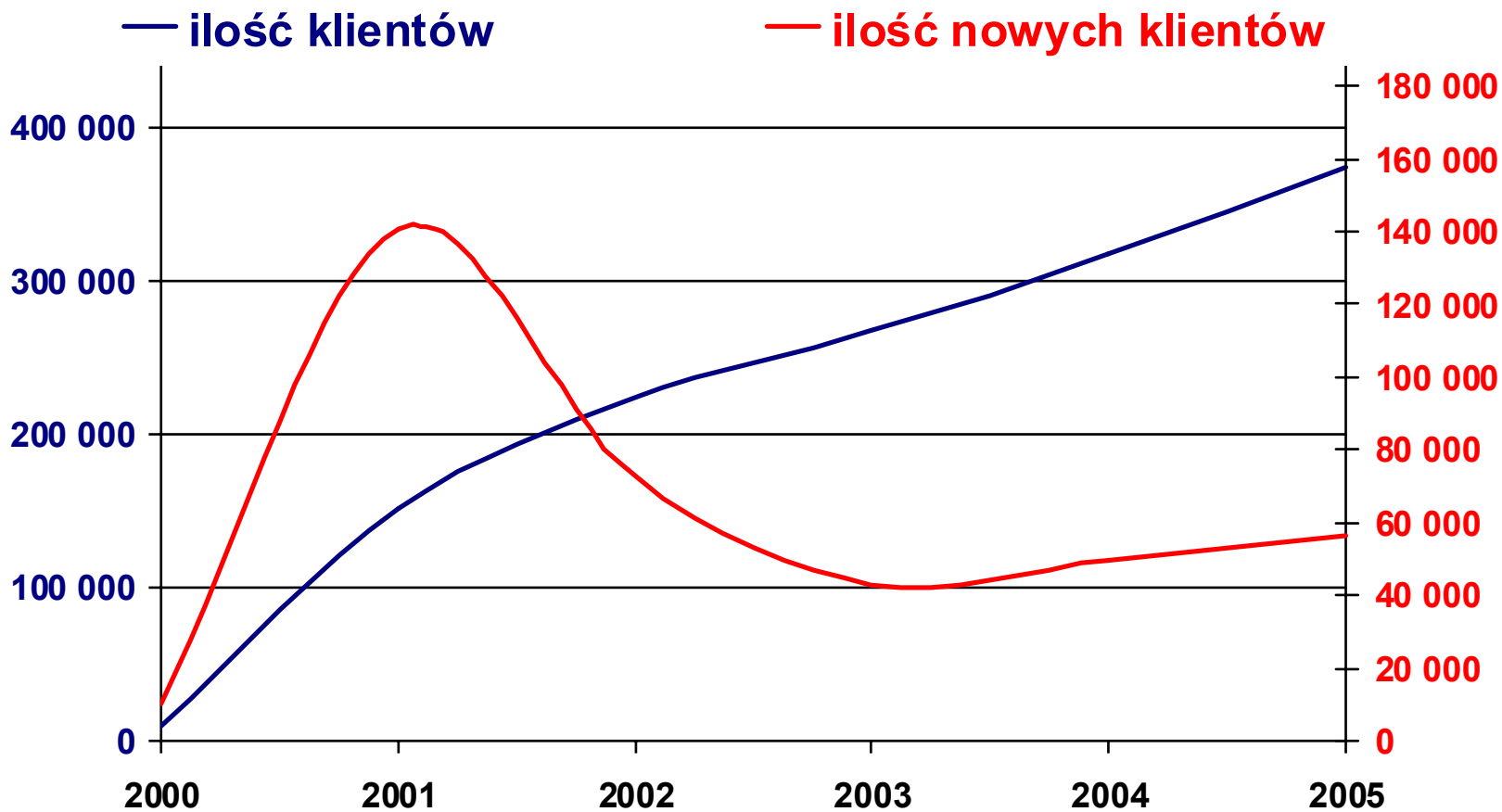
**Mimo tego, że byliśmy pierwsi na rynku należy liczyć się z powstającą ciągle konkurencją, która może mieć do zaoferowania więcej produktów np. konto dla firm**

