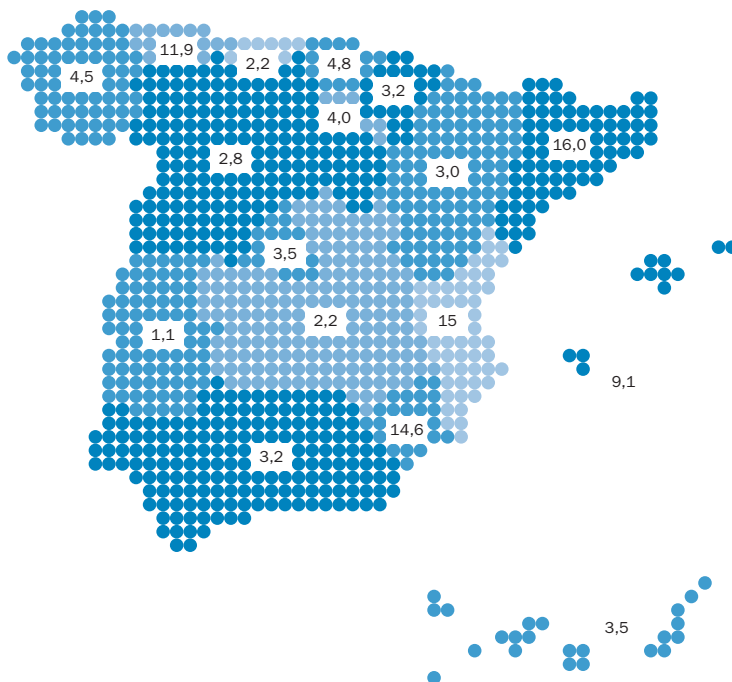


G26 Quota de negoci per comunitat autònoma

Banc Sabadell, quota a Espanya

7,2%

Dades en percentatge al juny de 2016.
Nota: La quota d'Astúries també inclou Lleó.



Estratègia multimarca

L'entitat opera amb el distintiu de la marca Sabadell, incorporant en certs territoris d'origen la marca identificativa del territori (T5).

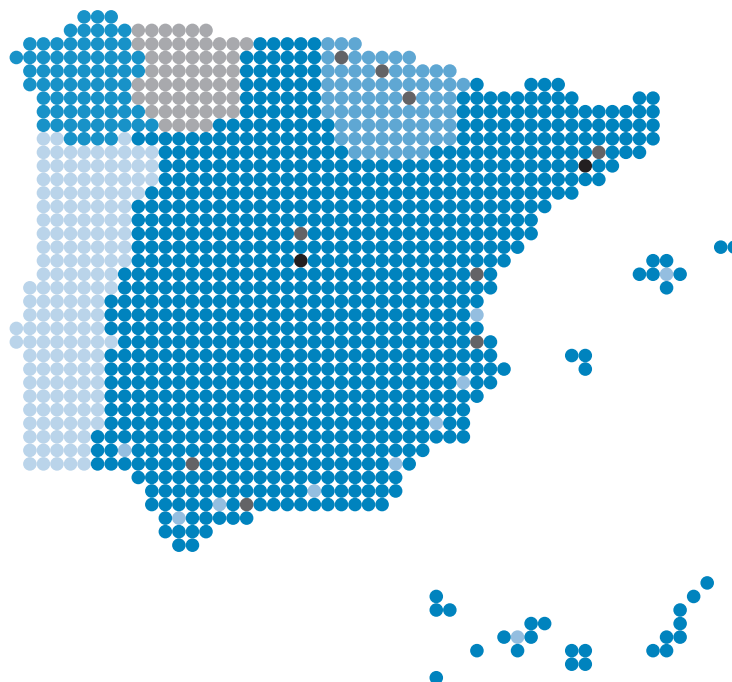
Banc Sabadell és una entitat de referència en el negoci internacional. Amb una oferta especialitzada i una proposta de valor eficaç, Banc Sabadell està present en places estratègiques i col·labora amb organismes promotors de comerç exterior, de manera que dona suport al client en el desenvolupament i creixement de la seva activitat internacional (G27).

