

**Отчет о выполнении стратегического плана развития
«Приорбанк» ОАО на 2019-2021 гг.
в 2020 году**

**Минск,
Март, 2021 г.**

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

- В 2020 году «Приорбанк» ОАО продемонстрировал развитие по всем основным направлениям деятельности.
- За 2020 год активы банка увеличились на 16% до уровня 5 407 млн. белорусских рублей. Динамика привлеченных средств клиентов обеспечила умеренный рост кредитного портфеля: по итогам 2020 года на развитие бизнеса субъектов хозяйствования и кредитование физических лиц Приорбанком направлено 3 301 млн. рублей.
- Средства клиентов увеличились до 4 147 млн. рублей и превысили уровень прошлого года на 17%.
- Капитал банка по МСФО составил 813 млн. руб. и находится в рамках утвержденного прогноза. Нормативный капитал в 2020 году вырос с 680 млн. руб. до 782 млн. руб. Приорбанк адекватно капитализирован. Достаточность капитала по национальным стандартам составляет 15,6%, по международным стандартам – 17,8%.
- Операционные затраты банка находятся в рамках утвержденного плана.
- Обеспечено выполнение показателей прибыльности и эффективности. Прибыль банка по МСФО в 2020 г. составила 122 млн. руб. Рентабельность капитала (ROE) составила 15,1%.

Примечание: Финансовые показатели приведены по МСФО

Основные направления развития бизнеса

- Развитие клиентской базы: Mid Market, международные группы
- Увеличение объемов некредитного дохода
- Оптимизация внутренних процессов: централизация стандартных операций сотрудниками на ЦБУ; автоматизация функций валютного контроля
- Дальнейшее совершенствование Internet Bank (с плановой миграцией всех клиентов) и Mobile Bank
- Поддержание ликвидности бизнес-линии в банке в BYN

Новые банковские продукты

- На примере индивидуального продукта для крупного корпоративного клиента создан новый продукт для всех клиентов юридических лиц – расчетные листки в ИБ (при переводе своих сотрудников на удаленную работу в год Covid-19 предприятия получили возможность предоставления, без посещения сотрудниками своего офиса, в мобильном приложении расчетного листка, (информации об общей сумме заработной платы, налогах и прочих отчислениях сотрудника предприятия))
- Осуществление крупной сделки по продукту дисконтирование платежа по аккредитиву с крупным корпоративным клиентом
- Развитие Cross Boarder Cash Pooling (сотрудничество и участие в совместных проектах по данному направлению с другими NWU)
- Рекламная кампания и продвижение продукта "Счет в кармане" -впервые в Республике Беларусь для клиентов банка появилась возможность работы с сервисом "Счет в кармане". Это сервис, который осуществляет зачисление выручки клиенту сразу на корпоративную карточку и клиент при работе с банком получил возможность не использовать ЭЦП

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020

Стратегия корпорати вного бизнеса

Новые проекты

- Усовершенствование системы взаимоотношений с клиентами (развитие и модернизация CRM-система)
- Подписание в электронном виде договоров факторинга (наряду с подписанием депозитных и кредитных договоров)
- Активная работа по внедрению проекта «Автоматизация платежей по аккредитивам»
- В 2020 году мы продолжили развитие продукта корпоративные банковские карточки.

По объемам безналичных расчетов и выпуску корпоративных карт Приорбанк занимает 1 место в Республике Беларусь. Появилась новые возможности в режиме 24/7 :

- ✓ - сдачи выручки в ПСТ
- ✓ - осуществления в Интернет банке переводов между своими корпокартами,
- ✓ - изменения лимитов и блокировки корпоративных карт

