

PROKOP 2021

Kategória:

Internal Communication

/Employee branding

Názov projektu:

365 dní k novej

Trišest'päťke



Úvod do

témy



**Aktuálne
a dostupné
informácie,
transparentná
a otvorená
komunikácia**

Na týchto princípoch staviame našu internú komunikáciu. Inak to nebolo ani pri **najdôležitejšej zmene** v histórii tradičnej Poštovej banky a mobile first 365.bank. Rozhodli sme sa spojiť svet digitálneho bankovníctva s ľudským prístupom.

Dlhé roky patrila Poštová banka do top tria lokálnych bánk na Slovensku, tradičná banka pre klienta na pošte a vlastných pobočkách. Úspešná to áno, ale pre rast potrebovala nový vietor!

6 rokov dozadu to prišlo. Teda, pardon, **prišiel on - nový CEO Andrej Zaťko**. Skúsený bankár, vizionár a zdatný komunikátor, ktorý uznáva rolu internej komunikácie a vložil do nej veľkú dôveru.

Nastavil jasný cieľ - spoločne vytvoríme banku pre všetkých dnešných ľudí, ktorá zmení bankovníctvo a osloví aj mladšiu generáciu. A tak sme v roku 2018 spustili pilotný projekt - vlastnú digitálnu banku pod značkou 365.bank, vďaka ktorej vstupujeme do novej éry.

Poštová banka, ktorá disponovala aj vlastnou sieťou bankových pobočiek mimo pôšt tieto obchodné miesta odovzdala 365.bank. Po novom tak pôsobí výhradne ako banka na pošte, čím sa priblížila modelu v západnej Európe. Z pôvodne dcérskej 365.bank sa po týchto zmenách stáva hlavná banka skupiny, ktorá prebratím pobočiek Poštovej banky rozširuje svoje pôvodne čisto digitálne smerovanie aj o služby v offline svete.

Plán bol teda takýto:

- značka **365** sa stane primárnou a preberie kormidlo a pobočky od pôvodne materskej Poštovej banky,
- Poštová banka zostane exkluzívne na poštách a bude naďalej najdostupnejšou bankou na Slovensku,
- v rámci našej bankovej skupiny si jednoducho **vymenia pozície.**

Naším cieľom bolo odkomunikovať zložitú a unikátnu zmenu s pozitívnym prijatím medzi našimi kolegami. Každý z nich potreboval vedieť, čo to znamená pre neho samotného a smerovanie značky ako takej. Aj keď výmena pozícií mala nastať až o rok, my sme vytvorili premyslenú komunikačnú stratégiu. Možnosť inšpirovať sa komunikáciou iných spoločností bola takmer nulová. Kľúčové bolo správne načasovať a zladiť celú komunikáciu.

Interná komunikácia bola dôležitou súčasťou zmeny a možných krízových scenárov.

**V čase, keď všetci riešili koronu,
my sme stáli pred výzvou,
aká nie je na trhu bežná.**

Náročnosť situácie v čase pandémie nás nezaskočila, prinútila nás rozmýšľať celkom inak. Robiť nové **aktivity zamerané predovšetkým na jasnú komunikáciu, aktivity podporujúce angažovanosť a stlmenie zrazu rozdelených kolektívov, ktorých práca sa tiež zo dňa na deň zmenila.**



**Neboj,
nebudeme ťa dlho
naťahovať**

To, či je tvoj digitálny úver schválený sa väčšinou dozvieš už do 3 minútiok.



**Ups, strpčili ti
život nečakané
výdavky?**

Namiesto stresov pohodlné riešenie. Digitálny úver si vybavíš jednoducho a v klude.



**A najlepšie je,
že používať ju
môžeš hneď**

Stačí si ju aktivovať v appke a pridať do mobilu. Ta-dá. Vybavené!



**Kým ti
vychladne latte,
budeš mať hotovo**

Čo budeš potrebovať? Internet, občiansky a pár minút. Áno, tak jednoduché a rýchle to je.



**Kým ti
vychladne latte,
budeš mať hotovo**

Čo budeš potrebovať? Internet, občiansky a pár minút. Áno, tak jednoduché a rýchle to je.



Popis

realizácie

01

**Interná
online
konferencia**

Kľúčové informácie u nás vždy zaznejú skôr, ako sa o nich dozvie verejnosť.

Mesiace príprav vyvrcholili na **internej online konferencii v septembri 2020**. Vďaka presunu do onlinu ju sledovali kolegovia z centrály priamo na pracovisku alebo na home officoch a zároveň na všetkých pobočkách po celom Slovensku. Prenos pozerali prostredníctvom live streamingu, ktorý sme zabezpečili profesionálnou technikou. Mali sme **jediný výstrel, jeden pokus, ako nadchnúť všetkých pre skvelé novinky**. Možno to znie easy, ale medzi nami, bola to riadna fuška!