Sabadell	— Banca comercial i banca d'empreses — Cobertura: tot Espanya, excepte territoris de la resta de marques
Sabadell Guipuzcoano	— Banca comercial i banca d'empreses — Cobertura: País Basc, Navarra i la Rioja
Sabadell Herrero	— Banca comercial i banca d'empreses — Cobertura: Astúries i Lleó
Sabadell Solbank	— Banca comercial per a particulars europeus residents en zones turístiques d'Espanya — Cobertura: zones de la costa mediterrània i illes
Sabadell Urquijo Banca Privada	— Banca Privada. Fusió de Sabadell Banca Privada i Banco Urquijo — Cobertura: tot Espanya, banca comercial i banca d'empreses
Sabadell Gallego	— Banca comercial i banca d'empreses — Cobertura: Galícia
ActivoBank	— Banca comercial — Centres a Madrid i Barcelona

T5 Marques amb què opera Banc Sabadell en la geografia nacional

G27 Mapa de marques per zones

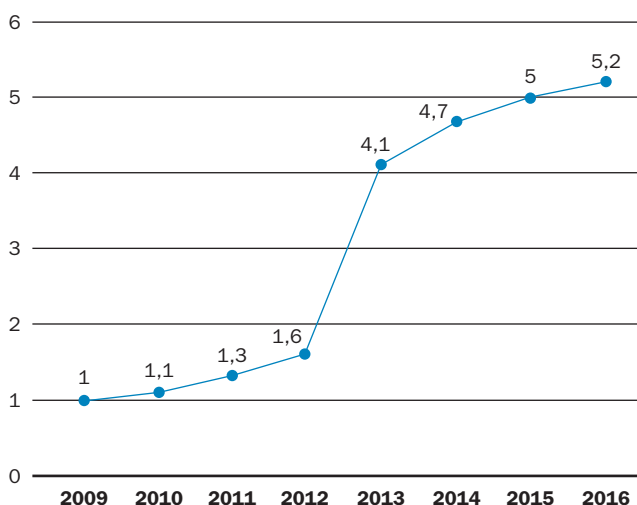
- Sabadell
- SabadellHerrero
- SabadellGallego
- SabadellGuipuzcoano
- SabadellSolbank
- SabadellUrquijo
- ActivoBank



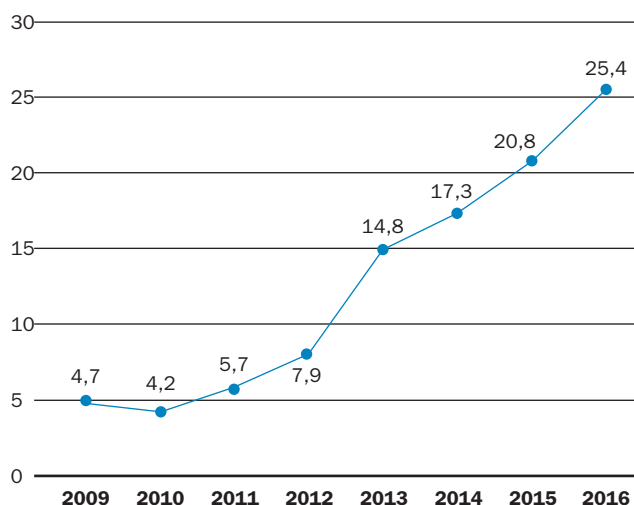
Indicadors de percepció de marca BS

Durant l'any 2016, el banc ha prosseguit amb èxit la política d'elevat la notorietat de la seva marca, necessària per incrementar la capacitat de creixement en el mercat detallista del nostre país, amb l'objectiu d'arribar a equiparar el seu nivell de coneixement al d'altres competidors rellevants. Així, la notorietat de la marca Sabadell ha passat en sis anys de l'1,3% al 5,2% en termes *top of mind* (+325%) i del 5,7% al 25,4% en termes de notorietat total (+446%), de manera que ocupa ja el cinquè lloc entre les entitats financeres espanyoles, segons dades de l'enquesta anual FRS Inmark, de referència en el sector (G28 i G29).