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

- ✓ **Привлечение новых клиентов через мультиканальную систему продаж (веб сайт, агенты Приорбанка, хантеры, контакт центр)**
 - обеспечен рост продаж через цифровые каналы (доля привлеченных клиентов через цифровые каналы составила 22%)
 - для развития альтернативных каналов привлечения клиентов в 2020 заключено 407 агентских соглашений
 - реализован процесс открытия счета в момент обращения клиента через электронные каналы продаж с последующим сбором документов
 - работа при разработке транзакционных продуктов построена по принципу Agile
 - разработан стандарт удаленного премиального обслуживания с использованием цифровых каналов
 - разработаны модели монетизации доходности отдельных продуктов при выполнении определенных условий клиентом
 - организован новый канал продаж «Hunters» для клиентов
- ✓ **Развитие модели финансирования через электронные каналы, основанные на предварительно одобренных предложениях**
 - разработана транзакционная скоринговая модель, которая расширила возможности по предодобренному кредитованию
 - разработан продукт финансирования (овердрафт) клиентов МСП с использованием корпоративной карты
 - работа при разработке кредитных продуктов и операций, приравненных к ним, построена по принципу Agile
 - созданы модели кредитования клиентов, использующие эквайринг в банке, а также модели финансирования по программе «Рассрочка»
 - начаты работы по организации процесса цифрового E2E кредитования с разработкой процедуры автоматизированного принятия решения по кредитным сделкам клиентов
 - начаты работы по реализации E2E кредитования, основанного на предварительно одобренных предложениях
- ✓ **Новые проекты банка**
 - произведен запуск новых продуктов эквайринга «Программная касса», «PriorSoftPos», интегрированный проект «PriorSoftPos +iKassa»; CRM-кампания по предложению данных услуг
 - произведен запуск проекта «Online-Start» по переводу бизнеса в онлайн-среду
- ✓ **Развитие мобильного банка, направленного на улучшение клиентского опыта и модернизацию комплекса банковских услуг**
 - проведены работы по запуску продукта «Счет в кармане» в мобильном приложении для микро клиентов
 - внедрена программа адаптации клиентов в банке и начата ее автоматизация
- ✓ **Развитие CRM системы для юридических лиц и ИП**
 - осуществлена модернизация витрины данных для анализа клиентского профиля и формирования CRM предложений, а также инфраструктуры прямых коммуникаций с клиентами в режиме реального времени
 - разработано 4 математические-статистические модели для формирования лучшего ценностного предложения для клиента ,начата процедура внедрения и тестирования моделей
 - разработана система мониторинга сквозной лидогенерации

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

Стратегия розничного бизнеса

✓ Увеличение активной клиентской базы

- обеспечен рост количества активных клиентов на 4,5% с достижением показателя 807 тыс.; премиальных клиентов на 20% с достижением показателя 18,9 тыс.; привлечено на обслуживание 100,8 тыс. новых клиентов
- через мультиканальную систему продаж (ЦБУ, контакт центр, сайт банка, третьи стороны) привлечено на зарплатный проект более 7,0 тыс. юридических лицами и ИП
- организовано привлечение новых клиентов за счет интеграции с третьими сторонами при этом доля таких клиентов составила 8,9%
- реализовано уделенное открытие счета с выпуском карты без визита в банк через Интернет-банк (с идентификацией через МСИ с использованием дополнительной видеоидентификации)
- запущен якорный продукт для привлечения новых клиентов с осуществлением коммуникаций в цифровой среде на основе сегментации клиентов

✓ Управление пассивами

- проведены маркетинговые кампании, направленные на привлечение денежных средств в национальной валюте во вклады (депозиты), за счет чего доля банка на рынке депозитов в национальной валюте выросла с 4,8% до 5,0%
- проведена широкомасштабная рекламная кампания по привлечению клиентов на пенсионное обслуживание, по итогу которой количество таких клиентов увеличилось на 3,5% и составило 152,2 тыс.
- реализована возможность открытия через мультиканальную платформу депозитов в национальной валюте в днях
- снижен объем валютных депозитов на 38% или на 54,4 млн евро в эквиваленте за счет роста продаж инвестиционных продуктов
- обеспечен рост объема средств, переданных клиентами в индивидуальное доверительное управление, на 96,5% или 53,8 млн EUR с достижением 109,5 млн EUR. Доля проникновения инвестиционных продуктов в клиентскую базу премиальных клиентов выросла до 4,7%

✓ Рост объема кредитования

- доля кредитования через цифровые каналы по потребительским кредитам выросла с 13 % до 17%
- реализовано E2E кредитование в цифровых каналах по потребительским кредитам для существующих клиентов в рамках предодобренных предложений
- реализовано E2E кредитование путем онлайн-интеграции с организациями-партнерами с целью финансирования приобретения товаров (работ, услуг)

✓ Увеличение продаж и улучшение мультиканальной интеграции

- разработана тразакционная скоринговая модель, которая расширила возможности по предодобренному кредитованию
- благодаря активным CRM коммуникациям доля клиентов, пользующихся 2 и более продуктами, выросла с 56,6% до 57,8%
- увеличена доля контекстных персонализированных контактов с клиентами с целью повышения эффективности коммуникаций и повышения клиентской удовлетворенности
- начат проект активных персонализированных коммуникаций с клиентами в цифровых каналах
- реализован проект по удаленному обслуживанию клиентов массового сегмента через контакт центр