# Wysokość depozytów

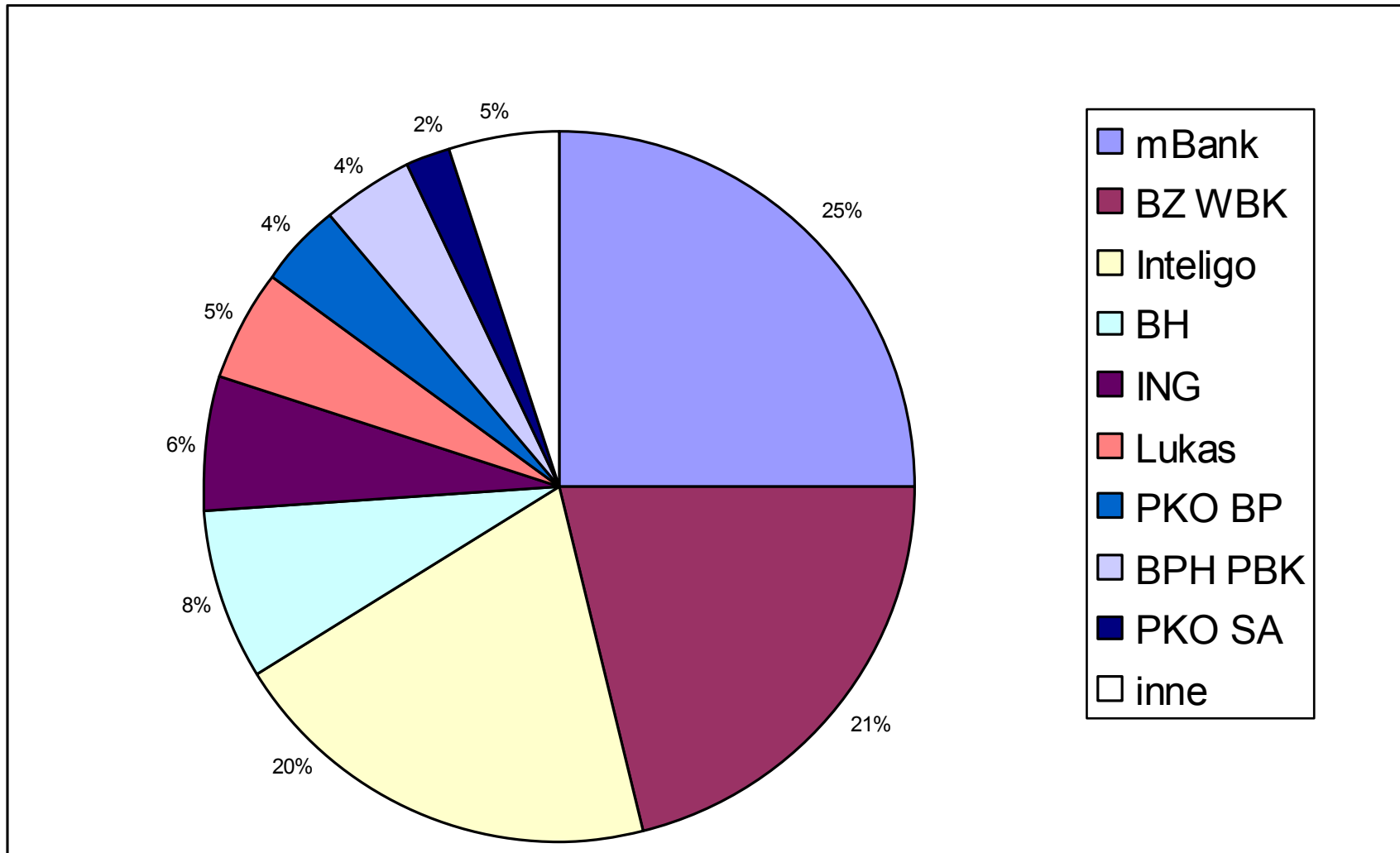




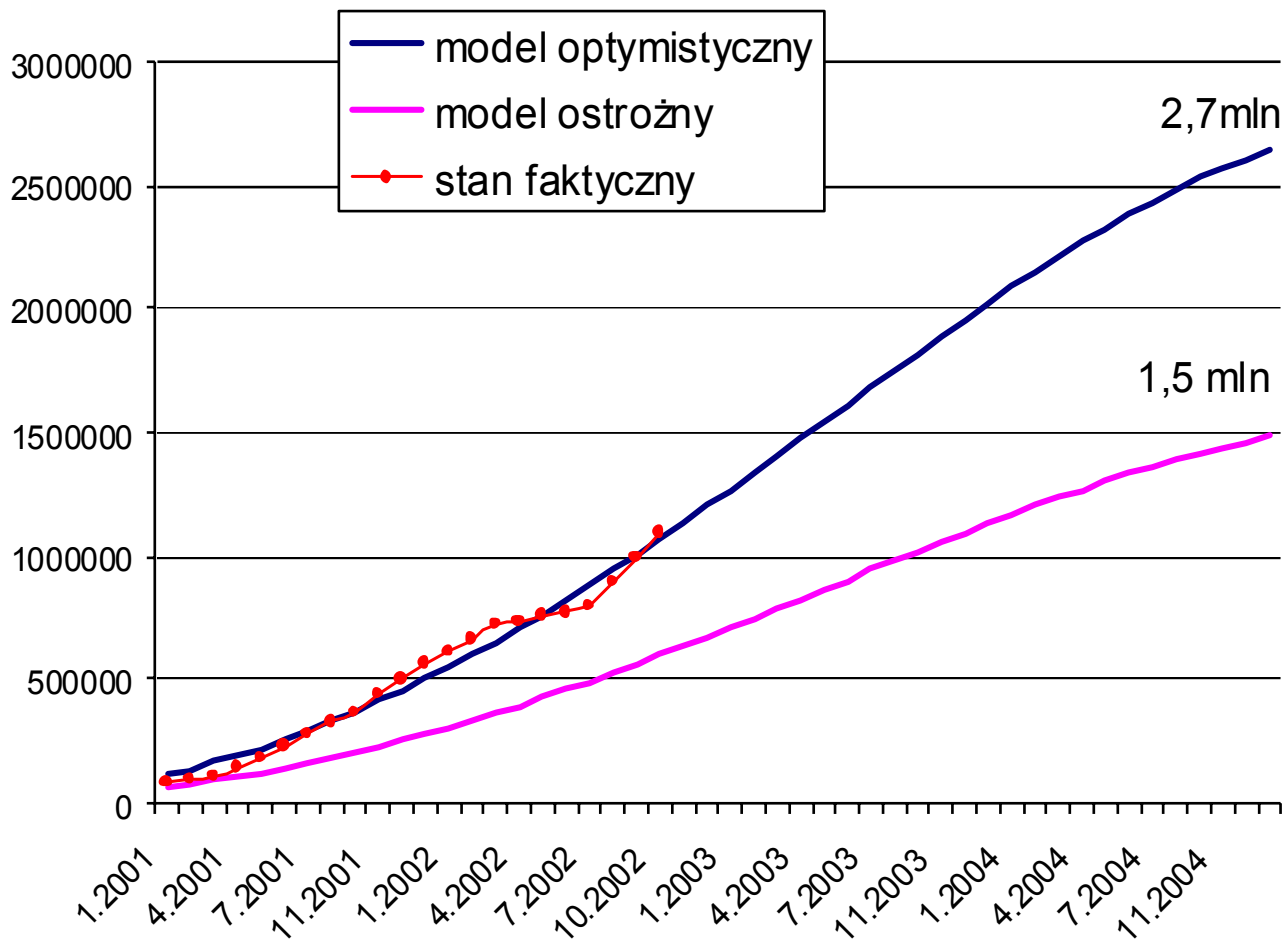
# Nasze plany pozyskania klientów



# Usługi bankowości elektronicznej - marzec 2002



## Prognoza rozwoju bankowości elektronicznej w Polsce do roku 2004



e-business  
atakować – czekać – czy uciekać

# Klient w centrum uwagi bankowości elektronicznej



# Spółeczność jako Rozmowa

**Internet przekształca to, co jest wewnątrz i na zewnątrz twojego przedsiębiorstwa - twój rynek i twoich pracowników.**

Dzięki Internetowi ludzie na rynku, który opanowałeś odkrywają i tworzą nowe sposoby porozumiewania się. Rozmawiają o twoim biznesie. Mówią sobie nawzajem prawdę...