G28 Notorietat *top of mind*



G29 Notorietat total



Campanyes publicitàries i accions per reforçar la imatge del banc el 2016

La comunicació publicitària durant l'any 2016 s'ha continuat duent a terme amb un marcat segell personal que el distingeix de la resta d'anunciant del sector i que transmet i vol destacar el perfil professional, seriós, actual i innovador en servei al client i el caràcter emprenedor.

Durant el primer trimestre es va activar la campanya "Vells Temps", en què es van exposar els conceptes bancaris de tota la vida com si ja fossin cosa del passat. Això va permetre destacar la capacitat d'adaptació del banc davant d'un escenari canviant, comunicar els principals avantatges competitius que ofereix el Compte Expansió, i demostrar superioritat de producte i lideratge de marca.

El mes d'abril, amb la campanya "Cent Respostes Immediates", es va comunicar que Banc Sabadell fa un pas més en l'acompanyament, en dos sentits: donant respostes de crèdit de manera immediata i *in situ* (allà on sigui el client del segment negocis). A partir d'aquest avantatge, es persegueix no tan sols millorar la percepció de marca, sinó també incrementar la consideració/captació de nous negocis. Per això, es concentren els esforços a capitalitzar aquests avantatges diferencials de servei, i això va servir per fer un pas més en la construcció d'imatge d'una entitat en evolució.

I en l'última campanya de l'any, "Més Respostes Immediates", vam evolucionar el concepte de la campanya anterior per traslladar un posicionament competitiu com a entitat de referència per a les necessitats de finançament en el segment de particulars amb un producte, el Préstec Expansió, àgil, ràpid, eficaç i convenient.

Estratègia multicanal

L'any 2016 ha estat l'últim del Pla Triple, el pla director que tenia com a primer objectiu aconseguir la transformació, tant interna com externa, de l'entitat. La transformació està enfocada a la digitalització, a transformar el negoci, a millorar l'experiència dels nostres clients en la seva relació amb el banc, així com a transformar internament els processos i l'organització en si mateixa.

La transformació digital està impactada pels canvis en els hàbits dels consumidors, i per això s'ha iniciat un nou model de relació amb els clients, buscant noves maneres d'acostar-s'hi, siguin on siguin, per ser més convenients. L'objectiu ha estat millorar la proposta de valor i servei del grup, assegurant la metodologia i sistemàtica comercial, adaptant-se als diferents segments i portant la relació amb el client on més ho necessita en cada moment.

Durant el 2016 s'ha dut a terme la implantació d'un nou model de distribució, que implica des d'un canvi en l'estructura organitzativa de la xarxa a un nou concepte d'oficines (oficines Hub & Spoke), que s'adaptin a les necessitats dels clients. S'han "convertit" 863 oficines, que gestionen aproximadament 2,9 milions de clients.

Paral·lelament, s'està desenvolupant el model de gestió activa, un nou model de distribució comercial que permet

al client fer les seves gestions mitjançant una relació multicanal, en què el gestor segueix sent qui aporta valor a la relació amb el client, mitjançant una gestió assistida. L'autoservei a través de web i/o mòbil complementa aquest model innovador. D'aquesta manera, es permet als nostres clients fer gestions sense la necessitat de desplaçar-se a l'oficina mitjançant el contacte multicanal (per telèfon o per correu electrònic) en un horari ampliat.

S'han distribuït a la xarxa 3.500 tauletes que permeten als nostres gestors desplaçar-se a casa del client i fer allà mateix les operacions que abans havien de fer a l'oficina, de manera que són més efectius i eficients i generen, per tant, una experiència comercial satisfactòria en benefici mutu.

