

20 ÉVES
A MASTERCARD
ÉV BANKJA
VERSENY

ÖSSZEFOGLALÓ A PÉNZÜGYI SZEKTOR
LEGRANGOSABB ESEMÉNYÉRŐL





A GYŐZTESEK

Február 12-én huszadik alkalommal rendezték meg a Mastercard - Év Bankja versenyt, amely az elmúlt két évtizedben a hazai bankszektor meghatározó szakmai eseményévé vált. A program fődíját az OTP Bank nyerte. A Daily Banking szegmensben az OTP Bank, az Innovation szegmensben a Gránit Bank, míg a Beyond Banking szegmensben a K&H Bank nyújtotta a legkiemelkedőbb teljesítményt.

ÉV BANKÁRA NAGYDÍJ 2006-2025

Dr. Csányi Sándor



DAILY BANKING SZEGMENS GYŐZTESE

OTP BANK



INNOVATION SZEGMENS GYŐZTESE

GRÁNIT BANK



BEYOND BANKING SZEGMENS GYŐZTESE

K&H BANK

03

Köszöntő - Márkus Gergely, a Mastercard country managere

04-05

Zsúri

06-07

A 2025-ös verseny eredményei

08-09

DAILY BANKING SZEGMENS

- › Az év lakossági ajánlata - OTP BANK
- › Az év vállalati ajánlata - MBH BANK
- › Az év ügyfélmegegyeztető programja - GRÁNIT BANK

10-11

INNOVATION SZEGMENS

- › Az év mesterséges intelligencia alapú innovációja - GRÁNIT BANK
- › Az év kiberbiztonsági programja - OTP BANK
- › Az év könnyű és kényelmes bankolási élménye - K&H BANK

12-13

BEYOND BANKING SZEGMENS

- › Az év CSR programja - K&H BANK
- › Az év marketingkommunikációs kampánya - MBH BANK
- › A fizetés új dimenziói - ERSTE BANK és BÁV FAKTOR

14-15

A díjátadó képei

MASTERCARD ÉV BANKJA

HÚSZ ÉVE MÉRCE A BANKSZÉKTORBAN

A BANKOLÁS MINŐSÉGE A HÉTKÖZNAPOKBAN VÁLIK KÉZZELFOGHATÓVÁ. A TELJESÍTMÉNY KÖZÖS: BANKOK, KERESKEDŐK, A FIZETÉSI INFRASTRUKTÚRA ÉS A SZABÁLYOZÓI KERETEK EGYÜTT ADJÁK AZT A STABIL ALAPOT, AMELYRE A SZÉKTOR ÉPÍT.

A

A Mastercard – Év Bankja program húsz éve ezt a rendszerszintű teljesítményt ünnepli, és teszi láthatóvá. A díj két évtized alatt a hazai pénzügyi iparág egyik meghatározó szakmai mércéjévé vált, amely folyamatos visszajelzést ad arról, hogy hol teremt valódi értéket az innováció – az ügyfeleknek, a vállalkozásoknak és a teljes pénzügyi ökoszisztémának.

Itthon a fizetési műveletek már közel fele elektronikusan történik. Az ügyfelek a pénztárnál, a webshopban, egy utazás lefoglalásánál vagy egy céges kifizetésnél mára természetesnek veszik, hogy a fizetés csupán egy mozdulat. A mozdulat mögött pedig összehangolt rendszer működik, amelynek a minősége a részletekben válik igazán láthatóvá: az ügyfélút következetességében, az elfogadói élmény minőségében, a csalásmegelőzés és kockázatkezelés hatékonyságában, a szolgáltatás megbízhatóságában.

A bankszektor legkiválóbb teljesítményeit 2025-ben három szegmensben, kilenc kategóriában értékeltük, új hangsúlyokkal ott, ahol érdemi elmozdulás látszik: az ügyfélmegegyeztetésben, a mesterséges intelligencia alkalmazásában, valamint a kereskedői együttműködésekben. A 2025-ös évben tíz pénzintézetől összesen ötvennégy pályázat érkezett a programba, a legnépszerűbb kategória idén is *Az év könnyű és kényelmes bankolási élménye* lett.

