

# Suurpanga sotsiaalmeedia ei pea olema igav ehk Swedbanki edu saladus

## Alustuseks...

Swedbank on suurima sotsiaalmeedia jälgijaskonnaga pank Eestis. 2019. aastal otsustasime võimalikult paljudesse sotsiaalmeedia projektidesse kaasata meie oma töötajaid, püüdes iga postitusega avada Swedbanki töökultuuri. Uskusime, et töötajate kaasamine kasvatab brändi personaalsust ning aitab taastada mainet meie jaoks ühel kõige keerukamal aastal. Kokku figureerisid Swedbanki töötajad 2019. aastal ligi 200-s sotsiaalmeedia postituses, mille sisu oli meelelahutuslik, inspireeriv ning selline, mida ühelt suurpangalt ei ootaks.

Oma tugevuseks peame, et sotsiaalmeedia sisu sünnib in-house (fotod, videod, graafika, tekstid), mis loob võimaluse anda postitustele meile omane eriline nurk.

## Eesmärgid 2019. aastaks

- ▶ Kaasata sotsiaalmeedia projektidesse võimalikult palju panga töötajaid, et näidata meie inimesi ja avada Swedbanki töökultuuri.
- ▶ Kasvatada Swedbanki sotsiaalmeediakanalite jälgitavust, keskendudes sisus kindlatele fookusteemadele.

## Peamised fookusteemad sotsiaalmeedias:



Rahatarkuse edendamine



Panga toodete/teenuste tutvustamine



Tööandja bränding

## Peamised väljakutsed sotsiaalmeedias:

- ▶ Puuduvad visuaalselt atraktiivsed tooted, mida fotodel või videotel esile tuua. Vaja on leidlikke lahendusi.
- ▶ Seadusest tulenevad piirangud pangatoodete reklaamimisel.
- ▶ Vajadus aidata kaasa maine paranemisele pärast üleskerkinud rahapesukahtlusi.
- ▶ Sotsiaalmeediasse on aktiivselt sisenenud ka teised pangad – kuidas eristuda?

#Kogumispäeviku  
Facebooki grupp

31 700  
liiget



61 000  
jälgijat



7500  
jälgijat



1370  
jälgijat

Kuidas paista  
välja tuhandete  
postituste seast?

# Facebook

Keskmine engagement päevas 2570

+2000 uut jälgijat

## Kanali eesmärk:

viia klientideni sisu, mis aitab neil lihtsamalt teha igapäevaseid pangatoiminguid; on abiks teenuste vahel valimisel; annab nõu rahasäästmiseks; ning kasvatab Swedbanki kui tööandja mainet.



## Suurimas Facebooki rahatarkuse grupis

#Kogumispäevik jagavad meie töötajad igapäevaselt asjakohaseid nõuandeid säästmisest kuni kodulaenu ja investeerimiseni. 2019. aastal:

- Uusi liitujaid: 5000 (25 000lt 30 000ni)
- Aktiivseid liikmeid: 70%
- Liikmete säästetud summa: ca 650 000 €

## Nutikellamakse seadistamist

tutvustasid kaks töötajat läbi omavahelise challenge'i – Fitbit vs Garmin.

**Levik: 98 000 inimest**

## Uusi puuetundlikke pangaautomaate testisid

meie töötajad läbi huumoriprisma – kui tugevalt ikka võib ekraani vajutada ja kui kaugelt võõras sinu kontojääki näeb?

**Levik: 100 000 inimest**

**Java-arendajate värbamiskampanias** osales meie enda Java-arendaja, kes tõmbas huumorikaid paralleele Jawa mootorratta ja Java programmeerimiskeele vahel.

**Levik: 120 000+ inimest.**

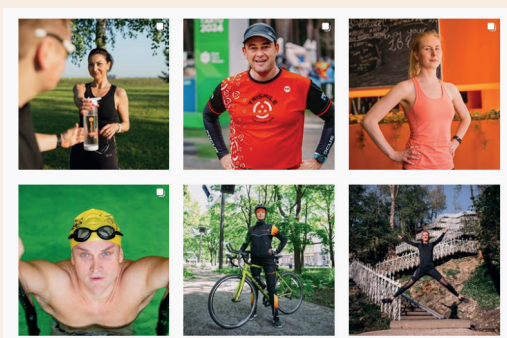
**Värvatud Java-arendajad: 12**

Mitte ainult  
pintsakus  
pankurid

# Instagram

## Kanali eesmärk:

toetada tööandja brändi, tuues esile meie andekaid inimesi nii töö- kui ka vaba aja situatsioonides. Tahame näidata, et pangas töötavad toredad inimesed, kel kõigil on oma tugevused ja hobid.