Oto nowa rozmowa

Intranet pozwala twoim najlepszym pracownikom na hiperzłączenie. Są oni niewiarygodnie produktywni i pomysłowi. Mówią sobie nawzajem prawdę...

między twoim rynkiem a pracownikami. Dzięki niej stają się mądrzejsi...

Masz dwa wyjścia. Możesz zamknąć się tak, jak do tej pory. Lub przyłączyć do rozmowy.

# Wirtualni rozmówcy

# Cyber Cafe mBank

[forum](#)[mBank](#)[edukacja](#)[mBank sport](#)[polecane strony](#)[O forum](#)[mBank forum](#)[Archiwum forum](#)[Częste pytania](#)[Polecane wątki](#)[pl.biznes.banki](#)[e-mail](#)[o kawiarence](#)[zajrzyj do nas](#)[aktualności](#)

## Cyber Cafe mBank Forum

Serdecznie prosimy: zanim zostaniesz aktywnym uczestnikiem forum a zwłaszcza zanim **zdecydujesz się założyć nowy wątek** zapoznaj się z [zasadami korzystania z forum mBanku](#). Skorzystaj z opcji "Szukaj" oraz przeczytaj [Najczęściej zadawane pytania](#) aby upewnić się, że na Twoje pytanie rzeczywiście nie udzielono już odpowiedzi. (Wypowiedzi mBanku można poznać po napisie (Intranet...) obok autora wiadomości)

[Nowy wątek](#) | [Wróć do wątków](#) | [Lista](#) | [Szukaj](#)

Re: Znikające pieniądze cd.

Autor: [dustin](#) ()

Data: 01-10-20 12:14

to chyba pani sie nudzi! prosze sie zajac swoimi zajeciami w mbanku.... a co do osobowosci pana bolanowskiego to mam niodparte wrazenie, ze jest to postac wirtualna, nie wyobrazam sobie aby ktos mogl caly czas spedzac swoje zycie przy komputerze, posty z jego podpisem prawdopodobnie sa redagowane przez wiele osob...

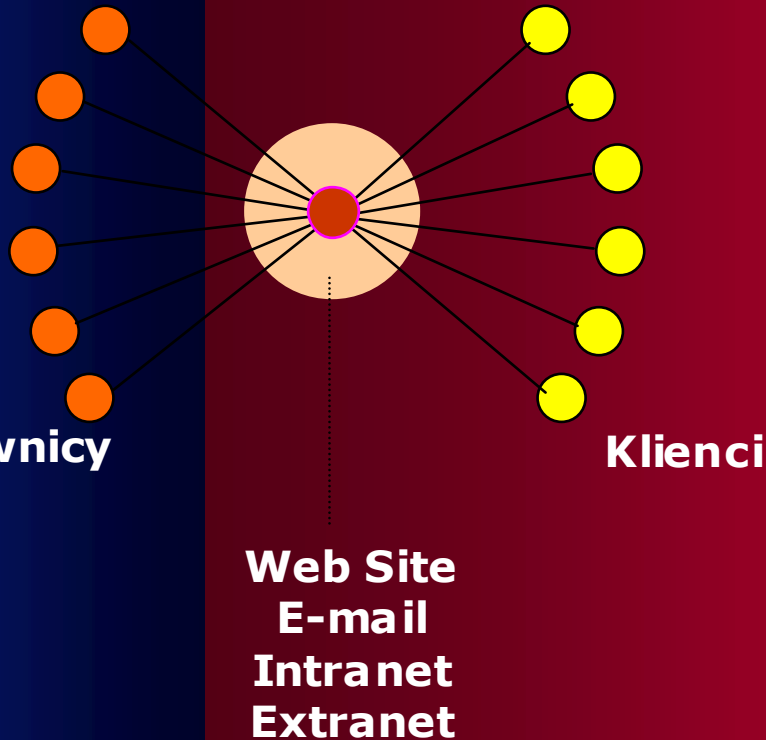
[Odpowiedz na tę wiadomość](#)