Náklad: 6.000€



365
poštová
banka

pb.
talks

výročná konferencia
skupiny Poštovej banky

365

poštová
banka

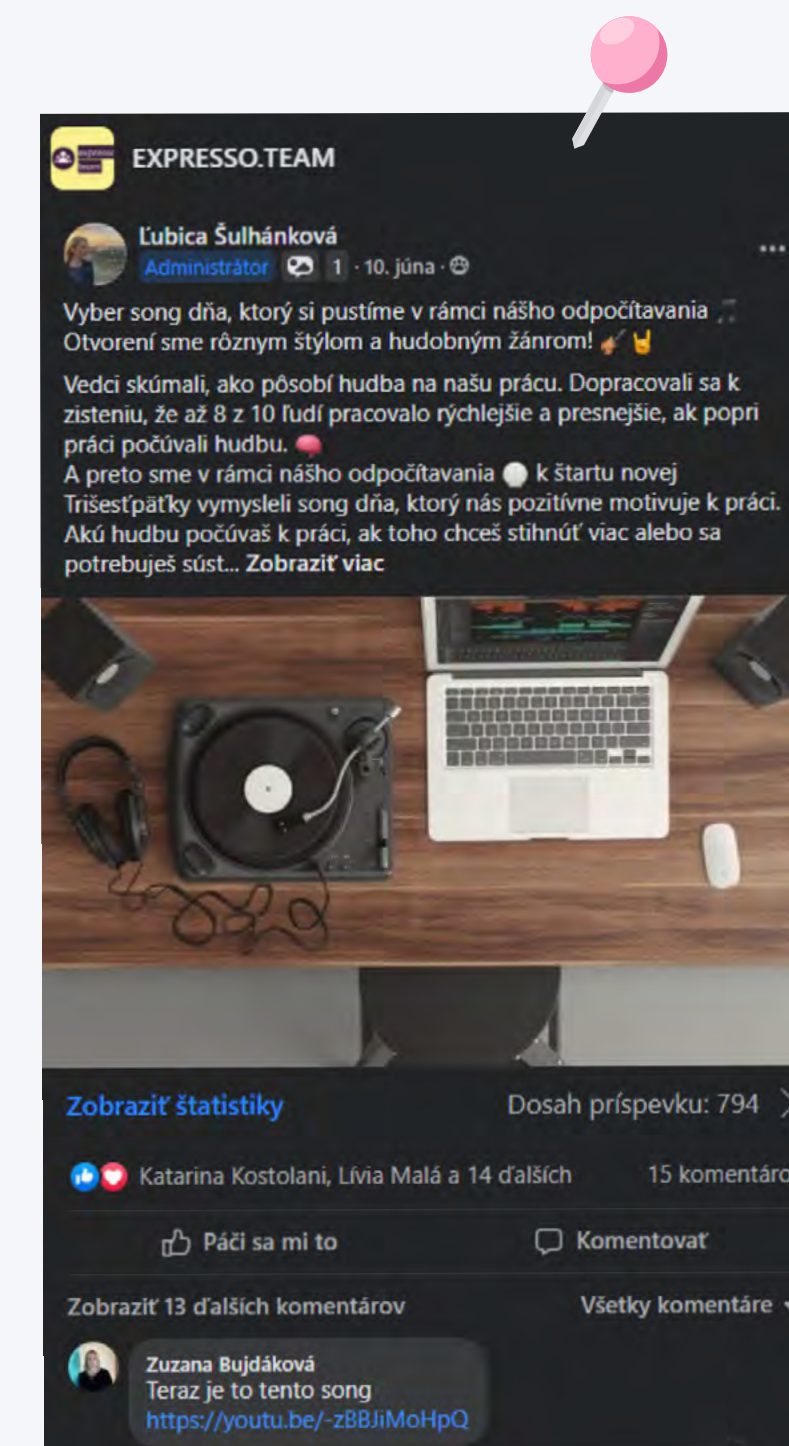


02

Facebook
skupina
Expresso
Team

Keďže bola korona, potrebovali sme kolegov **spojiť** v práci aj doma. Uľahčili sme si komunikáciu a **vytvorili uzavretú skupinu na Facebooku**. Komunikácia v skupine sa nám osvedčila ako **dobrá cesta na šírenie nových dôležitých informácií**, ktoré potrebujeme doručiť kolegom aj mimo pracovných dní, keďže nie každý je na pracovných emailoch. Ide o uzavretú skupinu, v ktorej sú vítaní len naši kolegovia skupiny banky. Aktuálne tak spájame **860 členov, čo je viac ako 80% nás všetkých**.

