Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce®

Strategia KPF 2020

Kompetencje, Etyka, Integracja, Edukacja

Strategia Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

na lata 2018–2020

Misja KPF 6

Wizja KPF 9

Cele strategiczne 10

Sposoby i narzędzia realizacji strategii 11

Mierniki realizacji strategii 17

Wprowadzenie

Rok 2018 to dla naszej organizacji dziewiętnasty rok działalności samorządowej. W tym okresie KPF stała się organizacją międzybranżową, integrującą i reprezentującą 10 sektorów rynku usług finansowych, skupiającą ponad 100 podmiotów członkowskich. Jest aktywną i zaangażowaną stroną społeczną polskiego procesu legislacyjnego, członkiem i silnie wspierającym merytorycznie partnerem EUROFINAS – organizacji reprezentującej europejski rynek kredytowy. Staliśmy się również organizacją ekspercką, o rozpoznawalnym dorobku w zakresie etyki biznesu, prowadzonych badań, realizowanych projektów edukacyjnych.

Dziś, KPF jest organizacją dojrzałą, zbudowaną na solidnych fundamentach.

Zarząd uznaje bieżący rok za cezurę czasową dla Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych. Także z tego powodu, że na rok przed 20 rocznicą swego powstania, KPF potrzebuje nowego impulsu do rozwoju, tak by jeszcze efektywniej wykorzystać w najbliższej przyszłości potencjał naszej organizacji. To jest powód, dla którego Zarząd, z inspiracji i przy wsparciu Rady, zdecydował o przygotowaniu Strategii KPF 2020.

Jej stworzenie to efekt zaangażowania całego Zespołu KPF.

Jesteśmy przekonani, że pełne wdrożenie Strategii KPF 2020 będzie dobrze służyło idei dobra wspólnego. Dzięki temu, w sposób jeszcze bardziej konkretny, będziemy odpowiadać na oczekiwania naszych interesariuszy i na wyzwania stojące przed szybko zmieniającym się rynkiem finansowym.

Jesteśmy KPF – budujemy kapitał społeczny na rynku finansowym.

Andrzej Roter	Marcin Czugan	Dominik Wieliński
Prezes Zarządu	Wiceprezes Zarządu	Wiceprezes Zarządu

Oczekiwania interesariuszy w centrum uwagi

Dobra komunikacja, nakierowana na stałe monitorowanie oczekiwań interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych umożliwi efektywną realizację strategii i moderowanie sposobem realizacji inicjatyw strategicznych, zgodnie z priorytetami naszych interesariuszy.



Legislacja i compliance

Podstawowym oczekiwaniem interesariuszy wobec KPF jest dalszy wzrost zaangażowania w proces legislacyjny, jako jego strona społeczna. Równie ważnym oczekiwaniem jest wsparcie interesariuszy wewnętrznych w obszarze compliance legislacyjnego.

Standardy praktyk biznesowych

Wiarygodność biznesowa, odpowiedzialność praktyk i wysokie ich standardy to najczęściej komunikowane przez interesariuszy oczekiwania. Podkreślają oni potrzebę poprawy standardów praktyk biznesowych na rynku usług finansowych. Intencją interesariuszy jest wzmocnienie w ten sposób prestiżu członkostwa w KPF.

Edukacja i komunikacja

Oczekiwaniem interesariuszy jest dalszy wzrost zaangażowania KPF w obszarze edukacji poprzez realizowane badania, organizowane kongresy, konferencje, warsztaty. Oczekiwane jest również włączenie się KPF w edukację finansową oraz zintensyfikowanie komunikowania się z interesariuszami.

Misja KPF



Jak realizujemy Misję KPF

Reprezentujemy przedsiębiorców rynku usług finansowych

wobec ustawodawcy, administracji publicznej w Polsce i w Unii Europejskiej, poprzez upublicznianie stanowisk, opinii, rekomendacji, opartych na rzetelnej, eksperckiej wiedzy, uwzględniając ideę dobra wspólnego i zrównoważonego rozwoju rynku usług finansowych.

Realizujemy kompleksowy i spójny program etyczny

obejmujący wszystkie ważne aspekty prowadzenia biznesu przez instytucje członkowskie, wyznaczając wysokie standardy praktyki biznesowej na rynku usług finansowych, wdrażając narzędzia do monitorowania i egzekwowania obowiązku stosowania się do przyjętych w KPF Zasad Dobrych Praktyk.