A bankszakma ezúttal is izgalmas, újszerű megoldásokat mutatott be, és aktuális képet adott a modern, innovatív szektor működéséről. Az idei verseny kiemelt díjazottjai: a 2025-ös Az év bankja fődíjat és a Daily Banking szegmens első helyét egyaránt az OTP Bank kapta, az Innovation szegmensben a Gránit Bank, míg a Beyond Banking szegmensben a K&H Bank bizonyult a legeredményesebbnek. A jubileumi Mastercard – Év Bankja gálán egy olyan kiemelkedő bankári teljesítmény is elismerést nyert, amely évtizedek óta folyamatosan és meghatározó módon van jelen az iparágban és a magyar gazdaság működésében: Dr. Csányi Sándor, az OTP Bank elnöke a *Mastercard - Az év bankára* 2006–2025 Nagydíjat kapta meg.

Ezúton is gratulálok a díjazottaknak, és köszönöm a pályázó banki csapatok munkáját, valamint a szakmai zsúri felelős értékelését.

A következő oldalak a díjazott eredmények mögötti szakmai munkába nyújtanak betekintést: hogyan lesz egy stratégiai irányból megvalósítás, és hogyan találkozik mindez az ügyfél mindennapi elvárásaival.

Köszönöm, hogy velünk tartanak.



Márkus Gergely

A Mastercard Magyarországért és Szlovéniáért felelős country managere

Mastercard
Év Bankja



A MASTERCARD MELLÉKLETE

A ZSÚRI

Mastercard
Év Bankja



AZ ÉV LAKOSSÁGI AJÁNLATA



Kanyó Roland

DM
Magyarország
marketing
vezető



Turmezey Tamás

Bank360
alapító
tulajdonos



Turzó Ádám

Portfolio
újságíró

AZ ÉV VÁLLALATI AJÁNLATA



Bertók Zoltán

Cisco
Country
Manager



Csorbai Hajnalka

Opten
stratégiai
igazgató



Tomán Szabina

Toman
Lifestyle
alapító
tulajdonos

AZ ÉV ÜGYFÉLMEGTARTÓ PROGRAMJA



Borsai Ágnes

Decathlon
Data Leader



Fekete Emese

Forbes
főszerkesztő-
helyettes



Homola Márton

Mol Group
Head of
Loyalty

AZ ÉV KIBERBIZTONSÁGI PROGRAMJA



Keleti Arthur

Informatikai
Biztonság
Napja (ITBN)
alapító,
kibertitok
jövőkutató



Dr. Krasznay Csaba

Nemzeti
Közszolgálati
Egyetem
docens



Szeiler Andrea

MVM Group
Group CISO

AZ ÉV MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ALAPÚ INNOVÁCIÓJA



Dr. Prisznyák Alexandra

AI governance
és humanoid
integrációs
tanácsadó



Dr. Tillesch György

EY AI
Confidence
Chief AI
Expert, EY AI
Confidence



Vadász Illés

Google
Magyarország
Industry
Manager

AZ ÉV MARKETINGKÖMUNIKÁCIÓS KAMPÁNYA



Dr. Bokor Tamás

Budapesti
Corvinus Egyetem
intézetvezető
Marketing-
és Kommunikáció-
tudományi
Intézet



Horváth Ágnes

Kreatív
Magazin
főszerkesztő



Moldván Ákos

ONE
Magyarország
marketing-
kommunikációs
és média
vezető

A FIZETÉS ÚJ DIMENZIÓI



Hermann Zsuzsa

Trade Magazin
ügyvezető-
főszerkesztő



Pintér Éva

Corvinus
Fintech Center
stratégiai
vezető



Sütő Ágnes

Befektető-
védelmi Alap
ügyvezető
igazgató

AZ ÉV KÖNNYŰ ÉS KÉNYELMES BANKOLÁSI ÉLMÉNYE



Bacsó Gergely

Allianz
Hungária
Biztosító
Vezérigazgató



Csernátó Fanni

MOME
Service Design
képzésvezető



Dávid Zoltán

Yettel
stratégiai
vezérigazgató-
helyettes

AZ ÉV CSR PROGRAMJA



Gazsi Zoltán

Kék Zóna
Közösség
alapító



Mattyasovszky Bence

Piros Orr
Bohócdoktorok
ügyvezető
igazgató



Pistyur Veronika

Bridge
Budapest
társalapító,
ügyvezető
igazgató

Mastercard
Év Bankja



A MASTERCARD MELLÉKLETE

Mastercard
Év Bankja



EREDMÉNYEK

AZ ÉV BANKJA 2025

OTP BANK

AZ ÉV BANKÁRA

2006-2025 NAGYDÍJ

Dr. Csányi Sándor

(OTP Bank, elnök)