Náklad: 0€

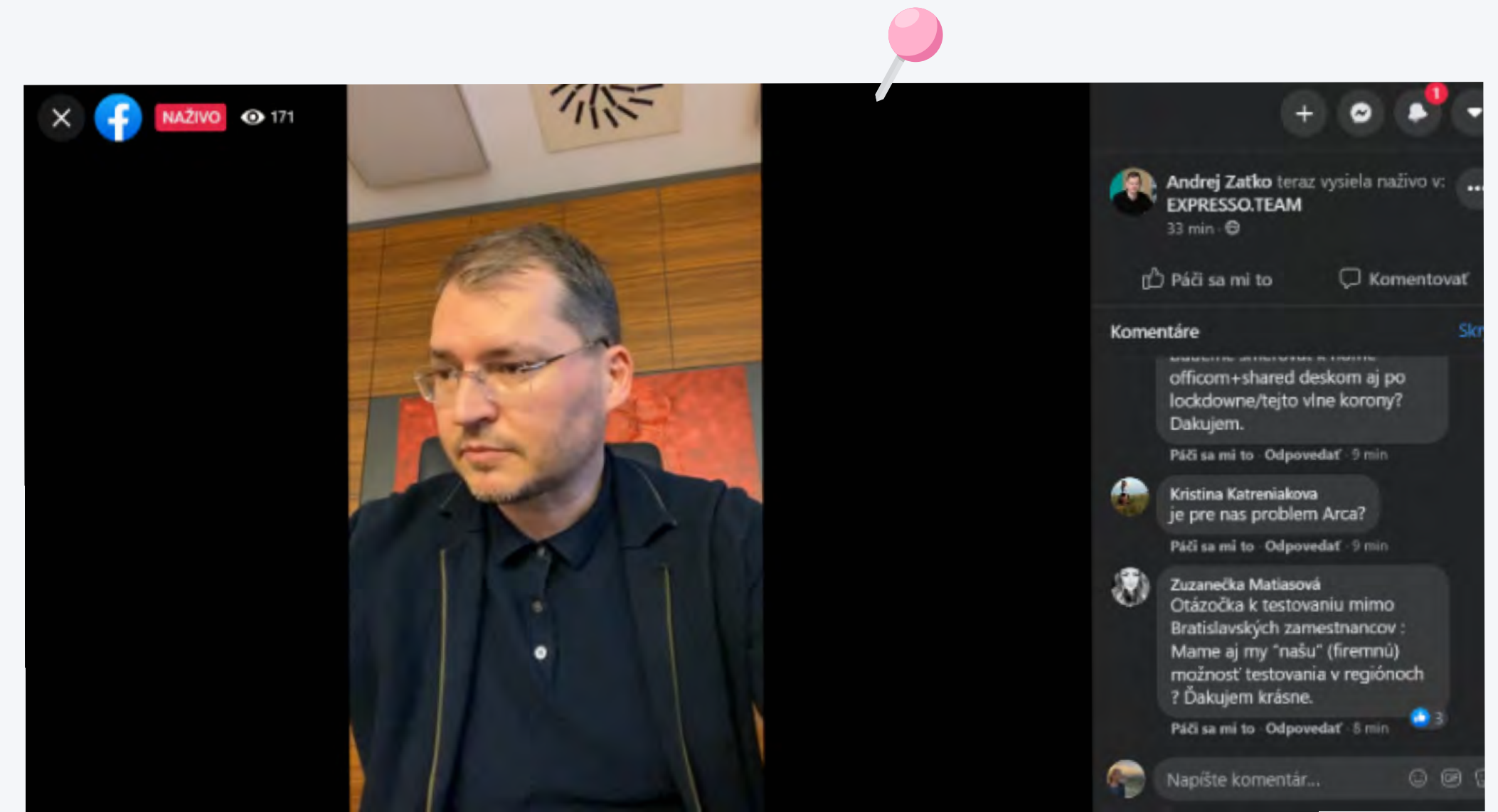


03

Generálny riaditeľ – online stretnutia so zamestnancami

Považovali sme za kľúčové, aby sa v tomto období ujal komunikácie líder banky. Svojimi pravidelnými stretnutiami na novej platforme, ako aj emailami, sa ľudsky prihováral zamestnancom. Súčasne dával priestor na otázky, ktorým sa venoval v živých online videách v internej facebookovej skupine. Čerstvé novinky, ktoré prezrádzal raz mesačne, videlo naživo v priemere 5x viac kolegov oproti offline verzii.

Náklad: 0€



04

**Online
vianočný
event**

Toto náročné pracovné obdobie sme kolegom spríjemnili online vianočným eventom. Nemuseli nikam chodiť, my sme prišli za nimi. Každoročnú tradíciu, kedy sa všetci spolu stretávame a zabávame na vianočnom večierku, sme si nemohli a nechceli nechať ujsť ani počas pandémie. Počas dvoch hodín nás programom sprevádzal Michael Szatmary a do hudby nám hrala skupina Party Beat. Záznam bol k dispozícii každému, kto nemohol byť pripojený online: <https://www.youtube.com/watch?v=DRMeXMqSOFM>