✓ Повышение доходности розничного бизнеса

- начат проект по организации страхования держателей карточек через цифровые каналы
- произведен ребрендинг балльной программы Prior Plus и изменен прямой money-back для держателей карточек
- внедрены новые пакеты сервисов для премиальных клиентов, которые включают широкий спектр небанковских услуг для улучшения ценностного предложения для клиентов

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

Стратегия электронного бизнеса

Основные результаты развития электронного бизнеса, реализованные мероприятия в 2020 г.:

по юридическим лицам:

- обеспечен рост доли юридических лиц, привлеченных через цифровые каналы, до 20%
- расширен перечень запросов в интернет-банке для оформления кредитных операций
- реализована возможность формирования запроса на сертификат для ЭЦП удаленно с использованием технологии подписания М-кодом
- реализована возможность подписания депозитных договоров М-кодом
- выполнен редизайн интерфейса мобильного приложения для юридических лиц
- внедрен функционал получения клиентом сообщений из банка в мобильном приложении для юридических лиц

по физическим лицам:

- увеличена доля активных пользователей мобильного приложения до 51% в активной клиентской базе
- обеспечен рост доли новых клиентов, привлеченных через цифровые каналы, до 11% в общем количестве новых клиентов
- мобильное приложение Prior Online опубликовано в Huawei AppGallery
- начаты сессии по тестированию удобства использования цифровых каналов для улучшения клиентского опыта по отдельным функциям и увеличению продаж
- улучшены показатели UX/UI в цифровых каналах

Новые продукты:

начата работа по реализации PUSH-информирования в дистанционных каналах для юридических и физических лиц

по юридическим лицам:

- внедрен 1 этап проекта «Торговая площадка» в цифровых каналах для осуществления валютно-обменных операций юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями

по физическим лицам:

- упрощена процедура регистрации в Интернет-банке и Мобильном приложении для действующих клиентов
- расширена функциональность ПИН-менеджмента в Интернет-банке и Мобильном приложении (установка/смена ПИН-кода)

Новые проекты:

по юридическим лицам:

- внедрен функционал удаленной коммуникации с клиентами юридическими лицами (Moxtra) через Мобильное приложение
- внедрены Витрины продуктов с персональными предложениями в цифровых каналах для юридических лиц
- осуществлена интеграция сервиса Countly по сбору аналитических данных в мобильное приложение для юридических лиц

по физическим лицам:

- реализована платежная страница для P2P переводов между картами банков Республики Беларусь
- внедрены инструменты для сквозной аналитики и построения воронок продаж с корпоративного сайта
- реализована возможность заключения договоров доверительного управления в Интернет-банке
- организовано размещение персонализированных видео роликов в мобильном приложении для отдельных категорий клиентов

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

IT стратегия

Основные результаты развития:

Внедрение новых технологий:

- Внедрена удаленная биометрическая идентификация для новых банковских клиентов – физических лиц в интернет банке
- Компьютерное зрение для обработки входящих неструктурированных документов клиентов: завершены бизнес и ИТ дизайн
- Продолжено внедрение технологии компьютерного анализа и синтеза естественных языков для автоматизации процессов контакт центра: при обработке сообщений в голосовых и текстовых каналах
- Продолжено дальнейшее внедрение технологии роботизации

Использование открытых APIs:

- Дальнейшая интеграция с групповой API платформой Мерлин: продолжено потребление сервиса Countly для развития электронных каналов и продуктов
- Внедрены API для исходящих платежей юридических лиц в нац. валюте

Аналитическая обработка данных, включая использование группового Data Lake:

- Внедрена транзакционная скоринговая модель для физических лиц
- Разработана скоринговая модель для малых клиентов
- Запущена компания по продажам корпоративным клиентам

Непрерывная интеграция и доставка (CI/CD):

- Завершен пилотный проект по внедрению автоматизированного тестирования в мобильном банке юридических лиц
- Внедрена распределенная система контроля версий ПО для основных ИТ систем

Применение новых архитектурных принципов:

- Внедрены платформы для контейнеризации приложений (OpenShift, Rancher)

Интеграция в режиме реального времени:

- Внедрена платформа для потоковой обработки данных (Kafka)

