

Sentrale mål og strategier

Visjon og verdier

Visjon

Vi skal være den anbefalte banken. Denne visjonen gir oss et stort ansvar overfor våre kunder, samarbeidspartnere, ansatte og eiere. For å etterleve visjonen må vi stadig forbedre oss og være i forkant av markedets og kundenes behov.

Verdier

Våre kunder skal oppfatte oss som nær og dyktig. Det betyr at vi skal være nær våre kunder gjennom personlig kontakt, at vi tar initiativ til å møte kunden med de beste rådene og produktene samt at vi skal være en aktiv støttespiller i regionen. Dyktig innebærer at vi skal tilby et bredt og tidsriktig produktspekter, ha medarbeidere med solid fagkompetanse og gode ferdigheter. Vi skal ha høy etisk standard i alt vi gjør, og våre kunder skal oppleve at de får dekket sine behov for finansiell rådgivning og tjenester på en profesjonell måte. Våre verdier nær og dyktig skal være vår ledestjerne, noe vi strekker oss etter hver eneste dag. De skal hjelpe oss å realisere våre mål og til å gjøre de rette prioriteringene.

Strategisk ambisjon

SpareBank 1 SMN vil ved utgangen av strategiperioden fortsatt være et selvstendig, regionalt finanshus som er et kraftsentrum for å virke i og utvikle regionen. Vi skal være lønnsom og best på kundeopplevelser.

SpareBank 1 SMN er ubestridt solid og har en egenkapitalavkastning som plasserer banken blant de tre beste bankene i Norge. SpareBank 1 SMN skal i 2015 ha styrket sin markedsposisjon og vesentlig forbedret markedsandelene i byene Trondheim, Molde og Ålesund, og sin posisjon i markedet for små og mellomstore bedrifter samt i innskuddsmarkedet.

Vår ambisjon er å forbli en selvstendig, regional, lønnsom bank som betyr mer for bedrifter og personer i vårt markedsområde enn hvilken som helst annen bank.

SpareBank 1-alliansen er bankens strategiske fundament og gir grunnlag for SpareBank 1 SMN sine regionale forretningsstrategier og selvstendighet. SpareBank 1 SMN skal ha en aktiv rolle i utviklingen av SpareBank 1-alliansen som en ledende norsk finansgruppering.

Hovedtema i strategien 2012 - 2015

- Solid og lønnsom med en egenkapitalavkastning blant de tre best presterende blant sammenlignbare banker
- Ren kjernekapital på minimum 12,5 prosent ved utgangen av perioden
- Fortsatt vekst i markedsandeler
- Utvikle en posisjon som best på kundeopplevelser
- Videreutvikle og fornye merkevare og posisjon i markedsområdet
- Videreutvikle en organisasjon som skaper engasjement og gode prestasjoner
- Kontinuerlig forbedring av effektivitet og arbeidsprosesser for å skape maksimal kundeverdi

SpareBank 1 SMN skal være ubestridt solid og være finansiert slik at konsernet overlever i minst 12 måneder uten tilførsel av ekstern finansiering. SpareBank 1 SMN har god tilgang til innskuddsfinansiering med et mål om fortsatt å øke markedsandelene innen sparing og innskudd.

Fortsatt vekst i markedsandeler

SpareBank 1 SMN er markedsleder i Trøndelag og på Nordvestlandet, men ser ytterligere potensial for vekst i markedsandeler både i privatmarkedet og bedriftsmarkedet. Vekst vil skje både gjennom videreutvikling av kundeporteføljen i konsernet og ved å øke kundetilgangen av kunder hos konkurrentene. SpareBank 1 SMN ser et potensial i å videreutvikle og forsterke posisjonen konsernet har i de større byene og tettstedene samt vedlikeholde en meget sterk markedsposisjon i distriktene. Dyktige rådgivere som dekker kundebehov gjennom å finne riktig produktbredde og produktdekning for den enkelte kunde vil kunne bidra til fortsatt god vekst for SpareBank 1 SMN.

Best på kundeopplevelser

Ut fra en vurdering av muligheter i markedet, konkurransesituasjon og kundenes forventninger vil banken i strategiperioden iverksette tiltak for å utvikle og ta en posisjon som beste bank på kundeopplevelser. En strategisk posisjon der banken vurderes som best på kundeopplevelser er en posisjon som gir konkurransekraft og et betydelig potensial for fortsatt vekst.

Videreutvikle og fornye merkevare og posisjon i markedsområdet

SpareBank 1 SMN har en tydelig posisjon og er det bankkonsernet med høyest kjennskap og oppmerksomhet blant eksisterende og potensielle kunder i bankens markedsområde. Vi ser et ytterligere potensial for vekst ved å styrke innholdet og kunnskapen om hva merkevaren SpareBank 1 SMN står for.

Videreutvikle en organisasjon som skaper engasjement og gode prestasjoner

Videreutvikling av organisatorisk og ledelsesmessig kapasitet vil være et sentralt utviklingsområde i strategiperioden. Det er mulig å forsterke og videreutvikle kunderelasjonene gjennom å synliggjøre kompetansen og ferdighetene de ansatte i SpareBank 1 SMN besitter.

Fremstå med serviceholdning og begeistring

SpareBank 1 SMN ser muligheter og et potensial i å forsterke kundenes opplevelse av banken og møte med bankens medarbeidere. Gjennom programmet Best på kundeopplevelser ønsker vi å skape engasjement og en pasjon i organisasjonen som medfører at vi møter kundene med siktemål å benytte hvert kontaktpunkt til en mulighet for å bekrefte og forsterke valget av SpareBank 1 SMN som hovedbank for kundene.

Kontinuerlig forbedring

Det er mulig å arbeide strukturert med kontinuerlig forbedring der prosesser og arbeidsoppgaver som skaper kunde verdi optimaliseres. Konsernet vil gjennomføre forbedringsprosjekter med formål å skape økt verdi for kundene, redusere leveringstid og etablere en konsistent og forutsigbar kundeopplevelse. Gjennom å intensivere arbeidet med kontinuerlig forbedring skal SpareBank 1 SMN utvikle prosesser som skaper maksimal verdi for våre kunder.