Náklad: 6.000€

Vianočný event

sexuologička
Laura Janáčková

interaktívny
kvíz

kapela
Party Beat

pondelok / 14. december / 18:00 - 20:00 hod.
moderuje standup komik Michael Szatmáry

live
streaming



05

**Nová banka,
nový brand,
nové tenisky!**

Povedali sme si, že do novej éry chceme vykročiť tou správnou nohou, preto sme pre všetkých kolegov po celom Slovensku pripravili vlastnú limitovanú kolekciu tenisiek Novesta. Do výroby bola odoslaná objednávka na 1217 párov tenisiek podľa preferencií našich kolegov. Každému sme tak osobne doručili tenisky s ručne napísaným venovaním. Tenisky kolegov potešili a naladili na správny krok na ceste k novej 365-ke. Za prípravou, distribúciou a osobným venovaním na každej krabici bolo veľa práce, preto nás veľmi potešil feedback a fotky, ktoré nám kolegovia posielali.

Náklad: 30.000€



06

Roadshow po regi6noch

V rámci posledného mesiaca pred zmenou sme zorganizovali roadshow po celom Slovensku, na ktorej sa stretlo vedenie banky s kolegami z retailovej siete. CEO Andrej Zaťko spolu s vedením retailu osobne predstavili zmeny. Roadshow a spôsob zdieľania informácií takouto osobnou formou je pre kolegov z retailu veľmi dôležitá a kľúčovú úlohu zohrávala obzvlášť v tomto období. Informácie zo školení, ktoré retailisti absolvovali, roadshow doplnila a objasnila ešte o väčší detail - čo bude zmena znamenať pre nás a našich klientov, či už z pohľadu produktov, komunikácie, kvality, ale aj celkovej emócie, ktorú im chceme odovzdať.

Náklad: 10.000€

Spoločne vstupujeme
do novej éry



Spoločne vstupujeme
do novej éry



07

Nové princípy internej komunikácie

V dnešnej dobe už nie je potrebný strojený jazyk na to, aby sme povedali, čo je u nás nové. Kolegovia sú pre nás partneri. Správame sa k sebe ako ku priateľom, vieme sa na seba spoľahnúť. Komunikujeme hravo, milým a priateľským tónom a radi si potykáme, ak to tak cítime. Aj strohé bankové informácie sa snažíme podať ľudsky a zrozumiteľne. Nepoučujeme, ale naopak odporúčame, smerujeme a vysvetľujeme. V takomto tóne sme zrebrandovali aj kanály internej komunikácie – Intranet, espresso.blog, mailovú komunikáciu či vstupné kartičky.



Ako sme komunikovali?

Ako primárny spôsob komunikácie sme si zvolili „jeden lievik informácií“ o aktuálnej situácii, novinkách a budúcom smerovaní. Všetky informácie a odpovede na otázky sme ukladali na osobitne vytvorené miesto na internom blogu. Ten sme súčasne prepájali s našim newsletterom, čo bolo kľúčové, pretože sme odkazovali na jeden stále aktualizovaný zdroj informácií. Pripravili sme viaceré interné blogy, ktoré reflektovali na aktuálne správy, podporu work-life balansu, tímovosti, spolupráce v online prostredí alebo lepšie zvládanie zmeny.



Podporné aktivity

1. Šetriče na monitoroch

V spolupráci s IT sa nám podarilo rozbehnúť propagáciu dôležitých informácií, udalostí a aktivít prostredníctvom šetriaceho módu displejov na všetkých firemných počítačoch. Tento kanál je pre nás výborným hravým prvkom komunikácie k dôležitým témam, ktoré nesmú nikomu uniknúť a aktuálne u nás rezonujú.

2. Mailová adresa

Vytvorili sme emailovú adresu, kde sa mohli naši kolegovia opýtať a dostanú odpoveď na čokoľvek, čo ich zaujíma alebo znepokojuje. Túto adresu budeme používať v internej komunikácii aj naďalej.

Podporné aktivity

3. Prednášky v rámci programu Be Balanced

S finišovaním posledných príprav, finálnym testovaním, dokončovaním rebrandingu sa naša **zmena, na ktorú sme sa dlho pripravovali, stávala stále aktuálnejšou**. Potrebovali sme **uľahčiť** toto náročnejšie obdobie, ktoré prinášalo stres a vyčerpanie. **Na lepšie zvládanie náročných situácií sme v rámci programu Be Balanced** pravidelne prinášali aktivity a tipy, ako sa postarať o svoje duševné zdravie a predísť vyhoreniu. Tento program nám zapasoval do aktuálnej situácie a pomáhal prispieť k psychickej pohode počas náročného obdobia.