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

Стратегия управления рисками

- Обеспечен приемлемый уровень качества кредитного портфеля банка
- Осуществлялась своевременная корректировка кредитных политик и риск-подходов в связи с негативными экономическими и прочими (включая COVID) факторами с сохранением консервативного подхода при кредитовании клиентов с фокусом на наиболее устойчивых заемщиков
- Обеспечивалось соблюдение требований кредитных политик
- Усилен акцент на натуральном хеджировании валютных рисков при финансировании в иностранной валюте
- Продолжена оптимизация подходов при финансировании клиентов с фокусом на повышение эффективности (кредитные решения / администрирование)
- Продолжено совершенствование системы раннего выявления потенциально проблемных кредитов
- Продолжено совершенствование работы с проблемными клиентами
- Обеспечено соблюдение пруденциальных нормативов и уровней толерантности к рискам
- Продолжено совершенствование системы управления операционным риском в части реализации требований НБ РБ по управлению кибер-риском и существенным аутсорсингом
- Продолжено совершенствование системы управления рисками в части выполнения мероприятий в рамках общей надзорной оценки

Операционная стратегия

Реализованные проекты:

- ✓ Разработка системы управленческой отчетности электронных каналов продаж
- ✓ Централизация операционных функций из ЦБУ в ЦО
- ✓ Исполнение денежных обязательств посредством автоматизированной информационной системы исполнения денежных обязательств (АИС ИДО)

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

Маркетинговая стратегия

- Было проведено 2 акции с выдачей подарков клиентам, открывшим пенсионный счет. Продвижение акционного предложения осуществлялось с помощью мультимедийного размещения рекламы. В результате за 2020 год было привлечено 4 314 новых клиентов.
- С целью повышения уровня ликвидности в 2019-2020 была проведена игра «Удачный вклад». За время проведения рекламной игры было открыто 27 300 депозитов. Участие в игре приняло 7889 клиентов, из них NTB 1868.
- С целью увеличения уровня ликвидности была организована акция с выдачей карточки Visa Gold при открытии депозита. Всего за период акции депозит открыл 6 071 клиент (NTB 652), 3 218 воспользовались специальным предложением по выпуску карточки (NTB 426).
- С целью увеличения количества новых клиентов, привлеченных в диджитал-каналах, было разработано специальное предложение по выпуску карточки Бумеранг за 1 или 5 BYN, которое стало якорным продуктом по привлечению NTB онлайн на постоянной основе. В результате акции удалось привлечь 2747 новых клиентов.
- С целью повышения лояльности клиентов во время первой волны коронавируса были организованы акции и специальные предложения. За оплату онлайн-сервисов клиенты получали манибэк 10%, а также возможность пользоваться сервисом Яндекс.Плюс бесплатно в течение 3 месяцев по промокоду. Кроме того, в течение 2 месяцев действовал пониженный тариф на переводы на карточки других банков, в том числе за границу. Эти предложения, а также инструкции по удаленному пользованию банковскими услугами были размещены на специальных страницах банка. Количество уникальных просмотров страниц составило 31 505.
- С целью увеличения количества новых клиентов было осуществлено перепозиционирование платежных браслетов на детскую аудиторию как продукта для первых самостоятельных покупок. Продвижение осуществлялось онлайн. Получено 2 613 заявок на браслеты.
- В конце 2020 года был запущен новый продукт Яркая карта. Для качественного определения целевой аудитории и портретов различных категорий пользователей были проведены несколько сессий фокус-групп. Данные были использованы для создания 4 различных посадочных страниц для наиболее ярких групп клиентов в рамках продвижения Яркой карты. Диджитал-каналы являются основным инструментом для привлечения новых клиентов банка по этому продукту.
- Была проведена активная мультимедийная рекламная кампания, направленная на продвижение новых премиальных пакетов сервисов. В дальнейшем кампания трансформировалась в постоянно действующее поисковое онлайн-продвижение. С целью повышения лояльности, а также привлечения новых премиальных клиентов была организована акция, в рамках которой клиенты могли воспользоваться бесплатными услугами для дома, в том числе услугой озонирования квартиры в период пандемии. За 2020 год на премиальное обслуживание было привлечено 4 141 новый клиент.
- Для повышения лояльности клиентов масс- и премиум были разработаны и реализованы персонализированные интерактивные CRM-кампании с поздравлением с Новым годом.
- Количество новых клиентов МСП составило 7494, из них 1655 было привлечено через digital-каналы. В digital-каналах якорным продуктом стало РКО. В поддержку кампании по РКО были запущены кампании по продвижению программной кассы, технологии для приема платежей с помощью смартфона Prior SoftPos, депозитов, корпоративных карточек, зарплатного проекта, проекта по переводу бизнеса в интернет Онлайн-старт, сервиса для регистрации бизнеса, кредитования.