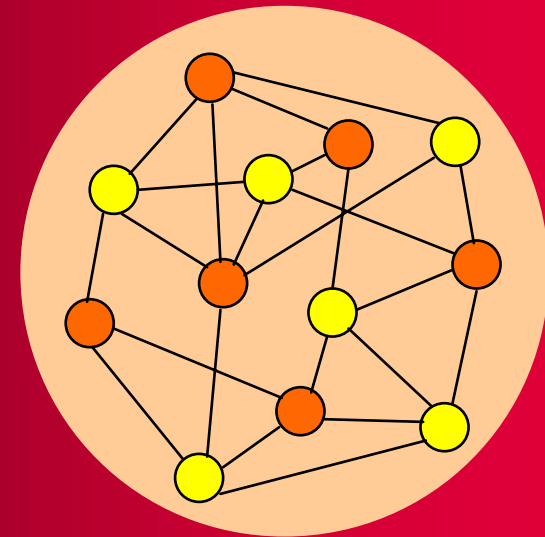
Tematy	Autor	Data
--------	-------	------

# Komunikacja oparta na interaktywnych kanałach komunikacji.

**teraźniejszość**



**przyszłość**



**Zintegrowana platforma**

# pl.biznes.banki

html?t=wat&group=pl.biznes.banki&year=2001&month=01&page=2&tid=2179143

→ <a href="#">mbank a SMS</a> (16)	22.1.2001 09:45
→ <a href="#">mBank -&gt; Lukas Bank</a> (2)	22.1.2001 09:26
→ <a href="#">FINANCIAL PARTNERS</a> (1)	22.1.2001 09:05
→ <a href="#">Wiadomość od mBanku</a> (41)	22.1.2001 08:42
→ <a href="#">Twój wyciąg bez hasła</a> (31)	22.1.2001 07:58
→ <a href="#">mbank i definiowanie przelewu</a> (3)	22.1.2001 06:09
→ <a href="#">Heble w sklepach obsługiwanych przez CKiC</a> (5)	22.1.2001 06:04
→ <a href="#">Odpisać na e maila z mbanku</a> (5)	21.1.2001 23:02
→ <a href="#">mBank a Urząd Skarbowy</a> (12)	21.1.2001 23:00
→ <a href="#">Gdzie szukać inwestora?</a> (1)	21.1.2001 22:40
→ <a href="#">CitiDirect - jednak chyba wariant węgierski...</a> (8)	21.1.2001 20:45
→ <a href="#">[lame] Można Visa Electron płacić w Internecie czy nie?</a> (2)	21.1.2001 17:36
→ <a href="#">mBank - przelewy itd.</a> (10)	21.1.2001 17:35
→ <a href="#">o transakcjach w Polsce</a> (2)	21.1.2001 13:55
→ <a href="#">Strategie internetowych puchodnych w Polsce?</a> (1)	20.1.2001 23:20
→ <a href="#">E-CARD, POLCARD i ktos jeszcze ?</a> (1)	20.1.2001 22:53
→ <a href="#">Limity w sklepach przy płatnościach kartą</a> (34)	20.1.2001 20:49
→ <a href="#">mbank i mlinia</a> (3)	20.1.2001 19:53
→ <a href="#">Zlikwidowanie BOK DM BH Wrocław?</a> (1)	20.1.2001 18:12
→ <a href="#">przelew z poza listy w mBank</a> (2)	20.1.2001 17:13
→ <a href="#">debet na rachunku w mbanku</a> (4)	20.1.2001 17:13
→ <a href="#">Wpłata z poczty do M-banku</a> (16)	20.1.2001 17:13



# Społeczność jako Rozmowa

**odpalili!**

>Slyszalem ze ma powstac w Polsce pierwszy bank internetowy, slyszeliscie cos

>o tym?