Organizujemy profesjonalne środowisko

stawiając do dyspozycji interesariuszy wewnętrznych zasoby i ekspertyzę naszej organizacji oraz forum i narzędzia do wymiany pomiędzy nimi wiedzy i doświadczeń. Promujemy wzajemny szacunek, odpowiedzialność i poszanowanie zasad etycznych, dbając aktywnie o budowanie partnerskich, merytorycznych relacji ze wszystkimi interesariuszami tego rynku.

Tworzymy projekty edukacji finansowej

udostępniając aktualną i rzetelną wiedzę na temat funkcjonowania rynku usług finansowych, organizując kongresy i konferencje, wyróżniające się wysokim poziomem merytorycznym, udostępniając raporty z prowadzonej przez nas działalności badawczej oraz patronując ważnym inicjatywom z tego obszaru.

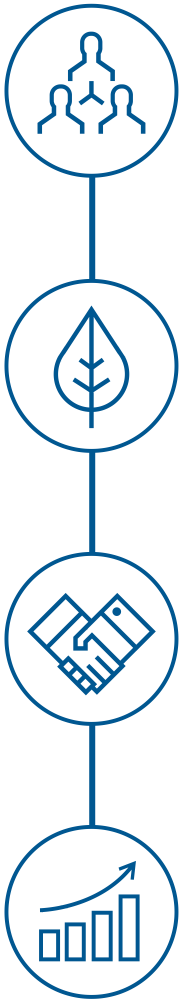
Wartości, na których budujemy

Dobro wspólne

Jako organizacja międzybranżowa, dbamy o uwzględnienie słusznych interesów przedsiębiorców z 10 sektorów rynku finansowego, łącząc je z ideą dobra wspólnego, rozumianego jako zrównoważony rozwój poszczególnych branż i całego rynku. Ta idea to fundament integracji w ramach jednej platformy samorządowej.

Eksperckość i kompetencje

Budujemy rzeczowe, partnerskie relacje z interesariuszami rynku finansowego, opierając je na eksperckiej wiedzy, prowadzonych przez KPF badaniach oraz wnioskach z pogłębionej analizy zjawisk, istotnych dla harmonijnego jego rozwoju. Dbamy o szerokie upowszechnianie tej wiedzy wśród naszych interesariuszy.



Etyka biznesu

Ważnym elementem dbałości o dobro wspólne jest konsekwentna realizacja i ciągłe doskonalenie programu etyczny KPF, którego fundamentem są Zasady Dobrych Praktyk. Obejmuje on ich efektywne monitorowanie, obowiązek dorocznego wykonywania audytu etycznego, systematyczne aktualizowanie obowiązujących zasad etycznych i ich promowanie.

Rozwój rynku

Zachowując konserwatywne wartości i zasady etycznego działania w biznesie, poszerzamy zakres podmiotowy naszej organizacji, włączając do niego przedsiębiorstwa, współtworzące nowoczesne rozwiązania technologiczne. Aktywnie wspieramy rozwój rynku Fintech, powiększając kompetencje KPF, jak i przedmiot zainteresowania merytorycznego.

Wizja KPF

Nic bez nas na rynku finansowym

Chcemy być organizacją

- unikalną, obejmującą szeroki zakres sektorowy podmiotów z rynku usług finansowych
- wyraźnie rozpoznawalną, skutecznie działającą na rzecz dobra wspólnego
- nadążającą za rynkiem, zachowując konserwatywne wartości i zasady etyczne
- będącą samorządowym compliance legislacyjnym dla Członków KPF

Cele strategiczne



Sposoby i narzędzia realizacji strategii
– KPF pożądaną stroną społeczną legislacji i samorządowe compliance

Partnerskie relacje z interesariuszami

Ważną cechą samorządową KPF jest budowanie partnerskich relacji z interesariuszami: urzędami, organizacjami konsumenckimi oraz branżowymi organizacjami samorządowymi z rynku finansowego. W efekcie, KPF jest zapraszane do konsultowania wszystkich ważnych dla naszego środowiska zmian w jego otoczeniu prawnym. Zintensyfikujemy merytoryczną współpracę dla poprawy komunikowania się w zakresie monitorowania potrzeb w obszarze legislacji oraz inicjatyw i zjawisk, mogących mieć wpływ na proces legislacyjny.