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

Маркетинговая стратегия

- С целью увеличения конверсии были переработаны страницы, посвященные продуктам МСП, с учетом поведения клиентов на сайте банка, а также наиболее оптимального структурирования. Для всех продуктов МСП были созданы лид-формы. Для всех продуктов банка, которые продвигались с помощью рекламных кампаний, были созданы посадочные страницы. Доля новых клиентов, привлеченных из интернета, составила 22,1% для SME и 11,2% для PI.
- Для более углубленной аналитики рекламных кампаний Приорбанк вступил в проект RBI по внедрению инструмента Google 360. В дальнейшем он станет фундаментом для получения детализированной сквозной аналитики клиентских действий в диджитал-среде.
- В конце 2020 года совместно с компанией Visa разработано и запущено рекламное мероприятие с розыгрышем призов для привлечения клиентов на зарплатное обслуживание.
- NPS среди клиентов частных клиентов, клиентов МСП и Корпо был измерен с помощью нового подхода. NPS для PI в 4 квартале 2020 года составил 28 и является, наравне с Белгазпромбанком, наивысшим среди банков Беларуси. Показатель МСП составляет 53 и также является, наравне с Альфа-банком, самым высоким. Показатель Корпо составил 63, что является самым высоким показателем среди конкурентов.
- Количество активных пользователей мобильного приложения увеличилось с 40% до 51%. В рамках группового проекта RBI Приорбанк принял участие в централизованной подготовке CRM-кампании Digital Migration Acceleration Campaign. В рамках кампании с клиентами велась активная прямая коммуникация с объяснением преимуществ дистанционных сервисов (сообщения в Вайбере и по электронной почте). CR составил 23%.
- В конце года для увеличения количества пользователей мобильного приложения была проведена акция с зачислением 10 рублей клиентам, которые зарегистрировались в приложении и выполнили несколько действий. Всего в акции приняло участие 1950.
- В апреле – июле была проведена рекламная игра для увеличения количества пользователей мобильного приложения. В результате в приложении зарегистрировалось 27 420 клиентов.
- Было проведено 4 волны исследования клиентского опыта в сегменте PI, а также по одной волне в сегментах Корпо и МСП. Полученные результаты используются для планирования рекламных кампаний, разработки стратегии банка в сегменте PI, SME, Corpo.
- С целью распространения образа "легкого банка" была проведена имиджевая фотосессия для последующего использования визуалов в отделениях банка, а также в рекламных кампаниях. Имиджевые визуалы уже размещены в отделении в Гомеле, а также в Минске (Немига). Постепенная замена планируется во всех отделениях Приорбанка.
- В результате поддержки совместного проекта с ЮНИСЕФ «Семья каждому ребенку» и использования технологий банка было собрано 220 000 BYN. Помощь оказали 3 500 человек.
- Проведен вебинар для сотрудников компании Ерат по инвестиционным инструментам Приорбанка. Создан образовательный телеграм-канал Приорбанка, посвященный инвестициям.
- Размещено более 300 публикаций в СМИ о новых предложениях, продуктах и сервисах банка

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

Стратегия по работе с персоналом

Поддержание культуры инновационности

- Поддержание действующих инструментов нематериальной мотивации работников и введение нового инструмента признания работников на уровне подразделения банка, направленных на генерирование инновационных идей.
- Регулярное он-лайн обучение работников инновационным подходам в банковском бизнесе (адаптивная трансформация, тестирование ПО и др. тренинги).
- Организация регулярного информирования работников о ситуации на финансовом и банковском рынках в Республике Беларусь и за рубежом, проведение вебинаров по использованию инвестиционных инструментов в банковской сфере.
- Аккумулирование инновационных идей от работников банка происходит в рамках работы 5 Agile команд.

Поддержание вовлеченности и лояльности персонала на высоком уровне

- Организация работы по поддержанию вовлеченности и лояльности персонала банка в условиях выполнения работы дистанционно в период пандемии через адаптацию действующих и введение новых инструментов мотивации персонала (конкурсы «Лучший сотрудник в подразделении по итогам года» и «Лучший в работе с клиентами»).
- Дальнейшее развитие социальных программ с акцентом на поддержание здоровья работников в условиях пандемии (страхование, оплата медицинских услуг и др.).
- Реализация пилотного запуска целей групповых показателей для участников agile-команд, по результатам которого будет произведен переход на оптимальное соотношение индивидуальных и групповых целей для agile-команд.
- Организация стажировок и программ обмена опытом для работников банка .
- Проведение опроса вовлеченности в октябре 2020 года и определение дальнейшего плана действий по поддержанию вовлеченности и лояльности персонала банка.