DAILY BANKING SZEGMENS

AZ ÉV LAKOSSÁGI AJÁNLATA 2025

- 1. OTP BANK**
2. ERSTE BANK
3. GRÁNIT BANK

AZ ÉV VÁLLALATI AJÁNLATA 2025

- 1. MBH BANK - BUPA**
2. BINX
3. K&H BANK

AZ ÉV ÜGYFÉLMEGTARTÓ PROGRAMJA 2025

- 1. GRÁNIT BANK**
2. OTP BANK
3. K&H BANK

DAILY BANKING SZEGMENS GYŐZTESE

OTP BANK

INNOVATION SZEGMENS

AZ ÉV KIBERBIZTONSÁGI PROGRAMJA 2025

- 1. OTP BANK**
2. GRÁNIT BANK
3. CIB BANK

AZ ÉV MESTERSÉGES INTELLIGENCIA

ALAPÚ INNOVÁCIÓJA 2025

- 1. GRÁNIT BANK**
2. MBH BANK - BUPA
3. OTP BANK

AZ ÉV KÖNNYŰ ÉS KÉNYELMES

BANKOLÁSI ÉLMÉNYE 2025

- 1. K&H BANK**
2. MBH BANK - BUPA
3. BINX

INNOVATION SZEGMENS GYŐZTESE

GRÁNIT BANK

BEYOND BANKING SZEGMENS

AZ ÉV MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS

KAMPÁNYA 2025

- 1. MBH BANK**
2. OTP BANK
3. K&H BANK

AZ ÉV CSR PROGRAMJA 2025

- 1. K&H BANK**
2. GRÁNIT BANK
3. OTP BANK

A FIZETÉS ÚJ DIMENZIÓI 2025

- 1. ERSTE BANK és BÁV FAKTOR**
2. RAIFFEISEN BANK
3. K&H BANK

BEYOND BANKING SZEGMENS GYŐZTESE

K&H BANK

RUGALMASSÁG & BIZTONSÁG



Az OTP Banknál jól tudják, hogy az ügyfelek igényei eltérőek. Van, aki mindent digitális csatornákon – jellemzően mobilbankon – keresztül intézne, mások továbbra is igénylik a személyes tanácsadást bankfiókon, vagy akár Contact Centeren keresztül. A bank célja egy összehangolt, rugalmas banki élmény biztosítása, ahol a döntés minden esetben az ügyfelek kezében van.

A mindennapi bankolás központi eleme a fejlett internet- és mobilbank, amely az elmúlt években az ügyfélkapcsolatok első számú felületévé vált. Az OTP MobilBank ma már nemcsak a klasszikus tranzakciókat fedi le, hanem az ügyfelek igényeit figyelembe vevő, folyamatosan bővülő, már most is több száz egyszerűen elérhető és használható funkciót biztosító megoldás. Ezek közé tartozik a számlanyitás, a hiteltermékek igénylése, az egyszerűbb megtakarítási termékek, mint a Persely funkció, vagy akár az összetettebb befektetési termékek. Külön említendő a Single Market alkalmazás, amely lehetővé teszi, hogy az ügyfelek közvetlenül, könnyen, mégis biztonságosan érhessék el a hazai és nemzetközi tőkepiacokat.

A Daily Banking szegmens díj mellett idén az Év lakossági ajánlata címet is az OTP Bank érdemelte ki. Utóbbi elismerést a 14–18 évesek számára kialakított, teljesen digitális Junior számlanyitási megoldásával nyerte el, amely jól mutatja a bank tudatos, hosszú távú fókuszát a fiatal ügyfélkör felé. Az OTP Bank számára fontos, hogy az első banki élmény pozitív legyen, ezért a Junior számlanyitási folyamatot egy rendkívül intuitív, egyszerű és teljes mértékben digitális onboardingra építette, amely könnyen használható mind a fiatalok, mind a szülők számára. A cél nem csupán egy bankszámla megnyitása, hanem egy olyan biztonságos és támogató pénzügyi környezet megteremtése, amelyhez a számlanyitást követően modern digitális szolgáltatások és kedvező termékek kapcsolódnak, elősegítve a fiatalok pénzügyi tudatosságának fejlődését, miközben a szülők számára is átlátható kereteket biztosítanak.