Pewnie nikt ci nie odpowie bo wszyscy sa zajeci zakladaniem tam konta

**za to wreszcie wniosek jest https**

**IMO podstawowym bykiem tej strony jest to ze u mnie przez IT z P-n nie laduje sie w ogole To naprawde WIRTUALNY bank - nawet w inecie go nie ma**

# Społeczność jako Rozmowa

Wiadomość od mBanku

W imieniu zespołu mBanku chciałbym podziękować wszystkim uczestnikom dyskusji prowadzonej na łamach grupy 'pl.biznes.banki' za pomoc w rozwijaniu (poprawianiu) mBanku.

...

Z ogromnym zainteresowaniem, czasem z zapartym tchem i poczuciem pokory śledzimy wypowiedzi pojawiające się na liście. Są one niejednokrotnie bodźcem do działań poprawiających nasze funkcjonowanie, czasami potwierdzeniem przyjętych kierunków zmian. Mamy nadzieję, że zauważyliście dokonane już zmiany (np. działanie mLinii). Większość Waszych uwag poprawiających nasz serwis, postaramy się wprowadzić do końca lutego.

...

Jeszcze raz podkreślamy, że także w przyszłości nasze wypowiedzi pojawiać się będą na forum grupy jedynie w wyjątkowych przypadkach, ponieważ szanujemy zasadę nieformalnych grup wymiany poglądowych jakimi są listy dyskusyjne.

Sławomir Lachowski  
Wojciech Bolanowski  
Piotr Gawron  
Paweł Kucharski



# Społeczność jako Rozmowa

Serwis eBanki.pl (<http://www.ebanki.pl>) informuje o unikalnych wydarzeniach w sieci.

Dziś mBank zaszczyił swoją wypowiedzią listę dyskusyjną [pl.biznes.banki](http://pl.biznes.banki). Ukazał się post pt. 'Wiadomość od mBanku', który można przeczytać bezpośrednio pod linkiem <http://niusy.onet.pl/niusy.html?t=artykul&group=pl.biznes.banki&aid=781720> lub w swoim ulubionym czytniku News.

Pan Piotr Gawron m.in. pisze:

"Z ogromnym zainteresowaniem, czasem z zapartym tchem i poczuciem pokory śledzimy wypowiedzi pojawiające się na liście.(...)

Większość Waszych uwag poprawiających nasz serwis, postaramy się wprowadzić do końca lutego."

# Społeczność jako Rozmowa

...

c) jeszcze chętniej zobaczyłbym (byłaby to niewątpliwie rewolucja) uruchomione przez bank publiczne forum do zgłaszania błędów i propozycji

rozszerzeń, gdzie:

- można by zobaczyć jakie problemy zgłaszały inne osoby - i np. nie

ponawiać zgłoszenia problemu który już jest zgłoszony;

- pojawiałyby się informacje o rozwiązaniu problemów/wprowadzeniu

postulowanych rozszerzeń;




- może nawet dałoby się głosować "który błąd mi najbardziej dokucza/jakiej modyfikacji najbardziej pragnę"

...

# Rewolucja ... od 18 kwietnia 2001r.

## Cyber Cafe

## mBank

[forum](#)[mBank](#)[edukacja](#)[mBank sport](#)[polecane strony](#)[O forum](#)[mBank forum](#)[Archiwum forum](#)[pl.biznes.banki](#) e-mail o kawiarence zajrzyj do nas aktualności

### O mBanku

Witamy w forum dyskusyjnym poświęconym wszystkiemu co związane z mBankiem. Forum "O mBanku" pomyślane jest jako wirtualne miejsce dyskusji o wirtualnym banku. Miejsce dostępne dla każdego, o każdej porze dnia, przez wszystkie dni w roku - tak jak nasz bank. Niezależnie gdzie się w tej chwili znajdujesz - w naszej Cyber Cafe, w domu, u znajomego, a nawet w pracy - możesz podzielić się uwagami, zostawić komentarz czy swoje postulaty pod naszym adresem. Masz możliwość skomentowania wypowiedzi poprzedników w już istniejącym wątku, lub stworzenia zupełnie nowego tematu dyskusji.

