

أعلن بنك بوبيان نتائجه المالية لفترة الربع الأول من العام الحالي (الأشهر الـ 3 المنتهية في 31 مارس 2023)، حيث حقق البنك أرباحاً تشغيلية بلغت 31.7 مليون دينار، كما حقق البنك أرباحاً صافية بلغت 25 مليون دينار بزيادة 21% عن العام الماضي، وبلغت ربحية السهم 5.2 فلوس. وفي هذا السياق قال نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لمجموعة بنك بوبيان عادل الماجد ان ما تحقق من نتائج مالية إيجابية خلال الربع الأول من عام 2024 دليل على ما يتمتع به بوبيان من مكانة مميزة في السوق المالي والمصرفي المحلي، مؤكداً لعملاء البنك سعي الإدارة المتواصل نحو تحقيق الريادة والنمو المستدام في كل القطاعات.

واستعرض الماجد أبرز الأرقام التي حققها البنك خلال الربع الأول، حيث زادت أصول البنك إلى 8.7 مليارات دينار، بنسبة نمو 8% مقارنة بالعام السابق، كما بلغت محفظة التمويل 6.5 مليارات دينار بنسبة نمو 8%، وبلغت الإيرادات التشغيلية 61.6 مليون دينار بنسبة نمو 17%، كما ارتفعت الحصة السوقية للبنك من التمويل المحلي إلى 11.6%.

وأضاف ان النتائج المحققة خلال هذه الفترة اقترنت وبشكل وثيق بإستراتيجية جزرية أسهمت في الدفع بالأداء المالي والتشغيلي للمجموعة ككل، مشيراً إلى أن البنك يخطو خطوات ثابتة للانطلاق نحو إستراتيجية خمسية جديدة يواصل من خلالها تعزيز النمو والأداء الإيجابي وتطوير البنية التحتية الرقمية وزيادة الحصص السوقية والمضي قدماً تجاه تسريع عملية التطوير بشكل عام.

### تفوق بخدمة العملاء

وأكد الماجد أن إدارة بوبيان تعمل دائماً لتحسين جودة الخدمات والمنتجات لتعزيز وإثراء تجربة مصرفية تلبى احتياجات العملاء وتشكل نمط حياتهم اليومية، ليصدر «خدمة العملاء» في الكويت بعد حصوله على جائزة «أفضل بنك إسلامي في خدمة العملاء» للعام الرابع عشر على التوالي منذ عام 2010 وضمن المراكز الثلاثة الأولى على مستوى جميع القطاعات الاقتصادية في الكويت من مؤسسة «سيرفس هيرو» المتخصصة بقياس مستوى رضا العملاء، وذلك عن عام 2023.

وأضاف ان بنك بوبيان استطاع أن يصبح علامة تجارية رائدة بين مؤسسات القطاع المصرفي متخذاً مساراً نوعياً يعزز مستوى رضا عملائه البالغة نسبته 96% بين جميع البنوك المحلية الإسلامية والتقليدية، مؤكداً أن حصة البنك السوقية ونموها المستمر يعكسان المستويات العالية في خدمة العملاء والتفوق التكنولوجي، وذلك انعكاساً لإستراتيجية البنك الواضحة وحرفية الفريق التنفيذي والاستثمار المستمر في موارد البنك البشرية والتركيز على العنصر الوطني.

### نمو متصاعد.. «Nomo»

(الذراع الرقمية لبنك لندن والشرق الأوسط التابع لمجموعة بنك بوبيان) إطلاق منتجات وخدمات جديدة تتساوى مع Nomo Bank وشهدت الفترة الأخيرة انفراد كبرى المؤسسات المالية، وذلك استكمالاً لإستراتيجيته الراسخة نحو تعزيز وتطوير بنية أعماله الرقمية الأساسية وضمان تقديم أعلى مستوى من الخدمات المصرفية للأفراد بأفضل الحلول الرقمية التي توفر المزيد من السهولة والراحة والأمان في حلول الدفع الرقمية.

من الأفراد Great Portland بحضور مجموعة من عملائه و «Barratt London» مؤخراً باستضافة المطور العقاري البريطاني «Nomo» كما انفراد بنك والمستثمرين الراغبين في التعرف على الفرص العقارية والاستثمارية الحصرية بمزايا تنافسية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية للاستفادة من أفضل قيمة استثمارية عالية الجدوى وأنسب الحلول التمويلية العقارية التي تتماشى مع النمو المتصاعد للاستثمار العقاري في بريطانيا.

### بصمة رقمية واضحة

واكتسبت إستراتيجية بوبيان للتحويل الرقمي زخماً كبيراً باعتبارها تجربة ومثلاً حي للنجاح في الوصول إلى مستويات عالية من المنافسة الإقليمية في مجال الخدمات الرقمية وإحداث التغيير بحياة العملاء من خلال الخدمات والمنتجات التي يقدمها، والتي يمكن اختصارها باعتبارها حالة استثنائية تمكن بنك بوبيان من خلالها من التفوق والوصول إلى القمة على الرغم من المنافسة في سوق ينمو بقوة وبسرعة وهو سوق الخدمات المصرفية الرقمية.