Podporné aktivity



4. Interné podcasty

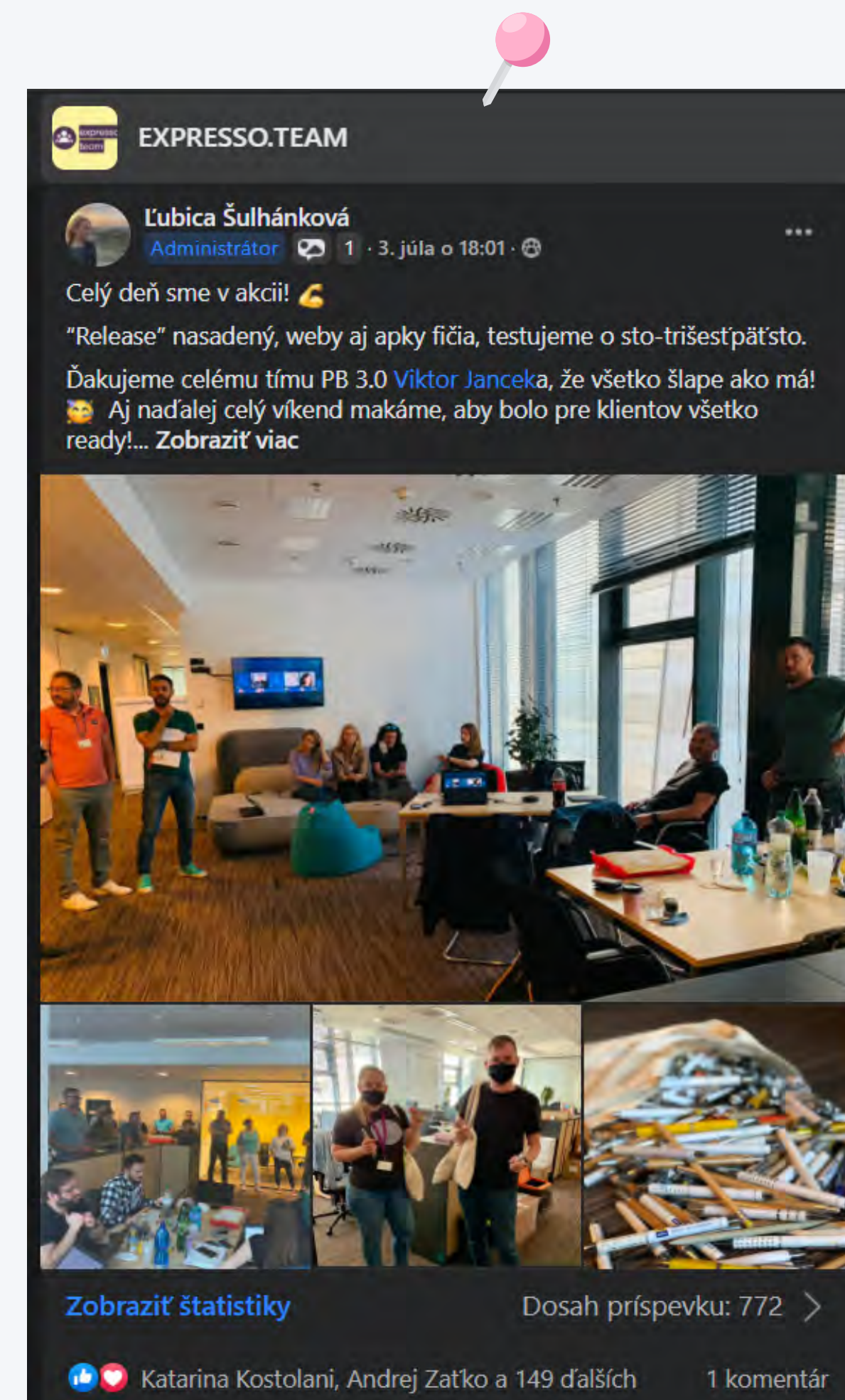
Podcasty vnímame ako jeden z najpopulárnejších formátov online obsahu. Pustili sme sa do ich prípravy mimo iného aj kvôli tomu, že ich tvorba bola pre nás v čase pandémie dostupnejšia ako príprava videí. Podcasty sa stali obľúbenou súčasťou našej internej komunikácie. Prostredníctvom zvuku sme sa priblížili našim kolegom, podarilo sa nám preklenúť bariéru medzi top manažmentom a zamestnancami, pretože sme podcast použili ako **spôsob podpory našich interných lídrov**. Podcasty vyrábame internými kapacitami. Naším prvým hosťom bol generálny riaditeľ Andrej Zaťko: https://www.youtube.com/watch?v=GqqUMkF-uJU&feature=emb_title

Nastavenou komunikáciou a podporou sa nám v banke **podarilo udržať aktuálnosť informácií a transparentnú komunikáciu**. Priniesli sme **viaceré online novinky**, kľúčové pre rozvoj internej komunikácie do budúcnosti.