Europejskie zaangażowanie

Jednym z istotnych warunków eksperckiego zaangażowania KPF jest aktywne członkostwo w EUROFINAS (EF). Zakres merytoryczny aktywności EF jest w centrum zainteresowania wszystkich sektorów, reprezentowanych przez KPF. Przedstawiciele organów statutowych KPF będą angażowali się w prace Zarządu, Komitetu Prawno-Politycznego i zespołów roboczych EF.

member of eurofinas

Legislacyjne Compliance

Będziemy wspierali Członków ekspercką wiedzą Departamentu Prawno-Legislacyjnego KPF, wskazując na istotne kwestie i ryzyka prawne do uwzględnienia w procesie wdrażania nowych przepisów prawa do praktyki biznesowej. Ważnym uzasadnieniem dla takiego działania jest rosnące skomplikowanie rynku usług finansowych i potrzeba intensyfikacji współpracy Fintech oraz tradycyjnych sektorów w nowych ekosystemach.

Współdzielenie kompetencji

Dostęp do najbardziej aktualnej i pożytecznej wiedzy, której źródłem będzie współdzielenie kompetencji ze strony Członków KPF, także w procesie tworzenia stanowisk branżowych w obszarze prawa, zapewnimy poprzez sprawne funkcjonowanie Zespołów roboczych.

Sposoby i narzędzia realizacji strategii
– Nowa odsłona programu etycznego

Oczekiwaniem interesariuszy, zarówno wewnętrznych jak i zewnętrznych jest zwiększenie jakości realizowania programu etycznego oraz jego ciągłe doskonalenie. Jego podstawą są Zasady Dobrych Praktyk (ZDP).

Uwrażliwianie interesariuszy

Dobre prawo wymaga tego, by było skuteczne – również w przypadku miękkiego prawa, jakim są ZDP. Zwiększenie efektywności monitoringu praktyk biznesowych zapewnimy przez jeszcze ściślejszą współpracę z tymi interesariuszami, którzy profesjonalnie zajmują się ochroną praw konsumentów. Systematycznie będziemy realizowali cykl akcji informacyjnych na temat ZDP i Komisji Etyki (KE) oraz cykliczne spotkania oraz wymianę doświadczeń z głównymi interesariuszami KE. W efekcie będziemy wzmacniać wizerunek KE i zakres jej pozytywnego odziaływania na rynek.

2017:
72,8%
Wskaźnik identyfikacji **KPF**
2020:
85,0%

Wzmocnienie świadomości etycznej

Kompetencje samorządowe w obszarze świadomości etycznej będziemy budowali we współpracy z Komisją Etyki (KE), realizując do interesariuszy wewnętrznych cykliczne akcje informacyjne o KE, ZDP, audycie etycznym i wartości certyfikatu etycznego. We współpracy z KE będziemy przeprowadzali przegląd stron internetowych Członków KPF dla zwiększenia poziomu etycznej identyfikacji samorządowej. Poziom tej identyfikacji formalnej będzie mierzony.

2017:
62,0%
Wskaźnik identyfikacji **ZDP**
2020:
75,0%

Aktualizacja i uzupełnienie ZDP

Zmiany zachodzące na rynku, rosnące oczekiwania interesariuszy co do jakości standardów praktyk biznesowych, powiększanie zakresu podmiotowego KPF, wymagają dokonywania okresowego przeglądu i aktualizacji treści ZDP. Proces ten będzie co do zasady obejmował szerokie konsultacje społeczne dla poszerzania zakresu oddziaływania ZDP jako umowy społecznej. Członkostwo w KPF jeszcze bardziej będzie wiązane z wykonywaniem samorządowych obowiązków etycznych.

Sposoby i narzędzia realizacji strategii
– Edukacja dla przedsiębiorców

Projekty kongresowe warsztaty specjalistyczne, realizowane przez KPF, ze względu na ich wysoką jakość, stały się docenianymi i oczekiwanymi przez przedsiębiorców. Rozpoznawalnym dorobkiem KPF są również takie projekty edukacyjne, których inspiracją są zasady dobrych praktyk. Każdy z takich projektów odgrywa bardzo istotną, edukacyjną rolę. Tę ich podstawową wartość będziemy rozwijali w najbliższych latach.