AZ OTP BANK
A MINDENNAPI
BANKOLÁST TUDATOSAN
A DIGITÁLIS ÉS A
SZEMÉLYES CSATORNÁK
EGYÜTTMŰKÖDÉSÉRE
ÉPÍTVE FEJLESZTI. ENNEK
EGYIK EREDMÉNYE, HOGY
IDÉN AZ ÖVÉK LETT
A GYŐZELEM A DAILY
BANKING SZEGMENSBEN,
ÉS AZ ÉV LAKOSSÁGI
AJÁNLATÁÉRT JÁRÓ
DÍJAT IS ŐK VIHETTÉK
HAZA.

Az OTP MobilBank egyik legnépszerűbb megoldása a „Pénzkérés simán” funkció. Ezzel a szolgáltatással az OTP Bank 2025-ben elsőként tette lehetővé az NFC alapú magánszemélyek közötti díjmentes pénzkérést Magyarországon akár úgy is, hogy a másik fél nem az OTP Banknál vezet számlát. Az ügyfelek új igényeire reagálva bevezették a Virtuális kártyát, amely pár kattintással igényelhető, valamint digitalizálták a SZÉP kártyát, amelynek köszönhetően az ügyfelek a hagyományos mágneses csíkos plasztikkártya mellett már virtuális, digitalizálható SZÉP kártyával is fizethetnek.

Az OTP Banknál tisztában vannak azzal, hogy az ügyfelek és köztük a bizalom a legfontosabb, ezért folyamatosan fejlesztik csalásmegelőző rendszereiket, illetve számos funkcionális lehetőséget is adnak ügyfeleik kezébe. Ezek közé tartozik a világszinten is egyedinek minősülő Utalásór funkció, amelynek segítsé-

gével az ügyfél beállíthat egy további jóváhagyót, akiben megbízik, és az ehhez a jóváhagyáshoz kapcsolódó összehatárt.

Az OTP Bank a digitális fejlesztések mellett elkötelezett a személyes ügyfélszolgálat mellett is. A legtöbb, 2310 kapcsolati ponttal a pénzügyi intézmények között az OTP Bank rendelkezik Magyarországon. Az elkötelezettséget mutatja, hogy már több éve évente 30 bankfiókot újít fel az OTP Bank, mellyel 10 évente megújul a teljes fiókhálózat. A bankfiók szerepe az elmúlt időszakban átalakult: a hangsúly ma már a tanácsadáson, komplex pénzügyi döntések támogatásán van.

Fontos elem az ATM Friendly Fee szolgáltatás is, amely a régió több országában az ingyenes készpénzfelvételt jelenti az OTP-ügyfelek számára, valamint az Árfolyam+ szolgáltatás, amelynél a deviza utalások és a bankkártyás vásárlások során alkalmazott árfolyam a digitális neobankok által biztosított árfolyamokkal is felveszi a versenyt. Ez szorosan illeszkedik ahhoz a filozófiához, hogy az alapvető banki szolgáltatások legyenek könnyen hozzáférhetőek és kiszámíthatók, de közben ösztönözzék a digitális csatornák használatát is. •

BUPA ÉRTÉKAJÁNLAT

SEGÍTSÉG A VÁLLALKOZÁSOKNAK



Nem könnyű ma mikro-, kis- és középvállalkozást vezetni, hiszen egyszerre kell megfelelni a növekvő adminisztrációs terheknek, lekövetni a gyorsan változó szabályozást, kezelni a likviditást, valamint gyorsan és hatékonyan tervezni a mindennapi vállalati pénzügyeket. Az MBH Bankhoz tartozó BUPA egy részben AI-alapú, integrált, fintech szemléletű válasszal, a Lépték GO számlacsomag és a BUPA

rizál, figyelmeztet, valós időben mutatja az áfaegyenleget, és intelligens javaslatokat ad a vállalat növekedéséhez, vagy éppen forrásbevonáshoz.