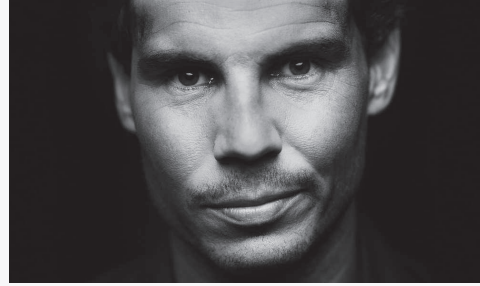
A fi de facilitar la interacció dels clients amb el banc i millorar el servei i l'experiència de client, s'ha apostat per optimitzar processos, simplificant el catàleg de productes per fer-lo més "comprensible" als nostres clients, agilitzant i reduint el temps necessari per finalitzar operacions.

D'altra banda, s'ha avançat cap a un nou model d'experiència digital més proactiu que permeti eliminar límits en termes d'espai, temps i mitjans, per tal de ser més "digitals". S'ha dotat de més capacitats els nostres canals digitals a fi de permetre als nostres clients operar en qualsevol moment, des de qualsevol lloc; facilitar la contractació remota a través de diferents canals, i millorar-ne l'experiència com a client. Durant aquest any, hem llançat noves versions de web i mòbil amb noves funcionalitats, a més de llançar noves aplicacions de pagament com ara Sabadell Wallet i Bizum.

Més del 42% dels nostres clients actius són digitals (més de 2 punts per sobre de la dada de l'any passat) i efectuen per aquests canals més del 86% de les seves operacions. La ràtio de clients digitals puja per sobre del 80% en el cas de les empreses.

Què és el primer que fas
quan et lleves?

Apagar
el despertador.



Què sacrificaries
per l'èxit?

Mai les persones
que estimo.



Quina és la teva
paraula favorita?

La veritat és que
no tinc cap paraula favorita.



Què és el que més valores
en un company?

La confiança.

Què prefereixes: terra,
herba o aigua?

Aigua.

Més Respostes Immediates.

Perquè per reservar el viatge perfecte moltes vegades
necessites agilitat, ara amb el nostre Préstec Expansió
et responem en 24 hores la sol·licitud de préstec
per a les teves vacances. I els teus diners, disponibles en 24 més.
Sol·licita'l a bancsabadell.com/prestecexpansio.

B Sabadell
Ser on siguis

Xarxa d'oficines

En la taula T6 es presenta la xarxa nacional d'oficines. Inclouent-hi les 648 oficines que configuren la xarxa internacional, el grup totalitza 2.767 oficines al tancament de 2016.

Comunitat	Oficines	Comunitat	Oficines
Andalusia	142	C. Valenciana	381
Aragó	34	Extremadura	7
Astúries	134	Galícia	123
Balears	62	La Rioja	8
Canàries	30	Madrid	201
Cantàbria	6	Múrcia	141
Castella - la Manxa	23	Navarra	18
Castella i Lleó	64	País Basc	105
Catalunya	638	Ceuta i Melilla	2

T6 Nombre d'oficines per comunitat autònoma

Xarxa de caixers

El parc de dispositius de la xarxa d'autoservei del grup a Espanya al desembre de 2016 és de 3.123 caixers i 371 actualitzadors de llibreta. Aquest nombre és lleugerament inferior al del tancament de 2015 (3.603 al desembre de 2015).

El nombre de transaccions que es realitzen en els caixers continua creixent any rere any. El 2016 ha crescut prop del 6%, i ha assolit els 110 milions d'operacions. Respecte al suport amb què es fan les operacions, es manté la distribució de l'any anterior: el 65% es realitzen amb targetes, i el 35%, amb llibretes.

La tipologia de transacció més freqüent és el reintegrament d'efectiu (més d'un 60% de les operacions), i el segueixen l'actualització de llibreta i les consultes de saldo i moviments.

A finals de 2016 s'ha acabat la implantació del pla de renovació de 800 caixers a Espanya iniciat l'any anterior, pla que ha aportat una millora rellevant en disponibilitat del servei i rapidesa d'execució de les operacions, cosa que ha suposat alhora més satisfacció dels clients.