08

**Odpočítavanie:
Tešíme sa,
už len 29 dní!**

Čas bežal a posledný mesiac pred našou veľkou zmenou bol pre nás kľúčový. Všetci sme makali naplno a každý potreboval čerstvé informácie. Našu komunikáciu sme zintenzívnili, takmer denne sme odpočítavali a prinášali info o dianí a pokrokoch. Noviniek, ktoré sme chceli zdieľať bolo naozaj veľa. Pravidelne sme ich prinášali cez mails, facebookovú skupinu a našu špeciálne vytvorenú stránku na internom blogu.



Rebrandovalo sa, testovalo, školilo a **klúčovú rolu zohrávali práve aktuálne informácie**. Každý týždeň sa online prihováral aj generálny riaditeľ spolu s vedením banky. Bolo mimoriadne dôležité cítiť ich podporu a povzbudenie tesne pred finišom. Toto náročné **obdobie sme sa snažili spríjemňovať potešeniami** ako boli sladkosti, ovocie, zmrzlina, pizza či spoločné raňajky na pobočkách. Exkluzívne sme našim kolegom predstavili novinky, ktoré sme pripravili a spustili ešte pred našou zmenou. Napríklad sme ukázali demo-apku, chatbota, pozvali ich do špeciálneho pilotu, kedy sme potrebovali ich pomoc s prípravou na štart novej éry Trišest'päťky. Ved' povedzme si, kto iný by to mal robiť, keď nie my?

Počas veľkého víkendu, kedy mala oficiálne nastať výmena pozícií, sme boli s interkou priamo v centre **diania**. Cez facebookovú skupinu sme prinášali fotky, horúce novinky a hlavne podporu do projektových tímov, ktoré pripravovali všetko potrebné na prvý deň, kedy do práce prídeme už ako Trišest'päťkári.



09

Event:**Vitaj, nová****365.bank!**

Deň D – 5. 7. 2021, kedy sme boli po prvýkrát oficiálne Trišest'päťkári, sme privítali vo veľkom štýle! Spoločne sme oslávili to, na čom sme makali dlhé mesiace a že sme si to zaslúžili 😊 Všetci sme prišli do práce v nových firemných farbách, čakali nás vynovené priestory, darčeky a spoločné fotenie. Po dlhej dobe sme sa mohli stretnúť osobne, dobrú náladu spríjemňoval DJ a spoločne sme oslávili začiatok novej éry. Počas poďakovania vedenia sme sa všetci na chvíľku zastavili a spoločne sledovali, ako sa spoločná ročná práca podarila.

Náklad: 4.000€



Výsledky

Výsledky

Interná komunikácia mala za hlavný cieľ zrozumiteľne odkomunikovať zložitú a unikátnu strategickú zmenu banky s pozitívnym prijatím medzi našimi kolegami. Nešlo o jednorazovku, ale o plynule nadväzujúcu komunikáciu, ktorú odštartovala online konferencia. Našou snahou bolo získať kolegov ako najväčších ambasádorov zmeny.

Otázka na začiatku bola, sme na takúto veľkú zmenu pripravení?

Boli sme

Výsledky

O výmene pozícií Poštovej banky a Trišesťpäťky sme postupne informovali už od septembra 2020. Zaujímali nás názor a pocity, ktoré kolegovia mali v súvislosti s touto zmenou. Vďaka feedbacku vieme, že sa nám všetky informácie podarilo odkomunikovať zrozumiteľne a v pozitívnom duchu. Výsledky prieskumu a individuálne komentáre boli pre nás veľmi užitočné, najmä pre nastavenie komunikácie do ďalšieho obdobia.

Čo na pripravovanú strategickú zmenu hovorili kolegovia, testne po našom prvom odkomunikovaní?

91% kolegov rozumie dôležitosti zmeny

93% kolegov sa teší z nového smerovania banky

9 z 10 kolegov by novú 365.bank odporučili svojej rodine alebo známym. 😊

Výsledky po pol roku

Rovnaký prieskum sme zopakovali aj v decembri, čiže pol roku po tom, čo sa naša plánovaná strategická zmena stala realitou. Výsledky nás opäť potešili a sú pre nás výborným signálom pochopenia dôležitosti zmeny a rovnako tak skvelého vnímania a pozitívnej emócie z novej 365.bank medzi kolegami.

91% kolegov rozumie dôležitosti zmeny

93% kolegov sa teší z nového smerovania banky

9 z 10 kolegov by novú 365.bank odporučili svojej rodine alebo známym.