A Lépték GO számlacsomag pedig újragondolja a vállalati bankolást: a konstrukció havidíja automatikusan követi a számlaforgalmat, magas aktivitásnál igazodik az igényekhez, alacsony forgalomnál csökken, így nincs felesleges költség. Az első évben ingyenes online megjelenést és jutalékmentes tranzakciókat kínál. A számlacsomag hatalmas siker: az MBH Bank új mikro- és kisvállalati ügyfeleinek 99 százaléka ezt választja. •

DIGITÁLIS, VONZÓ ÉS KÖLTSÉGHATÉKONY

A Gránit Bank stratégiai célja, hogy innovatív digitális megoldásaival évről évre jelentősen növelje ügyfélkörét, és közben hosszú távon is aktív, elkötelezett és jövedelmező ügyfélbázist építsen. Ezt szolgálja a Gránit Bank digitális ügyfélaktivizáló programja, amely három alappillérré épül.

A program keretein belül elsőként teljesen digitálisan igényelhető, vonzó és költséghatékony termékeket, valamint a mindennapi bankolást könnyebbé tevő innovációkat és szolgáltatásokat fejlesztettek. Ezt követte a személyre szabott ajánlatokat biztosító digitális kommunikációs és értékesítési csatornák kiépítése. A program motorja a valós idejű adatokra épülő digitális CRM rendszer, amellyel személyre szabott értékesítési és használatösztönző kampányokat indítottak. „A Gránit Bank az ügyfélmegtartást elsősorban ügyfélaktivizációként értelmezi” – mondta Jendrolovics Péter, a Gránit Bank lakossági üzletágért felelős vezérigazgató-helyettese.

A program számai magukért beszélnek. 2025-ben 18 százalékkal nőtt a munkabérüket a bankhoz utalók és 50 százalékkal az értékpapírszámlák száma. Ugyancsak 18 százalékkal nőtt a betétállomány, miközben az ügyfélleimorzosulódás aránya mindössze 1,7 százalék volt. •



AI FORRADALOM A HITELEZÉSBN



egyszerűvé, gyorsá és élményszerűvé teszik a hitelfelvételt.

„Az innováció nem cél, hanem eszköz ahhoz, hogy a Gránit Bank minél magasabb értéket teremtsen az ügyfelei számára – hangsúlyozta a díj kapcsán Hegedüs Éva, a Gránit Bank elnök-vezérigazgatója. – Ehhez nem elég egy kreatív ötlet, a technikai fej-

A Gránit Bank digitális hitelezési innovációi a mesterséges intelligencia teljes értékláncba építésével forradalmasítják a hitelezést, és az egyik leginnovatívabb újításoknak számítanak a hazai bankpiacon bevezetett megoldások között. Központi elemük a Gránit Guru, a bank honlapján elérhető generatív és agentic AI alapú chatbot, amely valós idejű ügyféltámogatást nyújt, további agent meghívásával pedig „párbeszéd alapú” hitelkalkulációra is képes. A folyamat része a Hitelmix kalkulátor, amely több hitel- és állami támogatási forma kombinációját képes együttesen kikalkulálni, és lehetővé teszi a hitelek egyszerű igénylését. A háttérben egy AI-alapú dokumentumfeldolgozó agent segíti a hiteligenyrlések gyors és hibamentes feldolgozását. Az AI agent alkalmazása a dokumentumfeldolgozási szakasz idejét közel 70, a teljes hitelbírálati háttér folyamat átfutási idejét 50% százalékkal csökkenti. A megoldások a mesterséges intelligencia erejével

A KÖZEL 300 EZER ÜGYFÉLSZÁMLÁT KEZELŐ GRÁNIT BANK 2025-BEN ÁTLAGOSAN 2,5 HETENTE VEZETETT BE ÚJ INNOVÁCIÓT MOBIL-ALKALMAZÁSÁBAN.

lesztési folyamatok végrehajtása, következetes, kitartó munkát és folyamatos alkalmazkodást is jelent. A Gránit Bank által követett út a bank alapítása óta az innovációra, az ügyfélményre és a hatékonyságra épül. A bank hagyományos és fintech értékeket ötvöző üzleti modellje nemcsak kimagasló eredményeket hoz, hanem lehetővé teszi a digitális térben történő, határokon átnyúló terjeszkedést is.”