Com a novetat, aquest any s'ha llançat el servei Instant Money, associat a l'aplicació Sabadell Mòbil i Sabadell Wallet, que permet enviar diners a qualsevol mòbil mitjançant un missatge SMS. El codi inclòs en el missatge permet recollir els diners, sense targeta, en qualsevol dels caixers del banc. Aquest servei, que no té cap cost, és molt útil per resoldre situacions d'urgència, quan l'usuari es troba sense diners i sense targeta.

BS Online

Es tanca l'any 2016 amb un increment de contractes de banca a distància superior al 8% respecte a l'any 2015, fregant els 4 milions de clients amb aquest servei disponible.

Pel que fa a clients actius a BS Online, han crescut més d'un 12%, el doble del que va créixer l'any anterior, i s'acosta al 34% dels clients actius de l'entitat.

El nombre de transaccions (operacions i consultes) que es duen a terme a través de BS Online continua creixent, i l'augment d'aquest any és d'un 19%, fet que es tradueix en més d'1.800.000 transaccions.

El 2016 s'ha assolit la meta de desplegar la Firma Digital a tots els clients particulars, així com una ampliació en les capacitats de contractació remota de productes i serveis, en particular els fons d'inversió. S'estan millorant els circuits de sol·licitud de productes a través de canals remots. Això és un pas important cap a la consolidació de l'autoservei i la gestió remota de les necessitats dels nostres clients. Quant a noves prestacions, s'ha incorporat el servei Bizum a la llista de serveis oferts per BS Online, i s'han millorat diversos aspectes d'usabilitat del web que optimitzen la interacció i gestió de documentació electrònica per part dels clients.

Durant el mes d'abril es va llançar el servei Kelvin Retail al web, un servei d'informació adreçat al petit i mitjà comerç. La voluntat d'aquest nou servei és posar a disposició dels comerços la informació de què disposa el banc referent al comportament del seu negoci, els seus clients i el seu sector. Aquest servei s'ha anat millorant i ampliant, i des del mes de novembre és accessible des del mòbil.

Sabadell Mòbil

El nombre d'usuaris de Sabadell Mòbil ha crescut de manera significativa; aquest any hi ha un 43% més de clients actius a Sabadell Mòbil que a finals de 2015. Aquest increment és fruit de les noves versions llançades durant l'any, que incorporen cada vegada més capacitats; del fet que la usabilitat és cada vegada millor, i, a més, està lligat a Firma Digital. També destaca el creixement de clients

actius només en mòbil, que han passat de 300.000 a més de 425.000 aquest any. Representen gairebé un 20% dels clients digitals actius del banc.

Entre les novetats d'enguany de l'aplicació, destaca la incorporació d'informació comercial dels productes que ofereix Banc Sabadell als seus clients i la capacitat de contractar comptes, plans de pensions, fons, dipòsits i préstecs des de la mateixa aplicació. A més a més, s'ha desenvolupat la nova gestió d'alertes per millorar la interacció amb els nostres clients, s'ha incorporat l'accés mitjançant empremta per als usuaris amb terminals Samsung i s'ha inclòs l'operativa de fons, com el més destacable.

Sabadell Wallet

Durant el 2016 s'ha llançat el nou Sabadell Wallet, que permet efectuar pagaments amb el mòbil, gestionar les targetes de dèbit i crèdit, i sol·licitar un *sticker*, necessari per als pagaments amb sistema iOS; a més a més, inclou Bizum (nova plataforma de pagaments entre particulars de manera immediata utilitzant només el número de mòbil del destinatari).

El servei Bizum és un projecte conjunt de la banca espanyola que s'emmarca entre les iniciatives d'innovació digital per atendre les noves necessitats dels seus clients. L'aplicació es va llançar a l'octubre i en un futur també permetrà realitzar pagaments de compres en línia i pagaments en comerços.

Hi ha 68.000 usuaris registrats a Sabadell Wallet, dels quals 39.000 també estan registrats a Bizum. Respecte al total d'usuaris registrats, aproximadament un 40% són usuaris actius, tant de Wallet com de Bizum. Els usuaris de Banc Sabadell representen una quota del 13,4% del total d'usuaris de Bizum i suposen un total del 20,2% en transaccions i un 17,5% en import.