Внедрение и развитие систем стимулирования, направленных на повышение индивидуальной результативности

- Охват оценкой индивидуальной результативности 91% работников банка через процесс Performance Management и индивидуальные KPI.
- Адаптация процессов проведения соревнований с соблюдением условий санитарно-гигиенических норм, реализуемых при пандемии для обеспечения здоровья работников. В 2020 году организовано 32 соревнования.
- Обновление систем стимулирования работников ЦБУ с учетом изменений условий труда и бизнеса в условиях сложной эпидемиологической обстановке, вызванной пандемией .

Формирование и развитие высококачественного кадрового резерва

- Обновление кадрового резерва замещения для руководящих должностей и экспертов.
- Расширение сферы применения методики оценки 360 градусов, запуск тестовых оценок, осуществление анализа результатов в группе.

Итоги выполнения стратегического плана развития в 2020 г.

Стратегия по работе с персоналом

Определение, развитие и приобретение навыков, необходимых для качественного обслуживания клиентов

- Организация удаленного формата проведения стажировок и программ обмена опытом в связи со сложной эпидемиологической обстановкой в стране, вызванной пандемией. За 2020 год проведено 60 вебинаров.
- Организация регулярного тестирования работников служб кассового обслуживания, отделов розничного бизнеса, служб клиентского сервиса, специалистов по работе с малыми и средними предприятиями и корпоративными клиентами.

Обеспечение высококачественного подбора персонала

- В 2020 году количество выпускников Школы Приора составило 14 человек. Запуск нового набора на обучение в Школе Приора смещен в связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией в стране.
- Проведение собеседований в целях подбора персонала посредством удаленных информационных коммуникационных технологий.

Выращивание руководителей внутри банка

- Проведение обучения руководителей уровня ЧП, ЧП-1, ЧП-2 в рамках программы «Адаптивная трансформация».

Оптимизация численности и расходов на персонал

- Оптимизация численности персонала в 2020 году (с 1722 до 1622 активных работников) достигнута, главным образом, за счет централизации функций, автоматизации и совершенствования процессов.

Поддержание непрерывности рабочего процесса в условиях пандемии и организация противодействия заболеваниям в филиальной сети и ЦО банка

- Организация работы персонала в условиях пандемии: регулярное информирование работников о мерах профилактики и нераспространения вирусных заболеваний, введение оптимальных режимов работы в подразделениях для обеспечения качественного обслуживания клиентов и защиты здоровья работников и клиентов банка, обеспечение социального дистанцирования персонала при выполнении работы на рабочих местах, предоставление работникам индивидуальных средств защиты органов дыхания и дезинфицирующих средств, организация дезинфекции офисных помещений банка, организация контроля температурного режима работников и клиентов при входе в помещения банка
- Формирование списка критически важных специалистов структурных подразделений и лиц их замещающих, включая список бывших сотрудников, находящихся на пенсии, для возможного привлечения в качестве оперативного кадрового резерва, мониторинг динамики заболеваемости Covid-19 в банке и организация «мобильной команды Приора» для оперативного замещения вышедших работников по причине инфицирования
- Обеспечение процесса коммуникации между работниками банка и проведения совещаний органов управления банка посредством удаленных информационных коммуникационных технологий.

Региональное развитие банка

- **Основные результаты развития сети продаж, успешно завершённые инициативы в 2020г.:**
 - ✓ Открыты 3 новых отделения банка цифрового формата - два в Минске и один в Гродно
 - ✓ 8 низкоэффективных отделений были закрыты в рамках программы оптимизации сети продаж
 - ✓ 6 отделений дополнены зонами электронного самообслуживания, доступными 24/7 – в Борисове, Жлобине, Бобруйске, Солигорске и Минске
 - ✓ Два отделения (в Минске и в Сморгони) были реконструированы:
 - кассы заменены на устройства самообслуживания
 - формат данных отделений позволяет клиентам самостоятельно управлять своими финансами и подавать заявки на основные продукты и услуги
 - ✓ Централизован процесс подготовки ответов на обращения клиентов и передан Команде по качеству
 - ✓ Запущен Электронный стенд – это цифровой формат демонстрации документов, которые согласно Постановлению НБ РБ должны быть размещены на информационном стенде.