A Gránit Bank közelmúltban végzett kutatása megerősítette, hogy a bank dinamikusan növekvő ügyfélköre jóval aktívabban használja a digitális szolgáltatásokat, mint a szektor átlaga. „Tapasztaljuk, hogy az új ügyfelekért a verseny egyre erősödik,

miközben ők ma már könnyebben válhatnak bankot és a fintech szereplők belépésével több banki kapcsolatot is fenntarthatnak. Hosszú távon ezért az a bank lehet csak sikeres, amely az egyedi ügyféligényekre fejleszt a szolgáltatásait, beleértve a mesterséges intelligencia alkalmazását az egyedi hiperperszonalizált ügyfélajánlatok megjelenítésekor” – mondta el a díjak kapcsán Jendrolovics Péter, a Gránit Bank lakossági üzletágért felelős vezérigazgató-helyettese.

„A Gránit Bank számára a mesterséges intelligencia nem csupán technológiai irány, hanem valódi ügyfélértéket teremtő eszköz” – vallja Jendrolovics Péter, aki szerint a következő 10–15 évben az a piaci szereplő lehet tartósan sikeres, amely úgy tudja alkalmazni a mesterséges intelligenciát, hogy az a legnagyobb hozzáadott értéket adja az ügyfelek igényeit alapul véve. „Ehhez innovatív, bátor, előremutató gondolkodásra és az ügyféligényekre szabott, intuitíven használható szolgáltatások fejlesztésére van szükség – olyan szemléletre, amely a mi DNS-ünkben is jelen van” – mondta el a vezérigazgató-helyettese. •

MEGELŐZÉS & EDUKÁCIÓ



A gyorsan változó és növekvő kiberfenyegetések naprakész kezelése prioritás az OTP Bank számára. Átfogó kibervédelmi stratégiájuk célja a digitális bankolás biztonságosabbá tétele, a visszaélések megelőzése és a károk minimalizálása. Ennek érdekében biztosítják, hogy minden rendszer és infrastruktúra megfelelő védelmet kapjon, széleskörű edukációt nyújtanak ügyfeleiknek és dolgozóiknak, valamint együttműködnek hatóságokkal, a szektor szereplőivel és oktatási intézményekkel egyaránt. Kezdeményezéseik között kiemelt jelentőséggel bír az OTP Kiberlab, amely a pénzügyi visszaélések megelőzését és a kiberbiztonsági megoldások fejlesztését szolgálja. Ezt a szemléletet képviseli az OTP MobilBank is, amely innovatív funkciókkal egyedülálló biztonságot nyújt az ügyfeleknek. 2025-ben a sikeres kártyás visszaélések száma 39,4 százalékkal, az ügyfélkár mértéke 53,0 százalékkal lett alacsonyabb az előző évhez képest.

Az elektronikus csatornákon történt visszaélések esetében 2025-ben az ügyfélkár mértéke 51,3 százalékkal lett alacsonyabb az előző évhez képest úgy, hogy a csalásokkal érintett tranzakciók száma – a sikeres és sikertelen eseteket is figyelembe véve – 26,3 százalékkal csökkent. •

KATE, A STRATÉGIAI ESZKÖZ



Kate, a K&H digitális pénzügyi asszisztense forradalmasítja a bankolást és új szintre emeli az ügyfélményt. Hang- és chatalapú működése lehetővé teszi, hogy az ügyfelek saját szavaikkal intézzék pénzügyeiket – természetesen szövevényes menük és a köztük való bonyolult navigáció nélkül. Mindezt egyetlen applikációban, azonnali chateléssel, csupán egy megerősítéssel.

Kate 400 funkcióval rendelkezik, az alapszolgáltatásoktól – mint például PIN megjelenítés – egészen a befektetések indításáig. A beszédalapú kommunikáció nem kíván szakmai tudást, így a bankolás könnyűvé, gyorsá és emberközelivé válik. A K&H ügyfelei láthatóan szeretik Kate-et: 2025-ben havonta 150 ezren, összesen 1,7 millió alkalommal folytattak vele beszélgetést. Mi több, az ügyfelek egyharmada kifejezetten Kate miatt nyitott számlát, ami kiemelkedő akvizíciós eredmény. Kate nem csupán technológiai újítás, hanem stratégiai eszköz: személyre szabott, biztonságos és gyors digitális bankolást kínál, ami megfelel a modern ügyféligényeknek. •