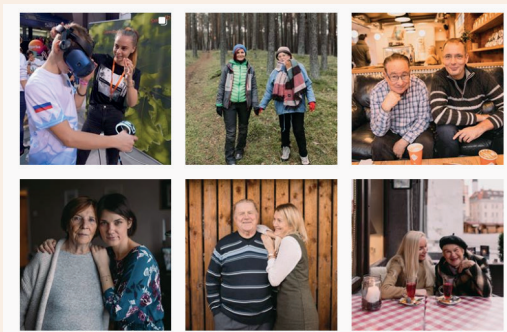
## IRONMAN 70.3 Otepää.

Tõime esile swedpankurid, kes osalesid suvisel triatlonil. Näitasime, et pangas on sport au sees ning saime komplimendi, et meie Instagrami kontot vaadates ei jäägi tunnet, et tegemist on pangaga.



## Kick Start praktikaprogramm

Tõime esimeste praktikapäevade jooksul eetrisse meie suvised kangelased, tutvustades neid läbi hobide. Olles jõudnud Swedbanki Instagrami, jagasid nad postitusi oma kanalites ja meieni jõudsid uued jälgijad.



## Pension ja ISIC.

Kui räägime Instagramis oma toodetest, teeme seda samuti läbi meie inimeste. Näiteks on praktikandid aidanud tutvustada ISIC-kaardi soodustusi või töötajad selgitada pensioniga seotud küsimusi, tulles fotodele oma vanemate või vanavanematega.

## Suurim õnnestumine:

panga töötajad mõistavad sotsiaalmeedia olulisust brändi jaoks. Postitustes löövad rõõmuga kaasa kõik – kliendinõustajatest pangajuhini.

+1125 uut jälgijat

Videoseeria „Mis on Eesti inimestel rahakotis?“

# Youtube

## Kanali eesmärk:

jõuda uue videoseeria abil säästmise teemaga noorteni.

## Kuidas?

Soovisime uurida, mis on tuntud eestlastel rahakotis ning milline on nende suhtumine rahasse. Meie töötaja kutsus külla noorte seas populaarseid mõjuisikuid, kellega rääkis avameelselt ja humoorikalt säästmisest, kulutamisest, annetamisest jpm.

## Heategevuslik aspekt:

külalised osalesid rahatarkuse viktoriinis, kus iga õige vastus andis annetuste hoiupörsasse 10 €. Kogutud summa annetasime läbi Ma armastan aidata annetuskeskonna Tartu Ülikooli Kliinikumi Lastefondile.

## Külalised:

blogijad Mirjam Hunt ja Liisa Pärnpuu, youtuber'id Martti Hallik ja Liina Ariadne, näitleja Kristjan Lüüs, Swedbanki Rahaasjade teabekeskuse juht Kati Voomets ja armastatud laulja Ivo Linna.

**860 €**

Rahatarkuse viktoriiniga kogusime annetusteks 860 €

**+ 67%**

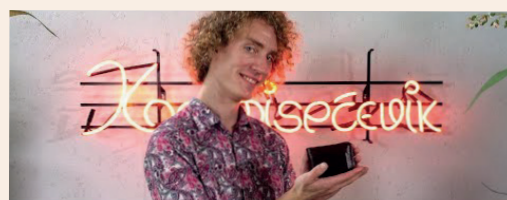
Youtube kanali jälgijate arv kasvas 67% võrra (820lt 1370ni).

**130 200**

Episoodide on kokku vaadatud 130 200 korda.



▶ Mis on Liina Ariadnel ja Marttil rahakotis?



▶ Mis on näitleja Kristjan Lüüsi rahakotis?



▶ Mis on armastatud laulja Ivo Linna rahakotis?



▶ Mis on säästuprintsess Mirjam Hundil rahakotis?

Panime kirjutama  
meie IT-võlurid

# Medium

## Kuidas?

Blogis kirjutavad oma tegemistest ja põnevamatest projektidest **panga IT-valdkonna töötajad**.

Domineerib peamiselt case study formaat, mille kaudu toovad IT-töötajad esile oma töö väljakutseid ning jagavad saadud nõuandeid/õppetunde. Pakume huvitavat sisu nii panga enda töötajatele (teistest IT-osakondadest) kui ka pangavälistele huvilistele, kes IT teemadest rohkem teada soovivad. Ühtlasi näitame, et panga IT-s võib toimuda ka palju põnevat – näiteks oleme ehitanud uue pangaäpi täielikult pangasiseste jõududega, kasutamata agentuuride abi.