Forum "O mBanku" jest monitorowane, a wszystkie odpowiedzi systematycznie czytane, również przez pracowników mBanku. Podanie Twojego adresu email na forum uznajemy za zgodę na ewentualne wysłanie przez nas indywidualnej odpowiedzi na ten adres. Zastrzegamy sobie też prawo do usuwania wypowiedzi, które w treści lub formie rażąco różniłyby się z charakterem tego forum.

Temat	Nadawca	Data	Odpowiedzi
<a href="#">logowanie?</a>	grzegorz	2001.07.26 12:17	3
<a href="#">podsumowanie mchata - nieautoryzowane</a>	<a href="#">Adam G. - nie pracownik mBanku</a>	2001.07.26 10:34	1
<a href="#">z mBank na MINUS</a>	<a href="#">grze</a>	2001.07.25 22:35	1
<a href="#">Dla kogo jest mChat ?</a>	Arek	2001.07.25 20:24	3

# Społeczność jako Rozmowa

Czytalicie?

oni to napisali w 3,5 miesiąca, kilka dni przed startem jeszcze poprawiali to znaczy że ciągle poprawiają

w swojej krótkiej karierze zawodowej widziałem już takie projekty i nigdy nic dobrego z tego nie wychodziło trochę się boje o swoje pieniądze.....

S.

Dyrektor Lachowski z mBanku mówi że jest przygotowany na obsługę 100.000 miliona klientów.

A łyżka na to niemożliwe.

Po co żyć abstrakcjami.

Obsługa 100.000 klientów czy miliona klientów i codzienne logowania dziesiątków tysięcy, czy nawet sto tysięcy dziennie to jest abstrakcja jak na warunki europejskie a co dopiero polskie

Jeżeli system nie będzie rozproszony jak sieć bankomatowa z kilkunastoma access points, osobnymi serwerami, zapasowymi łączami, to rozszerzanie oferty do 100.000 czyt. mkiliona klientów jest abstrakcją.

# AKTUALNOŚCI



- Strona główna
- Aktualności
- Logowanie
- Chcę wiedzieć więcej
- Chcę zostać klientem
- Forum - Cyber Cafe

zgodnie z powtarzającymi się postulatami naszych klientów przeprowadziliśmy mini sondaż "Czy data aktualizacji powinna znajdować się przy każdej nowej wiadomości?" Zdecydowana większość (1766 osób) wyraziła taką chęć i oto jest.. Przy każdej nowej wiadomości znajduje się data jej aktualizacji.  
18.10.2002

Zapraszamy na nową stronę konkursową Klubu Miliarderów! Oprócz listy laureatów możecie na niej znaleźć wirtualne prezenty! [Zapraszamy...](#)  
18.10.2002

**Nowa Zelandia w konkursie Płyn z delfinem!**  
Odwiedź [nowe strony konkursowe](#), a w nich:  
[-laureaci z sierpnia 2001](#)  
-reportaż z antypodów  
-klasówka z delfinów  
-kompedium wiedzy o tych najmiłszych ssakach  
-definicja delfina-pechowca  
[Zapraszamy...](#)

## Komunikaty

Od dnia 1 października została rozszerzona funkcjonalność i [wygoda korzystania z eKONTA](#). Wprowadzone zmiany umożliwiają realizację [stałych zleceń](#) w wybranych okresach oraz korzystanie z [eKARTY - wirtualnej karty Visa mBanku](#), która umożliwia bezpieczną realizację płatności przez Internet. Również od 1 października jest możliwość [wspólnego zarządzania rachunkami w mBanku](#).