A BEYOND BANKING SZEGMENS GYŐZTESE

ÉS AZ ÉV CSR PROGRAMJA

K&H BANK



FELELŐSSÉGGEL EGY ÉLETEN ÁT

A társadalmi felelősségvállalás kérdése ma már a bankválasztásban is felmerül. Az ügyfelek nemcsak pénzügyi termékeket keresnek, hanem olyan intézményt, amelynek értékei összhangban vannak a sajátjaikkal. A K&H reputációjához ezek a programok körülbelül 10 százalékkal járulnak hozzá – a társadalmi felelősségvállalási tevékenységek ismerete, emlékezete ugyanis növeli annak percepcióját, hogy a márka tesz a helyi lakosokért, jó célokat támogat, felelősségteljes tagja a társadalomnak, és így erősíti a márka elfogadását, szerethetőségét.

Egyik legfontosabb kezdeményezését, a K&H életrevalók programot 2024 novemberében hívta életre a bank azzal a céllal, hogy a felnőtté válás határán

A NEHÉZSORSÚ
FIATALOK ÉS AZ
IDŐSKORBAN LÉVŐ
NYUGDÍJASOKAT IS
MEGSZÓLÍTJÁK A K&H
BANK TÁRSADALMI
FELELŐSSÉGVÁLLALÁSI
PROGRAMJAI, AMELYEK
VALÓBAN TÚLMUTATNAK
A HAGYOMÁNYOS
ÉRTELEMBEN VETT
BANKOLÁSON.

támogatást nyújtsanak a gyermekvédelmi ellátásban részesülő fiatalok számára. Ennek keretében a fiatalok olyan képzésen vehetnek részt, mely segít nekik abban, hogy megtalálják az őket igazán érdeklő munkát. A programra pályázat útján jelentkezhetnek azok a 16–24 éves fiatalok, akik gyermekvédelmi vagy utógondozotti ellátásban részesülnek. A jelentkezőnek meg kellett jelölni a kívánt képzés részleteit és motivációs levéllel alátámasztania, hogyan járul hozzá a tanfolyam a céljaihoz. A nyertes pályázók akár egymillió forint értékű képzést is elvégezhetnek. A kezdeményezéshez a K&H jelenlegi és leendő ügyfelei is hozzájárulhattak – a bank minden új lakossági és prémium számlanyitás után 2000 forintot különített el a K&H életrevalók program és az SOS Gyermekfalu Alapítvány életkezdési alapja részére, míg a meglévő ügyfelek megduplázhatták a támogatás összegét a K&H visszapénz aktiválásával. A bank programért felelős munkatársai hatalmas érdeklődést tapasztaltak a K&H életrevalók program iránt. Sok megható motivációs levelet kaptak, amelyekből kitűnt, milyen belső hajtóerő lakozik a programra jelentkező fiatalokban, akik kellő anyagi háttér híján nem tudják továbbfejleszteni magukat, és azzal a jövőjüket megalapozni.

A K&H életrevalók program mellett a bank büszke a több évtizede sikeres, a gyermekgyógyászatot támogató K&H gyógyvarázsra és a fiatalokat megszólító K&H Vigyázz, kész, pénz! pénzügyi vetélkedőre is.

A K&H Bank 2026-ban is tovább kívánja erősíteni azokat a programokat, amelyek hosszú távú, generációkon átívelő társadalmi hatást teremtenek. Ennek szellemében stratégiai együttműködést kötöttek Magyarország egyik legnagyobb nyugdíjas szervezetével, a Nyugdíjas Klubok és Idősek „Életet az éveknél” Országos Szövetségével. A bank célja támogatni

a nyugdíjasokat abban, hogy a munkában eltöltött aktív évek után is találjanak maguknak elfoglaltságot, mozogjanak, járjanak össze és éljenek teljes életet. Ennek központi eleme a K&H örök aktív program, amely a közösségi aktivitást, a társadalmi részvételt és a generációk közötti kapcsolódást helyezi előtérbe. A K&H örök aktív pályázattal azokat szeretnék jutalmazni, akik idősklubokban és közösségekben azért tevékenykednek, hogy a nyugdíjas évek valóban izgalmasan, élménydúsán teljenek a lehető legtöbb szépkorúnak. •