Výsledky

„Teším sa zo zmeny, myslím, že je to veľmi dobrý krok pre klientov aj zamestnancov.“

„Dobré veci sa rodia ťažko, príde čas bilancovania a riešenia vecí za pochodu, ale máme schopné tímy, super vedenie. Verím v dobro človeka, verím v prosperitu tejto firmy - ZVLÁDNEME TO SPOLU. Som hrdá na to, že som súčasťou, že tu patrí. 😊“

„Wau! teším sa na túto zmenu.“

„Je to výzva, na ktorú sa veľmi teším. Zasa sa posuniem, skrátka celý môj tím je v očakávaní... Zmeny sú nevyhnutné a je super, že sa prispôsobujeme trendom, ktoré sú tu, či sa nám to páči, alebo nie.“

„Myslím, že nastavenie a smerovanie skupiny je veľmi dobré. Ešte doladiť niektoré súvisiace procesy, ale myslím, že sme našli apli moderným a inovatívnym smerom. 😊“

„Pamätám si na rok 2018, keď som bol historicky prvým testovacím infolinkovým operátorom 365-ky. Apka vtedy fungovala ešte vo verzii beta len pre zamestnancov banky a na pozvánky. :) Teší ma, ako sa Trišest'päťka za tie tri roky rozrástla o klientov, pribudli produkty, najbližšie získa aj pobočky a ideme ďalej. Je to riadna jazda. :)“

„Pracujem zatiaľ len druhý mesiac. Našťastie mám pri sebe kolegov, ktorí nemajú žiadne obavy, skôr zmenu vnímajú ako príležitosť a rozšírenie možností. Moje povinnosti a pracovná náplň sa nezmení, naďalej budem vykonávať svoju prácu. Klient bude ten, kto bude mať možnosť výberu medzi našimi bankami.“

Naše hlavné výzvy počas tohto obdobia

- **Zvoliť správny timing** - spätne hodnotíme ako najťažšiu časť celej stratégie komunikácie. Správne načasovanie bolo previazané na desiatky krokov zákonných, interných, komunikačných, marketingových a iných, ktoré na seba nadväzovali. A to všetko v časoch nepredvídateľnej koronovej situácie, ktorá menila naše plány zo dňa na deň.
- **Doručiť včas informácie** - pomohla nám k tomu zmena tradičných komunikačných formátov internej komunikácie na online formáty s aktuálnymi informáciami naprieč skupinou banky, dostupnými aj mimo pracoviska. Podarilo sa nám prepojiť rozdielne svety našich kolegov (svet v práci a na home office, pobočky vs. ústredie).
- **Vybrať správne formy a spôsoby komunikácie** - kľúčové bolo zjednotenie internej komunikácie. Osvedčil sa nám 1 hlavný komunikátor - líder firmy, online live spojenie všetkých kolegov v jednom čase a pre všetkých dostupné úložisko všetkých informácií s aktualizovanými Q&A.

Naše hlavné výzvy počas tohto obdobia

- **Príprava možných krízových scenárov aj pre internú komunikáciu** - boli vytvorené ako súčasť komplexnej komunikačnej stratégie. Napokon na základe dôslednej prípravy komunikácie žiadna krízová situácia nenastala. Nedostali sme sa na žiadny krízový scenár ani v médiách, ani v spätných väzbách od klientov a pri zamestnancoch sme zaznamenali pozitívnu emóciu, zmenu prijali s potešením.
- **Interná komunikácia dôležitou súčasťou zmeny** - workshopy pre manažérov a online talky pre ostatných kolegov s cieľom upokojiť obavy, napätie a stres zo zmeny, ktoré boli umocnené pandemickou situáciou.
- **Získať zamestnancov** ako najväčších ambasádorov zmeny sa nám podarilo zapojením do pripravovaných aktivít, vytvorením priestoru na kladenie otázok, nastavením pracovných priorít tak, aby mohli byť plne informovaní (napr. pre účel online konferencie sme na 2 hodiny zavreli pobočky, aby mohli naozaj všetci sledovať live), postupne sme odhaľovali novinky, pozitívne odpočítavali

Naše hlavné výzvy počas tohto obdobia

do dňa D, pýtali sme sa ich na názor na aktuálne témy.

- **Udržať pozitívnu náladu, podporujúce pracovné prostredie a spoluprácu**
 - pravidelne sme pripravovali viaceré aktivity na zlepšenie nálady, odľahčenie napätej atmosféry, rozptýlenie a potešenie kolegov najmä vo finiši, keď zostávali len posledné dni do spustenia novej banky (napr. online talky na podporu work-life balans, sladké prekvapenia, donášky jedla, súťažami sme stmelili tímy na diaľku).

Našou snahou bolo internou komunikáciou plynule informovať o novinkách a zvládnutých míľnikoch, a zároveň upokojiť vypätú situáciu v tomto náročnom období, stmeliť tímy na diaľku a celkovo prispieť k uvoľnenejšej atmosfére na pracovisku alebo na home officoch. To sa nám podarilo **novými podpornými aktivitami a online komunikačnými formátmi.**

A ako sa nám ujali nové online formáty, ktoré sme v rámci zmeny spustili?