Oficina Directa

Durant l'any 2016, s'han superat els 3.500.000 contactes a l'Oficina Directa, de manera que s'han incrementat els contactes en més d'un 24% respecte als registrats el 2015.

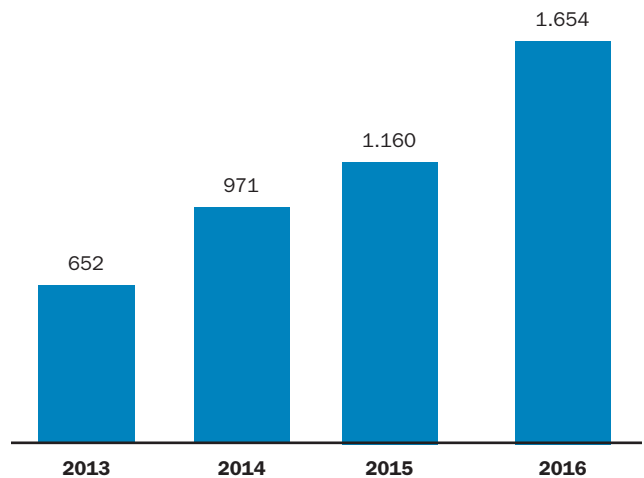
Destaquen les consultes telefòniques (76%) per sobre dels contactes per correu electrònic, per xat o per xarxes socials, tot i que aquests canals han crescut a ritmes molt accelerats durant el 2016.

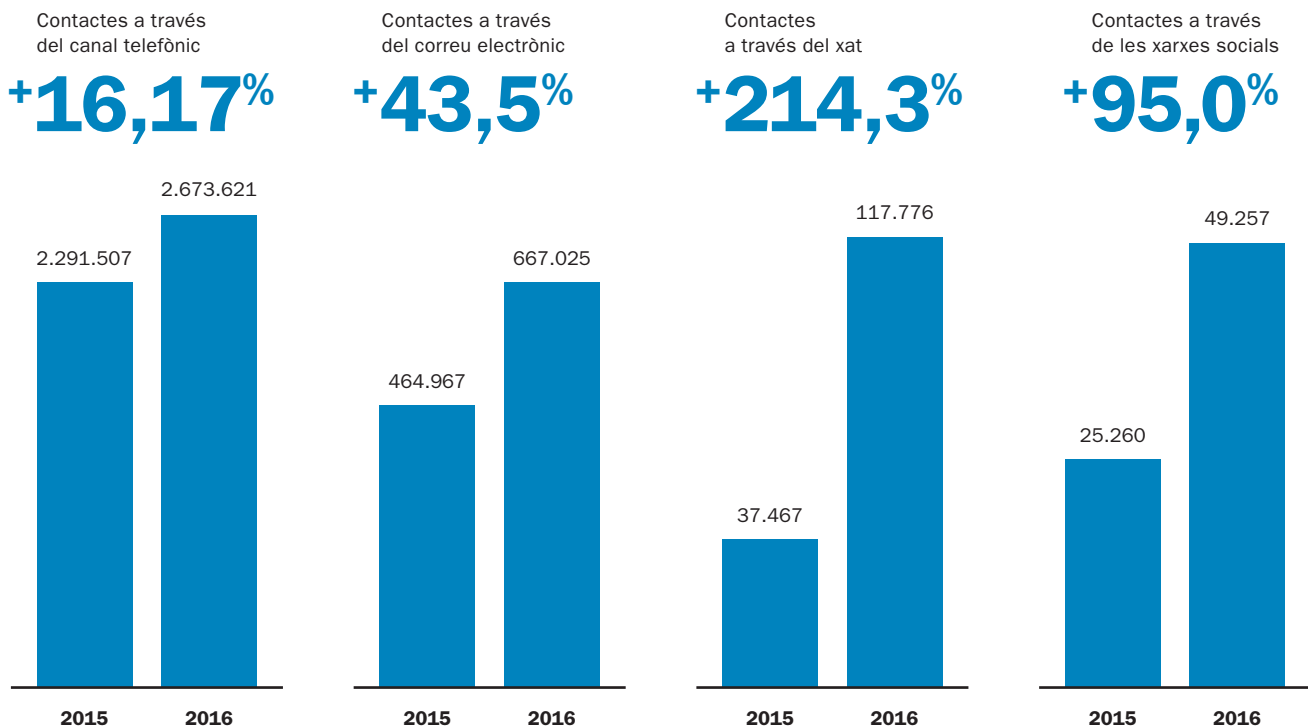
Tots els canals han experimentat creixement durant aquest any; els més consolidats són els que experimenten nivells de creixement inferiors. Les trucades s'han incrementat un 17% respecte al 2015, i el canal correu electrònic ha incrementat la recepció de correus en més d'un 43%. Els contactes a través de xarxes socials han crescut un 95%, i les converses per xat, un 214% els últims dotze mesos (G31).