Lisaks uue äpi loomisele on blogis kirjutatud ka testimisstrateegiast, tehnilisest võlast, UI-st, virtuaalassistendist jm.



**5000+**  
lugemist



**12**  
blogipostitust

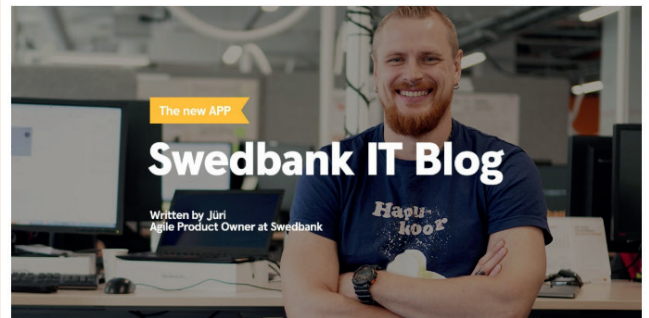
## Kanali eesmärk:

Tugevdada Swedbanki kui ühe Eesti suurima IT ettevõtte kuvandit ja aidata kaasa IT-töötajate värbamisele

### Why did we decide to rebuild our award winning banking app from scratch?



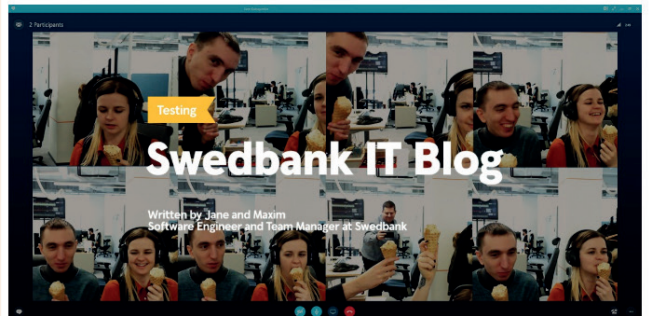
Swedbank IT [Follow](#)  
Nov 12, 2018 · 6 min read



### From ice creams to pyramids — 3 ways to improve your testing strategy



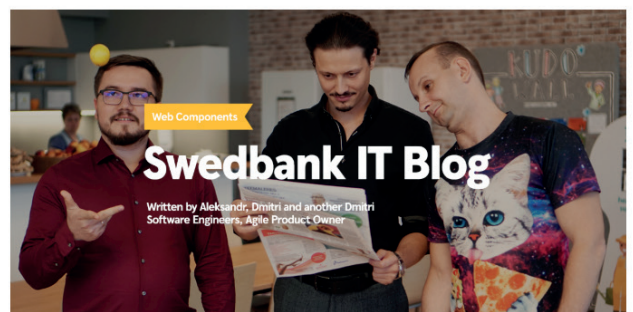
Swedbank IT [Follow](#)  
Mar 13, 2019 · 7 min read



### How to create a modern user interface in a large-scale enterprise?



Swedbank IT [Follow](#)  
Oct 17, 2019 · 9 min read





## Kokkuvõtteks

Swedbanki sotsiaalmeedia sisu sünnib paljuski tänu meie inimeste valmidusele lüüa projektides kaasa ja olla ettevõtte brändisaadikuteks. Töötajad on kaasatud vahetul, ettearvamatul ja humoorikal viisil, mis eristab meid teistest sotsiaalmeedias tegutsevatest ettevõtetest. **Swedbanki töötajad on 2019. aasta jooksul osalenud enam kui 200 sotsiaalmeedia postituses üle kõikide meie kanalite.**

Sisusse kaasatud töötajad on sellega emotsionaalselt seotud ning jagavad seda edasi ka oma isiklikes kanalites. See omakorda toob pangale uusi jälgijaid, kes varem meie tegemistega sotsiaalmeedias pole kokku puutunud. Töötajate kaasatus paneb ettevõtte mõnusalt ka seestpoolt kihisema ja loodud sisust omavahel rääkima.

Kuigi me ei võtnud seda esmaseks eesmärgiks, siis kasvatasime möödunud aastal jälgijaskonda igas kanalis. Orgaaniline jälgijaskonna kasv näitab, et oleme suutnud luua sisu, mis läheb inimestele korda ja pakub meelelahutust. Ühtlasi teeb rõõmu CV-Online poolt saadud tunnustus: **oleme TOP1 ihaldusväärne töandja finantssektoris.** Usume, et siin on oma osa ka sotsiaalmeedia tegevustel, mis on toonud esile meie toredaid inimesi ja avanud Swedbanki töökultuuri.