

- Lançamento de um aplicativo inovador para *smartphones*, que permite executar as principais operações bancárias, tais como consultar contas, efectuar transferências, pagar serviços, carregar cartões, constituir e desmobilizar poupanças e carregar telemóveis;
- Reforço do compromisso de prestar informação atempada sobre a actualidade dos mercados financeiros e de contribuir para a literacia financeira, de que são exemplos a *newsletter* de investimentos, que aborda a actualidade dos mercados, conceitos de investimento e finanças pessoais, bem como a participação na "Infovalor 2010 – Feira de Poupança e Investimento", onde o Banco esteve representado com um *stand* informativo e animação própria;
- Simplificação dos processos operativos, sobretudo os que têm impacto directo nos Clientes, como a abertura de conta e a possibilidade de entrega de cartões de débito na hora;
- Introdução de uma política *paperless*, de que é exemplo a entrega de toda a documentação, nos termos legalmente admitidos, em suporte digital na abertura de conta e o preçário e brochuras disponíveis nos monitores *touchscreen* das sucursais;
- Abertura de quatro sucursais, três em Lisboa e uma no Porto, com um modelo e *design* inovador e que funcionam em horário de atendimento alargado, das 10h às 20h, estando também abertas aos sábados;
- Abertura de um ponto de venda, com características idênticas às das sucursais, na loja da Vodafone do Parque das Nações, em Lisboa, fruto da parceria entre as duas instituições;
- Reestruturação do *portfolio* de produtos, de forma a torná-lo mais competitivo, transparente, fácil de compreender e de contratar;
- Adopção da marca ActivoBank, recorrendo a uma nova imagem e ao endosso do Millennium, capitalizando nos valores, solidez e credibilidade do Grupo;
- Lançamento do "Activo Ideias", um programa dirigido à recolha de ideias de Colaboradores do Banco, tendo 13 dos mais de 165 contributos sido já implementados;
- Disponibilização de seis fundos de investimento que incorporam critérios de responsabilidade social, os denominados "fundos éticos", e de 13 fundos especializados nos sectores de energias renováveis, ecologia, eficiência energética e alterações climáticas. Destes 19 fundos, em Dezembro de 2010, 13 tinham subscrições, com um total de cerca de 1,5 milhões de euros que representam 2% do total da carteira de fundos.

## CLIENTES E CLIENTES ACTIVOS

Unidade



Como resultado destas medidas, e apesar do reposicionamento da operação apenas ter ocorrido a 18 de Março de 2010, o Banco aumentou a sua base de Clientes activos, em 2010, em cerca de 12%, recuperando a sua capacidade de atrair novos Clientes.

Em 2011, a actividade vai continuar focada no aumento da base de Clientes. A par deste objectivo de crescimento, o ActivoBank reforçará também o desenvolvimento da área de investimentos, acções dirigidas ao crescimento de recursos e a aposta na excelência do serviço ao Cliente. Na consolidação e afirmação desta proposta de valor, serão desenvolvidas uma série de iniciativas, com destaque para:

- O crescimento e consolidação da rede comercial através, por exemplo, da expansão da força de promotores ("Associados");
- A continuação da simplificação dos processos operativos, garantindo a excelência do serviço ao Cliente;
- A entrada em novas áreas de negócio, com destaque para as dirigidas aos Clientes investidores;
- A consolidação da aposta no canal Mobile, através do lançamento de novos aplicativos que alarguem o leque de operações bancárias disponíveis;
- O lançamento de novos produtos, com o intuito de responder a uma série de necessidades identificadas junto dos Clientes;
- A introdução de melhorias no *website* renovado, com especial ênfase na componente de investimentos.