AZ ÉV MARKETINGKÖMUNIKÁCIÓS KAMPÁNYA

MBH BANK



STREAMING, MOBILNET, BANKSZÁMLA

Új bankszámlaajánlatuk és a hozzá kapcsolódó marketing-kommunikációs kampányuk tervezésekor az MBH Bank munkatársai azt tapasztalták, hogy a versenytársaik közel azonos ajánlatokat kommunikálnak. Ezért kidolgozták a Tripla elnevezésű bankszámlaajánlatukat, amely magában foglalta a streaming- és AI-előfizetések jóváírását. Az üzenet az volt, hogy az MBH Bank most szokatlan, bankok által eddig nem nyújtott extra szolgáltatásokat ad a számlához. A reklámfilmekben meglepő beszélgetéseket hallunk a bankfiókban – olyan témákról beszélgetnek, mint a filmek (streaming), vagy a mobilnet, amelyekről bankban eddig nem esett szó.

Az értékesítést 360 fokban integrált kampány támogatta: tévében, online, közterületeken, bankfiókban és belső kommunikációs csatornákon voltak jelen. Célcsoport tekintetében a fiataloktól egészen az idősebb korosztályig céloztak. Az értékesítés belső támogatására elindították a Tour de Sales értékesítési versenyt, amelyhez koncepciót, videókat, eredménykövető oldalt és egyedi ajándékokat készítettek.

A kampány üzleti és marketingcéljait is túlteljesítette. Az értékesítés megduplázódott, a márkaismertség elérte a 85 százalékos szintet, a weboldal látogatottsága pedig 180 százalékkal nőtt. •

A FIZETÉS ÚJ DIMENZIÓI:

ERSTE BANK

A TRANSPARENTIA DIADALA



Az Erste vállalati hitelbírálata minden ügyfélnél ugyanazokat a szempontokat alkalmazza, hogy pontosan meg tudja határozni a nem fizetés kockázatát. A bank fontosnak tartja, hogy ez a folyamat

átlátható legyen, és aktívan segítse ügyfeleit pénzügyi helyzetük javításában. Az Erste által fejlesztett Financial Health felület ebben nyújt egyedülálló segítséget: nem csupán a végső minősítést mutatja meg, hanem részletezi a legfontosabb pénzügyi mutatókat, azok több éves alakulását is, sőt, lehetővé teszi, hogy a cégek összehasonlíthassák teljesítményüket a versenytársaikkal.

A Financial Health platformmal az Erste szakít a megszokott banki gyakorlattal, amely szerint a hitelbírálati szempontok szigorúan titkosak. A bank célja, hogy ezt a folyamatot átláthatóbbá és érthetőbbé tegye az ügyfelek számára. Az eredetileg csak papír alapon elérhető tartalom ma már online, interaktív formában is megtalálható. A kezdeményezés lényege, hogy a cégek felismerjék, hol és hogyan javíthatják hitelképességüket.

Ennek részeként a BAV Faktor oldalára is át lehet menni a felületről, így faktoring szolgáltatás is elérhető – ami különösen a kis- és középvállalkozásoknak jelenthet előnyt. A faktoring ugyanis segíthet a minősítés javításában, hiszen növeli a likviditást és csökkenti a tőkeáttételt. •

Mastercard
Év Bankja

 **20₂₅**

OTP BANK



AZ ÉV BANKJA 2025

OTP BANK

A MASTERCARD MELLÉKLETE



AZ ÉV LAKOSSÁGI AJÁNLATA 2025

OTP BANK



AZ ÉV KIBERBIZTONSÁGI PROGRAMJA 2025

OTP BANK



AZ ÉV MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS KAMPÁNYA 2025

MBH BANK



AZ ÉV VÁLLALATI AJÁNLATA 2025

MBH BANK



AZ ÉV MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ALAPÚ INNOVÁCIÓJA 2025

GRÁNIT BANK



AZ ÉV CSR PROGRAMJA 2025

K&H BANK



AZ ÉV ÜGYFÉLMEGTARTÓ PROGRAMJA 2025

GRÁNIT BANK



AZ ÉV KÖNNYŰ ÉS KÉNYELMES BANKOLÁSI ÉLMÉNYE 2025

K&H BANK



A FIZETÉS ÚJ DIMENZIÓI 2025

ERSTE BANK ÉS BÁV FAKTOR