Od 1 października 2001 obowiązuje [nowy regulamin](#) Informujemy, że od 1.10.2001r. obowiązuje nowy Regulamin prowadzenia rachunków oszczędnościowych w mBanku. Tekst nowego regulaminu jest systematycznie wysyłany do wszystkich Klientów. Jest też dostępny w [serwisie mBanku](#). [Szczegóły...](#)

## W serwisie mBanku i w Cyber Cafe

- Polecamy nadal:  
["Płyn z delfinem"](#)  
["Salt Lake City mBank"](#)  
["Klub Miliarderów"](#)  
["Cyber Cafe mBank"](#)  
[Forum "o mBanku"](#)  
["Koczeniowski eXtreme"](#)  
["Zulu Safari"](#)  
["Olimpiada w obrazni z Visa"](#)

**EMAX**  
nominalne 13,35%  
efektywne 14,20%

**eKONTO**  
nominalne 13,20%  
efektywne 14,03%

WIBOR USD  
14,78% 4,1486

## Pytanie tygodnia

Zagłosuj i sprawdź rezultaty

Czy uważasz, że mBank jest bankiem?

- zdecydowanie dla kobiet
- raczej dla kobiet
- zdecydowanie dla mężczyzn
- raczej dla mężczyzn
- partnerskim
- nie mam zdania

[głosuj](#)

## Tabela oprocentowania

eKONTO	13,20%
eMAX	13,35%
saldo debetowe	30%

## Odpowiedzi na pytanie tygodnia

Czy Twoim zdaniem data aktualizacji powinna znajdować się przy każdej nowej wiadomości?

tak 1766  
nie 77  
nie mam zdania 81





- ☐ Logowanie
- ☐ Zostań klientem
- ☐ Przewodnik
- ☐ Promocje

## Aktualności

Aktualizacja: 18.11.2002

- ☐ Więcej o mBanku
- ☐ Aktualności
- ☐ BRE Bank
- ☐ Bezpieczeństwo
- ☐ mBank dla mediów
- ☐ Prasa o mBanku
- ☐ Reklama
- ☐ Porównaj nas
- ☐ Pytania i odpowiedzi
- ☐ Misja i tożsamość
- ☐ O nas
- ☐ Filozofia

### Wiadomości

☐ **Serwis partnerski mRabatk** 18.11.2002

mBank uruchomił nowy **serwis partnerski mRabatk**. W serwisie prezentujemy ofertę rabatów promocyjnych dla naszych Klientów. Naszym pierwszym partnerem jest sieć odzieżowa RESERVED, która do końca roku promuje płatności kartami mBanku 10% rabatem we wszystkich swoich sklepach.  
Święta tuż tuż, najlepszy moment na prezent!

☐ **Oszczędzaj i inwestuj!** 13.11.2002

mBank wraz z serwisem finansowym Money.pl uruchomiły serwis edukacyjny "**Oszczędzaj i inwestuj**". Serwis umożliwia wymianę opinii na forum dyskusyjnym oraz udział w specjalnie przygotowanym konkursie, którego uczestnicy mają możliwość wygrania 10 tysięcy złotych! oraz wiele atrakcyjnych nagród rzeczowych.

☐ **mBank 007** 05.11.2002

### Oprocentowanie w mBanku od 04.11.2002

**EMAX**

nominalne	<b>6.40%</b>
efektywne	<b>6.59%</b>

**EKONTO**

nominalne	<b>5.50%</b>
efektywne	<b>5.64%</b>

**MBIZNES**

nominalne	<b>5.50%</b>
efektywne	<b>5.64%</b>

**KREDYT**

podstawowe	<b>13.50%</b>
początkowe	<b>14.00%</b>
minimalne	<b>12.60%</b>

[Pełna tabela oprocentowania](#) 



**Karty 14.11.2002**

What do you think about the idea of having bilingual pages?



It's a great idea - 19.94 %



I like the idea - 45.55 %



I don't really have an opinion - 11.50 %



I don't like the idea - 23.01 %

**CONTEST! SECOND ANNIVERSARY!**

second anniversary!

the contest!

as many prizes!

ances of winning every day

red card set

card on special conditions!




mBank is planning on launching an English version of our financial website this year and we are curious how our customers rate the first step we've taken in this direction, by creating the promotional page for the mBank 007 competition.

What do you think about the idea of having bilingual pages?

- It's a great idea
- I like the idea
- I don't really have an opinion
- I don't like the idea

Thank you for your vote!

[questionnaire results](#)

 Polish Version