وخلال الربع الأول، قدم بنك بوبيان مجموعة من الخدمات والمنتجات وكذلك الحلول الرقمية المبتكرة ساهمت في خلق قيمة مضافة لعملائه والحفاظ على ريادته في مجال الابتكار لضمان إثراء تجربتهم المصرفية وجعلها أكثر سهولة، لاسيما في ظل التنافس بمختلف قطاعات الأعمال ليعكس من خلالها النهج المستمر لتطوير نطاق البنية التحتية الرقمية بالإضافة إلى تقديم الأفضل في مجال الدفع الرقمي.

واستمر «بوبيان» في دعم وتوظيف موارده البشرية وكوادره الوطنية، حيث استطاع البنك الوصول إلى أعلى نسبة من العمالة الوطنية على مستوى القطاع الخاص تجاوزت 81%، مع الاستمرار في تمكين المرأة التي بلغت نسبتها في البنك 30% مع وصول العديد من السيدات إلى مناصب قيادية في البنك.

### مسؤولية اجتماعية متكاملة

خلال الربع الأول اختتم بوبيان وبنجاح لافيت برنامجاً متكاملًا من المبادرات والمساهمات المجتمعية خلال شهر رمضان المبارك التي استهدفت التواصل اليومي مع مختلف شرائح وفئات المجتمع بما يعزز دوره الريادي في مجال المسؤولية المجتمعية والتنمية المستدامة كونها أحد أهم المحركات الأساسية في إستراتيجية بوبيان.

واستطاع البنك من خلال هذا البرنامج ترك بصمة مجتمعية مميزة وهادفة إلى تعميق معنى العطاء والتطوع والالتزام بالمشاركة المجتمعية الغير مسبوقه طوال الشهر الفضيل بفضل الجهود المبذولة من قبل «فريق بوبيان التطوعي» المكون من مجموعة من الموظفين من مختلف الإدارات، إلى جانب إلى مشاركة عملائنا ليكونوا ضمن هذا الفريق التطوعي، وذلك حرصاً منا على إشراكهم في الأجر.

### لماذا «بوبيان» الأفضل؟

اعتمد اختيار سيرفس هيرو لبوبيان على مجموعة من المعايير من بينها استفتاء امتد لمدة سنة كاملة بين المستهلكين الذين قاموا بتقييم الشركات، وذلك على مقياس من 10 نقاط حسب توقعاتهم من مستوى خدمة الشركة قبل تجربتها ورضائهم عنها بعد تجربتها.

وجاء التقييم تبعاً لعدة معايير منها سلوك الموظفين، وموقع الشركة، وسرعة الخدمة، والثقة بالمنتج، وجودة الخدمة أو المنتج، والسعر مقابل القيمة، ومركز الاتصال، والموقع الإلكتروني، كما يعتمد استفتاء «سيرفس هيرو» على بروتوكول صارم للتأكد على صحة هوية المستهلكين الذين شاركوا فيه.

## مساهمات «بوبيان» في رمضان

- \* أكثر من 4500 مشارك، محققين 168 مليون خطوة ضمن حملة «خطوات بوبيان».
- \* أكثر من 1000 مشارك في مسابقة «رتل مع بوبيان» العاشرة، وتكريم 30 من الفائزين من حفلة كتاب الله.
- \* توزيع أكثر من 25 ألف وجبة إفطار صائم على مر تادي ساحة «مسجد الدولة الكبير» ومختلف مناطق الكويت.
- \* توزيع أكثر من 3000 سلة غذائية ضمن «مبادرة نعمتي».
- \* أكثر من 250 ألف مستخدم لتطبيق «مصحف دولة الكويت للقرآءات العشر».
- \* تقديم خدمة الضيافة في أكثر من 50 مسجداً بمحافظة الكويت ضمن برنامج «خدمة المساجد في رمضان».
- \* أكثر من 800 ألف مشارك في تحدي الدقيقة «طوال الشهر الفضيل».
- \* 10 مبادرات جديدة بالتعاون مع المبادر بوجراح، ليقدم بوبيان من خلالها جوائز فورية وقيمة لكل من يستطيع ترك بصمته وإحداث تغيير ملموس بمنطقة محددة من مناطق الكويت.
- \* مشاركة أكثر من 8000 عميل ليكونوا ضمن الفائزين بـ «غبتكم علينا».
- \* حضور أكثر من 1500 شخص في فعالية «قرقيعان بوبيان» بحديقة الشهيد.

## دعم حملة «لنكن على دراية»

استمر البنك للعام الرابع على التوالي في دعم حملة «لنكن على دراية» التي أطلقها بنك الكويت المركزي واتحاد مصارف الكويت لتوعية المواطنين والمقيمين بالكثير من الأمور المصرفية انطلاقاً من مسؤولية البنك الاجتماعية.