Program edukacyjny

Dynamicznemu rozwojowi rynku finansowego w ostatnich latach, moderowanemu między innymi wzrostem zamożności gospodarstw domowych w Polsce i rosnącą ich aktywnością na rynku usług finansowych, towarzyszy względnie dużej skali zjawisko nadmiernych zobowiązań, przy niewystarczającym poziomie moralności finansowej. W odpowiedzi na te fakty, zrealizujemy program edukacyjny, skierowany do przedsiębiorców z sektora wierzycieli pierwotnych i wtórnych, w oparciu o Zasady Dobrych Praktyk KPF oraz do konsumentów, starając się pozyskać interesariuszy do współpracy w tym zakresie.

Kongresy i konferencje

Utrzymamy liczbę i jakość merytoryczną 6 kongresów, realizowanych samodzielnie. Będziemy rozwijać ten rodzaj aktywności edukacyjnej w oparciu o dobre doświadczenia współpracy z partnerami zewnętrznymi, w szczególności takie projekty, jak: Krajowa Konferencja Konsumencka (Uniwersytet Wrocławski, UOKiK), Kongres Consumer Finance (Gdańska Akademia Bankowa), Kongres Antyfraudowy (EY).

Warsztaty specjalistyczne

Spełnimy oczekiwania interesariuszy wewnętrznych odnośnie dostarczania pożytecznej, specjalistycznej wiedzy w najbardziej aktualnych kwestiach, ważnych z punktu widzenia rozwoju praktyki biznesowej.
W tym celu powiększymy liczbę warsztatów specjalistycznych, organizowanych przez KPF. Specjalne znaczenie zostanie nadane zjawisku Fintech, barierom i rozwiązaniom prawnym z tym zjawiskiem związanym, współpracy w ramach nowych ekosystemów, praktycznemu wykorzystaniu fintechowych rozwiązań, w tym blockchain.

Sposoby i narzędzia realizacji strategii
– Dobra komunikacja zewnętrzna i działania PR

Dorobek KPF w wielu obszarach działalności samorządowej dla wzmocnienia efektów, także dla inspirowania do podejmowania aktywności wokół dobra wspólnego przez szerszy krąg interesariuszy, potrzebuje dobrej komunikacji. Osiągnięte już, pozytywne efekty podejmowanych przez nas działań, skutecznie rozwiniemy w okresie najbliższych 3 lat. Dobra komunikacja to jeden z istotnych warunków wykorzystania potencjału rozwojowego i realizacji strategii KPF.

Oczekiwania interesariuszy w zakresie poprawy komunikacji:

- Szersze upublicznianie informacji o stanowiskach, opiniach i inicjatywach KPF związanych z polską legislacją
- Powiększenie obecności w mediach z przekazem dotyczącym legislacji europejskiej i działalności samorządowej, realizowanej przez EUROFINAS
- Upublicznianie zasad funkcjonowania i działań podejmowanych przez Komisję Etyki
- Szersze dotarcie z informacją o wynikach prowadzonych przez KPF badań
- Realizacja kampanii wizerunkowej KPF
- Komunikacja z rynkiem z użyciem różnych kanałów dystrybucji informacji
- Większa aktywność w mediach branżowych, także dzięki zaangażowaniu Członków KPF i ich ekspertów
- Zwiększenie znaczenia strony www.kpf.pl jako pożytecznego, ważnego źródła informacji

Oczekiwania interesariuszy spełnimy poprzez:

- Wypracowanie modelu współpracy z interesariuszami wewnętrznymi dla zwiększenia obecności w mediach branżowych oraz realizacji projektów kampanii wizerunkowych KPF
- Zapewnienie adekwatnych zasobów do zaplanowanych celów strategicznych w tym obszarze
- Efektywny model współpracy z wybranymi interesariuszami zewnętrznymi dla powiększenia zakresu informacji publikowanych na www.kpf.

Sposoby i narzędzia realizacji strategii
– Silne relacje samorządowe

Efektywną działalnością KPF na rzecz ochrony praw profesjonalnych uczestników rynku finansowego, wzmacniamy zjawisko integracji środowiska przedsiębiorców tego rynku. Siła relacji samorządowych będzie inspirować instytucje członkowskie do jeszcze większej aktywności na rzecz dobra wspólnego, współdzielenia posiadanych kompetencji na platformie samorządowej.

Satysfakcja członkowska jako kryterium oceny

Będziemy prowadzić doroczne badanie satysfakcji instytucji członkowskich odnośnie funkcjonowania ich samorządowej organizacji. Wykorzystamy do tego celu narzędzie badawcze Net Promoter Score (NPS), które jest uznaną, alternatywną metodą oceny dla tradycyjnych badań satysfakcji klientów. Wyniki badania posłużą do doskonalenia sposobów, narzędzi działania oraz komunikowania się KPF ze swoimi wewnętrznymi interesariuszami.