G30 Evolució de clients actius a Sabadell Mòbil

x 2,5 en 3 anys

#clients actius de Sabadell Mòbil





Quant als nivells de servei, la ràtio SLA (*service level agreement*) en atenció telefònica es va mantenir prop del 96%, seguit per un SLA al xat del 95% durant l'últim trimestre i un SLA al canal correu electrònic del 91%. En les xarxes socials es van rebre més de 527.000 mencions (respecte de les 460.000 de 2015), i el nivell d'interaccions va superar les 49.000, amb un 96% de SLA.

Els increments de volumetries durant el 2016 estan motivats per les constants millores i iniciatives per potenciar els diferents canals:

- En el canal telefònic s'ha implementat la Firma Digital en les operacions dels clients, s'han redissenyat els encaminaments a través de l'Agent Virtual, que facilita una millor gestió i afavoreix l'experiència de client, i s'han optimitzat els recursos de les plataformes.
- S'ha incorporat un nou proveïdor per atendre el trànsit de l'Oficina Directa.
- S'ha optimitzat el procés d'extracció i anàlisi de dades en xarxes socials amb la utilització d'una nova eina de gestió.

Xarxes socials

Les xarxes socials són un dels principals canals en la relació amb els nostres clients, tant per gestionar l'operativa com per transmetre missatges institucionals, de negoci i campanyes de màrqueting. El seu ús es multiplica de manera exponencial, i és prioritat del banc potenciar-hi la nostra presència. A través d'aquest mitjà, s'han difós un gran nombre d'esdeveniments, tant institucionals com

actes en què el banc ha participat. Un exemple d'això són les presentacions de resultats o la Junta d'Accionistes, que s'han pogut seguir a través de Twitter, però també el Barcelona Open Banc Sabadell Comte de Godó, les converses amb Rafael Nadal o la cimera de *startups* al Mobile World Congress, 4YFN.

Banc Sabadell va ampliar la seva presència a les xarxes socials durant el 2016, amb la posada en marxa dels comptes de Twitter de la Fundació Banc Sabadell (@FBSabadell) i Banc Sabadell Mèxic (@BancoSabadellMX).

El nombre de seguidors a les xarxes socials ja supera els 300.000 seguidors en la suma de tots els canals en què el banc està present: Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn i Google+, tant a Espanya com al Regne Unit i Amèrica. La producció de contingut propi ha continuat sent una constant el 2016, amb articles al blog i la producció de vídeos. S'ha consolidat la difusió d'esdeveniments transmesos en directe a través de Banc Sabadell TV, amb l'objectiu d'acostar l'activitat del banc en temps real als nostres clients, potencials clients i empleats.

Tecnologia d'última generació i innovació

En l'àmbit pur de la innovació, el banc continua amb el llançament de serveis innovadors que enriqueixen la seva relació amb el client i permeten accelerar el procés de transformació digital i creació de nous negocis digitals de l'entitat, amb una visió més a llarg termini del banc del futur.