- **Interná facebooková skupina Expreso.Team** – aktuálne má naša skupina **860 členov**, čo je viac ako **80% všetkých našich zamestnancov**, naše príspevky majú v priemere **500 zobrazení**.
- **Interné podcasty na podporu lídrov** v priemere majú **300 vypočutí**.
- **Online konferencia** – dostupná všetkým, pobočky zavreté v čase konferencie, vyčlenený priestor v kalendároch, **500 kolegov sledovalo live**, ostatní zo záznamu.
- **Online Kafé s generálnym riaditeľom** - **5-násobný nárast** oproti off-line forme.
- **Šetriče na monitoroch** – aktuálne témy **plošne** nastavujeme všetkým kolegom.
- **Mailová adresa** – prišlo viac ako **50 otázok**, ktoré sme zodpovedali vždy do **24 hodín**.

Zhodnotenie

a follow up

Zhodnotenie a follow up

Strategická zmena akou prechádzala naša banka je na trhu ojedinelá. Aktuálnymi témami sú u nás modernizácia, digitalizácia, optimalizácia, zmena komunikácie a samozrejme zmenou prechádza aj firemná kultúra. Na to, aby sme našich kolegov dokázali motivovať a držať angažovaných, potrebovali byť informovaní o tom, kam naša značka smeruje a aké budú naše ďalšie aktivity.

Pri našej internej i externej komunikácii zmeny značiek bolo pre nás rozhodujúce nezostať v pasívnej úlohe komunikátora jednej z najväčších zmien v histórii banky. Nečakať kým zazvoní telefón, napríklad od novinára a len pozorovať, kam sa celá informácia o napredovaní spoločnosti uberá.

Zhodnotenie a follow up

Cieľom bolo komplexne a plynulo komunikovať všetkým kolegom v každom kúte republiky, čo sa s nimi bude diať. Od manažérov na centrále, pobočkárov vo veľkých mestách až po našich kolegov, ktorí pracujú na miestach Slovenskej pošty. Každý z nich potreboval vedieť, aká bude budúcnosť jeho, a našej budúcej značky.

Cieľových skupín bolo viac. Ako je u nás vždy zvykom, v prvom rade sme zmeny komunikovali na kolegov a následne na klientov. Ale aj v týchto skupinách sme mali rôzne typy, ktoré si vyžadovali rôznu komunikáciu. Kolegovia na centrále, v pobočkách, na poštách, prípadne venujúci sa len pôvodnej 365.bank. Viacero skupín s odlišným odkazom. Oslovili sme všetkých s až nečakane dobrým výsledkom prijatia a pozitívneho naladenia sa na zmenu.

Zhodnotenie a follow up

Komplexná celoročná komunikácia bohatá na nové formáty, podporné aktivity a prekvapenia pre našich kolegov v tomto náročnom období splnila zadaný cieľ. Celkový ročný náklad na všetky uvedené aktivity v tejto case study v sumáre predstavoval približne 60.000€, čo hodnotíme ako výbornú investíciu do našich kolegov, ktorá posunula našu internú komunikáciu na nový level.

Lessons learned

- Dobrý timing a zladenie internej aj externej komunikácie pomohol k celkovému úspechu projektu.
- Rozhodujúca bola dlhá príprava a simulácia rozhovorov a možných scenárov výstupov.
- Príliš náročný program vyžaduje flexibilné nasadenie komunikátorov.

- Nevyhnutná je transparentnosť a včasnosť pri zodpovedaní dotazov.
- Potrebné sústredenie sa na hlavný message a jeho neustále pripomínanie pri každej aktivite.

Na čom budeme pracovať ďalej?

- Pokračujeme v udržiavaní pozitívneho vnímania našej zmeny.
- Špeciálne vytvorený agilný tím "Love 365" zameraný na podporu hrdosti a príslušnosti k značke.
- Podpora poznania stratégie, vízie, misie a hodnôt banky (vytvorenie vizualizácie a príbehu cez narrative).
- Dlhodobá hravá kampaň zameraná na nové hodnoty.
- Dokončenie zmeny interných priestorov – zmena interiéru a názvov zasadačiek v duchu hodnôt, nového tone of voice a gamifikácie.

Prečo náš projekt patrí do tejto kategórie a v čom bol unikátny?

Naša zmena má zložitý komunikačný message. Zložitý na vysvetlenie a pochopenie budúceho smerovania značiek. O to viac je kľúčové, aby mu rozumeli v prvom rade naši kolegovia. Opierali sme sa o vlastné skúsenosti, zohranosť a spoluprácu našich komunikačných tímov. A čo tvorili základ jeho úspechu? – výborná príprava, tímovosť a obrovské získané skúsenosti. Vďaka feedbacku od našich kolegov vieme, že sme na správnej ceste, zmenu vnímajú pozitívne, rozumejú našej stratégii, chápu prečo bolo potrebné urobiť kľúčové zmeny. Súčasne sa nám darí udržiavať pozitívneho ducha, optimizmus a zdravie nás všetkých v tejto pandemickej dobe.



Už je to tu!

Novú 365.bank

tvoríme spoločne.



U nás sú zmeny vždy
výzvou a posúvajú nás
k lepšiemu. Sme radi,
že ich robíme spoločne
s našimi kolegami.