2017:
38,46
Wskaźnik **NPS**
2020:
45,00

Wysoka aktywność samorządowa

W sposób systematyczny, konsekwentny, będziemy inspirowali Członków KPF do zwiększenia ich aktywności samorządowej w takich obszarach jak wzrost rozpoznawalności KPF, poprawa wizerunku oraz zaufania do poszczególnych branż i całego rynku finansowego, pozyskiwanie nowych instytucji członkowskich dla skutecznej realizacji celu, jakim jest budowania silnej organizacji.

Dobra komunikacja wewnętrzna

Celem tej inicjatywy strategicznej jest potwierdzanie statusu instytucji członkowskiej KPF dobrze poinformowanej we wszystkich obszarach aktywności merytorycznej KPF, w szczególności w sferze prawa i legislacji. Poza bieżącą i dedykowaną komunikacją ze specjalistami z określonych obszarów, komunikacja wewnętrzna będzie wspierana również poprzez newsletter. Dobra komunikacja wewnętrzna wzmacniać będzie świadomość i kompetencje samorządowe, pogłębiając w jeszcze większym stopniu zjawisko identyfikowania się z KPF.

Sposoby i narzędzia realizacji strategii
– Źródła finansowania rozwoju

Dorobek KPF w wielu obszarach pozwala na konstruowanie realnych założeń co do wzmocnienia źródeł finansowania rozwoju działalności samorządowej naszej organizacji w oparciu nie tylko o składki członkowskie, ale również poprzez prowadzoną przez KPF statutową działalność gospodarczą.

Baza członkowska

Bardzo konsekwentnie, traktując to działanie jako ważne źródło do finasowania strategii rozwojowej KPF, będziemy pracowali na rzecz powiększenia ogólnej liczby Członków naszej organizacji. W okresie najbliższych 3 lat przekonamy do wejścia na platformę samorządową KPF 31 instytucji, realizując ok. 30% dynamikę wzrostu w tym okresie.

2017:
100%
Dynamika bazy członkowskiej KPF
2020:
+30%

Baza uczestników kongresów

Jesteśmy organizacją ekspercką, między innymi dzięki docenianej jakości merytorycznej organizowanych przez nas kongresów. Jest ona nie tylko dorobkiem, ale także źródłem kapitału rozwojowego działalności KPF. Korzystając z niego, będziemy wzmacniać ich rynkową wartość, powiększając bazę uczestników o 20% do roku 2020. W połączeniu z rozpoczęciem przez KPF działalności gospodarczej, powiększy to możliwości finansowania celów strategicznych.

2017:
100%
Dynamika bazy uczestników kongresów
2020:
+20%

Raporty i specjalistyczne warsztaty

Ważnym do spełnienia oczekiwaniem interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych jest dostarczanie pożytecznej, specjalistycznej wiedzy w najbardziej aktualnych kwestiach rynkowych, prawnych. W sposób konsekwentny spełnimy te oczekiwania, oferując przygotowywane w KPF raporty oraz udział w specjalistycznych warsztatach. Warsztaty te zorganizujemy z udziałem uznanych firm doradczych oraz firm, wyspecjalizowanych w określonych obszarach praktyki biznesowej. To kolejne źródło finansowania rozwoju KPF.

Kluczowe mierniki Strategii KPF

– Lata 2018–2020

WIELKOŚĆ ORGANIZACJI I JEJ DZIAŁALNOŚCI

Liczba instytucji członkowskich KPF	
2017	**2020**
102	133

Liczba Projektów Edukacyjnych KPF	
2017	**2020**
7	14

Liczba Projektów Edukacyjnych z Patronatem	
2017	**2020**
17	25

Dynamika Liczby Uczestników Projektów Edukacyjnych	
2017	**2020**
100%	+20

IDENTYFIKACJA SAMORZĄDOWA

Wskaźnik NPS Instytucji Członkowskich	
2017	**2020**
38,46	45,00

Wskaźnik Identyfikacji Członkowskiej	
2017	**2020**
72,8%	85,0%

Wskaźnik Terminowości Audytów Etycznych	
2017	**2020**
88,8%	94,0%

Wskaźnik Identyfikacji ZDP	
2017	**2020**
62,0%	75,0%

DOBRA KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I ZEWNĘTRZNA

Liczba Publikowanych Informacji	
2017	**2020**
130	172

Przeciętna Miesięczna Liczba Odsłon www.kpf.pl	
2017	**2020**
120 tys.	140 tys.

