

HALK FAKTORİNG A.Ş.

SOSYAL SORUMLULUK VE HALKLA İLİŞKİLER POLİTİKASI

KOBİ'lerin lider faktoring şirketi olarak yola çıkan Halk Faktoring, üretimiyle Türkiye'nin ithalata bağımlılığını azaltıp, ülkenin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunacak ve ülkedeki istihdam olanaklarını artıracak, girişimci ve işletmeciye yönelik faaliyetlerini kuruluşundan bugüne kadar sürdürmektedir.

KOBİ'lere alanında sunduğu müşteri odaklı evrensel faktoring hizmet anlayışını, sektördeki rekabet koşullarına karşı belirlediği stratejileri uygularken, ülke genelinde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerine destek sağlamayı da ilke edinerek, bu doğrultudaki çalışmalarını her geçen gün artırmaktadır. Toplumsal yardımlaşma ve sosyal sorumluluk projelerine gösterdiği duyarlılığı, çalışanlarına karşı da göstererek, iş verimliliğini artırarak hedeflerini gerçekleştirmeye devam etmektedir.

Halk Faktoring Sosyal Sorumluluk Politikaları

1. Türkiye'deki KOBİ'lerin gelişimini desteklemek, bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılmasına katkıda bulunmak için, kurum içinde çalışanlarına, kurum dışında tüm KOBİ müşterilerine kurumsal yönetim, çevre ve iş sağlığı güvenliği vb. konularında eğitim hizmeti sunmak, yeni projeler geliştirip uygulamak,
2. Türkiye genelinde düzenlenen fuar ve benzeri tanıtım faaliyetlerine iştirak ederek, başta KOBİ'ler olmak üzere iş dünyasının ihtiyaç duydukları konularda (üretim, dış ticaret, markalaşma, belgelendirme, finansman, pazarlama, iç ve dış yatırım olanakları vb.) hem de Şirketimizin sağladığı kısa vadeli finansman ürünleri hakkında bilgi vererek işletmelerin vizyonunu genişletmek,
3. Turizm, kültür, sanat, spor alanlarında hem ülke tanıtımına katkı sağlamak, hem de kültürel gelişimi destekleyen projelere finansal kaynak yaratmak,
4. Ekonomi ve sanayi alanındaki konu ve sorunlarla çözüm önerilerinin tartışıldığı ulusal ve uluslararası kongrelere destek vermek.

Halk Faktoring Halkla İlişkiler Politikaları

1. Marka değerinin ve bilinirliğinin artırılmasına, pazarlama faaliyetlerinin güçlendirilmesine, kamuoyunda olumlu izlenimler yaratılmasına yönelik her türlü tanıtım ve halkla ilişkiler çalışmalarını planlamak ve uygulamak,
2. Sunduğu hizmetleri ve yeni faktoring ürünlerini hedef kitlelere en iyi şekilde aktaracak stratejik iletişim planları hazırlamak ve ürünün piyasada bilinirliğini artırmaya yönelik kurumsal marka iletişim çalışmaları yürütmek,
3. Yasal mevzuat çerçevesinde müşteri şikayetlerine yönelik inceleme, analiz, bilgi verme ve raporlama faaliyetlerini yürütmek,
4. Kurum içi bilgi paylaşımını artırmaya yönelik çalışmalar yürüterek, hem kişisel gelişime, hem de kurumsal kimliğin güçlenmesine katkı sağlamak.