

RB 12/2019 Odpowiedź na pytanie akcjonariusza udzielona w trybie art. 428 KSH

- przekazany do publicznej wiadomości w dniu 28 czerwca 2019 r.

Zgodnie z § 19 pkt 12 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz.U. z 2018 r., poz. 757), Zarząd Banku Ochrony Środowiska S.A. z siedzibą w Warszawie („Bank”) niniejszym przekazuje informacje udzielone Akcjonariuszowi w trybie art. 428 § 5 Kodeksu spółek handlowych w związku z jego pytaniem skierowanym do Zarządu podczas obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w dniu 18 czerwca 2019 roku, brzmiącym: „Jakie są podstawowe kryteria oceny efektywności marketingu w Banku?”

Zarząd Banku udzielił następującej odpowiedzi:

Podstawowym kryterium oceny efektywności działań marketingowych jest metoda ilościowa, umożliwiająca analizę wpływu wydatków marketingowych na wielkość sprzedaży poprzez np. zwiększenie liczby wniosków, zawartych umów, pozyskania leadów, generowania ruchu na stronie www, wywoływanie akcji u odbiorcy przekazu marketingowego (konwersja w narzędziach internetowych).

Działania marketingowe są analizowane pod kątem wielkości grupy docelowej, do której kierowany jest przekaz marketingowy, w stosunku do ceny narzędzia marketingowego. Dyscyplina finansowa wynikająca z Planu Naprawczego realizowanego przez Bank narzuca konieczność selekcji narzędzi marketingowych a tym samym wykluczenia tych, które co prawda skierowane są do szerokiego grona odbiorców, lecz których wykorzystanie ze względu na wysoką cenę bez zapewnienia odpowiedniej częstotliwości przekazu marketingowego okazałoby się nieskuteczne. Bank wykorzystuje do informowania o ofercie produktowej media tradycyjne oraz internetowe a także kanały społecznościowe. Bank także buduje wizerunek eksperta finansowego poprzez swoją obecność na różnorodnych konferencjach i targach.

Podstawa prawna

Art. 56 ust. 1 pkt 2 Ustawy o Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych – informacje bieżące i okresowe