Liczba Unikalnych Użytkowników www.kpf.pl	
2017	**2020**
28 tys.	34 tys.

Liczba Obserwujących Profile Społecznościowe KPF	
2017	**2020**
692	1200

Definicje kluczowych mierników

WIELKOŚĆ ORGANIZACJI I JEJ DZIAŁALNOŚCI

Liczba Instytucji Członkowskich KPF – to łączna liczba podmiotów, które posiadają prawa członkowskie w KPF na ostatni dzień roku kalendarzowego, włączając w tę liczbę również te podmioty, które mogłyby być w okresie wypowiedzenia członkostwa.

Liczba Projektów Edukacyjnych – to liczba konferencji, warsztatów specjalistycznych, organizowanych przez KPF samodzielnie pod względem organizacyjnym, logistycznym, biorąc za ten projekt odpowiedzialność merytoryczną i finansową.

Dynamika Liczby Uczestników Projektów Edukacyjnych – to względny (procentowy) wzrost liczby osób, uczestniczących w konferencjach, warsztatach specjalistycznych, organizowanych przez KPF samodzielnie pod względem organizacyjnym, logistycznym.

Liczba Projektów Edukacyjnych Objętych Patronatem KPF – to liczba konferencji, specjalistycznych, organizowanych w danym roku kalendarzowym przez interesariuszy zewnętrznych KPF, których wysoko oceniony poziom jakości merytorycznej został doceniony objęciem przez KPF patronatem honorowym lub patronatem merytorycznym.

IDENTYFIKACJA SAMORZĄDOWA

Wskaźnik NPS instytucji Członkowskich KPF – to syntetyczny wskaźnik, obrazujący poziom satysfakcji instytucji członkowskich odnośnie funkcjonowania KPF, obliczony na podstawie wyników dorocznego badania z wykorzystaniem narzędzia badawczego Net Promoter Score (NPS).

Wskaźnik Identyfikacji Członkowskiej – określa udział podmiotów członkowskich w ogólnej liczbie Członków, które zamieściły na swojej stronie internetowej informację o członkostwie w KPF, co potwierdził doroczny przegląd, wykonany na zlecenie Komisji Etyki.

Wskaźnik Identyfikacji ZDP – określa udział podmiotów członkowskich w ogólnej liczbie Członków KPF, które zamieściły na swojej stronie internetowej informację o przyjęciu do stosowania w praktyce biznesowej przez ten podmiot Zasad Dobrych Praktyk, obowiązujących w KPF, co potwierdził doroczny przegląd wykonany na zlecenie Komisji Etyki.

Wskaźnik Terminowości Audytów Etycznych – określa udział podmiotów członkowskich KPF, które w terminie określonym przez Komisję Etyki KPF przeprowadziły obowiązkowy, doroczny audyt etyczny i przesłały do Komisji Etyki stosowny formularz z tego audytu.

DOBRA KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I ZEWNĘTRZNA

Liczba Publikowanych Informacji – wskaźnik informujący o całkowitej liczbie informacji prasowych, przygotowanych przez służby PR KPF w danym roku kalendarzowym i rozdystrybuowanych wśród mediów i na stronie głównej www.kpf.

Liczba unikalnych użytkowników strony – liczba pojedynczych użytkowników, korzystających z danego serwisu internetowego, określana na koniec roku kalendarzowego na podstawie unikalnych numerów komputerów IP bądź pojedynczych programów, identyfikujących użytkownika, tzw. cookie.

Liczba odsłon strony – wskaźnik informujący o całkowitej liczbie odwiedzin strony przez wszystkich użytkowników w trakcie roku kalendarzowego. Jest on najczęściej wyższy niż liczba unikalnych użytkowników strony, gdyż jeden użytkownik może w danym okresie odwiedzić stronę więcej niż jeden raz.

Liczba Obserwujących Profile Społecznościowe KPF – wskaźnik informujący o całkowitej liczbie osób, obserwujących profile społecznościowe KPF (Facebook, LinkedIn, Twitter), zanotowanych na koniec danego roku kalendarzowego.

Jesteśmy KPF

Budujemy kapitał społeczny na rynku finansowym

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce®



www.kpf.pl