

## PROJEKT „SVOBODNÉ BANKOVNÍ VOLBY“

### SHRNUTÍ PROJEKTU

Když v roce 2005 začal ÚOHS vyšetřovat kartelovou dohodu ohledně bankovních poplatků, považovali novináři a veřejnost již tento samotný fakt za potvrzení drahých poplatků tuzemských bank. Úkolem projektu bylo prezentovat brand Poštovní spořitelny s důrazem na nejvýhodnější bankovní poplatky na českém trhu a paralelně provádět explikační komunikační kampaň ČSOB k bankovním poplatkům.

Cílem bylo podpořit rychlé prošetření, zastavení či ukončení řízení ÚOHS se závěrem, že v ČR není kartel a upozornit na fakt, že na českém trhu existuje bankovní konkurence a klienti si mohou zvolit banku podle svých preferencí i podle výše poplatků. Poštovní spořitelna poskytuje klientům nejlepší servis za nejnižší ceny na trhu, odpovídající stále rostoucí kvalitě služeb.

### KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOSTI X RIZIKA

**Mimořádnou příležitostí bylo využití široké škály komunikačních nástrojů** – ta zahrnovala pořádání outdoor eventů, media relations, přípravu vlastních webových stránek projektu či advertorialovou kampaň

**Riziko spočívalo především v tom, že novináři a veřejnost byli již předem negativně naladěni** – to zároveň dávalo i vynikající příležitost tyto postoje změnit.

### STRATEGICKÝ POSTUP

Komunikační kampaň zahrnovala outdoor events ve vybraných městech České republiky, racionální argumentaci v médiích, vlastní webové stránky projektu a průběžný media lobbying.

### Events

Pošťák Kolbaba, symbol PS, dostal novou roli - vyhledává Svobodné bankovní volby a formou happeningu bojuje proti nařčení z bankovního kartelu.

### Media Relations

Příprava advertorialové kampaně založené na srovnání podmínek v bankovníctví před pěti lety a dnes (rychlost, propojené pobočky, 24 hodin denně, bankomaty, zcela nové produkty, dlouholeté úvěry).

### FÁZE A AKTIVITY PROJEKTU

#### Projekt OUTDOOR EVENT KOLBABA

Bankovní volby probíhají za účasti 5 postav poštáka Kolbaby vždy jeden den na vybraném místě (frekventovaná ulice, náměstí). Během dne pošťáci rozdávají kolemjdoucím hlasovací lístky, na kterých je kromě hlasovacích políček znázorněn také přehledný graf označující PS jako banku s nejlevnějšími poplatky. Hlasovací lístky je možné ihned vložit do označené volební urny nebo si ho případně odnést domů jako informační leták. Zároveň pošťáci pomocí transparentů upozorňují na neoprávněné obvinění z kartelu. Komunikace však přímo nesměřuje proti ÚOHS.

Projekt využíval tyto komunikační nástroje:

- rozhlasový spot v regionálních stanicích
- pozvání na event
- prohlášení Kolbaby v denním tisku – formát Junior page
- webové stránky – [www.bankovnivolby.cz](http://www.bankovnivolby.cz)
- media relations – pozvánky pro novináře, tiskové zprávy
- bannery – upozornění na webové stránky

Platný hlasovací lístek odevzdalo 2332 voličů. Zásah na cílovou skupinu na místě konání byl odhadem několikanásobný (přibližně 42 000 rozdaných hlasovacích lístků + blíže neurčitelný počet těch, kdo si lístek nevzali = kolemjdoucí).

### **Srovnávací advertorialy – zaměřené na brand ČSOB**

Klíčovým sdělením advertorialů bylo, že ceny a poplatky odpovídají kvalitě služeb, která se během několika let u tuzemských bank skokově zvýšila.

Typy srovnávacích advertorialů:

#### **1. Nezapomínáme moc rychle?**

- 4 advertorialy zaměřené na rozdílnost podmínek v bankovníctví v předchozích letech (1989, 1996) a dnes
- témata (elektronické bankovníctví, platební karty, hypotéky a úvěry, nové produkty a služby)

#### **2. Cestu si volí každý sám**

advertorial shrnující typy klientů, kteří mohou sami ovlivnit skutečnou výši svých poplatků

Advertorialy vyšly v denících Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny, Deníky Bohemia a Deníky Moravia.

### **Webové stránky**

Jako podpůrný nástroj kampaně shrnující argumentaci pod jednou doménou byly spuštěny webové stránky [www.bankovnivolby.cz](http://www.bankovnivolby.cz), které obsahovaly: prohlášení Kolbaby, možnost volit, podpora účasti na Outdoor eventech, podrobné srovnání poplatků u jednotlivých bank.

### **Bannery**

Bannery byly umístěny na nejdůležitějších portálech a vyhledávačích. Upozorňovaly a zvaly k účasti ve svobodných bankovních volbách a odkazovaly na webové stránky.



### **DOSAŽENÉ VÝSLEDKY**

Vyšetřování ÚOHS bylo znedůvěryhodněno a během trvání projektu se podařilo získat podklady pro další komunikaci a následnou argumentaci. Došlo také ke zviditelnění obou brandů skupiny ČSOB.

Platný hlasovací lístek ve svobodných volbách odevzdalo **2332** voličů. Zásah na cílovou skupinu na místě byl několikanásobný.

Webové stránky [www.bankovnivolby.cz](http://www.bankovnivolby.cz) navštívilo **13 340** lidí, hlasovalo **667**.

# SVOBODNÉ BANKOVNÍ VOLBY

Bojíte se vysokých poplatků?  
Bojíte se, že se na vás české banky domlouvají?  
Bojíte se kartela?

Podpořte konkurenci!  
Hlasujte pro pestrou nabídku!  
Hlasujte pro kvalitní bankovní služby!

**PŘIJĚTE VOLIT!**

na úřadě 8. únoru v Brně  
v úřadě 16. února v Praze  
na úřadech v dalších městech  
v úřadě 16. února v Českém Krumlově  
v úřadě 16. února v Českých Budějovicích  
v úřadě 16. února v Olomouci  
na úřadě 16. února v Prostějově  
na úřadě 16. února v Třebíči  
na úřadě 16. února v Znojmě  
v úřadě 16. února v Jihlavě  
na úřadech v ostatních městech

Polítnovní spořitelna je dlouhodobě nejlevnější ze všech bank u nás! Posuďte sami: nezávislá analýza tvrdí, že poplatky Polítnovní spořitelny jsou nejnižší na trhu.

**Za kvalitní bankovní služby! Za nízké ceny!**  
Hlasujte také na [www.bankovnivolby.cz](http://www.bankovnivolby.cz)

# SVOBODNÉ BANKOVNÍ VOLBY

**ZSEM PRO KONKURENCI**  **ZSEM PROTI KONKURENCI**

Volím konkurenci  
Volím pestrou nabídku  
Volím kvalitní bankovní služby  
Volím nižší poplatky

Volím úspornost  
Volím měrou nabídku  
Volím údaj vlády o konkurenčních službách  
Volím zastávaní evropské bankovní unie

JMÉNO: \_\_\_\_\_ MĚSTO: \_\_\_\_\_

**Za kvalitní bankovní služby! Za nízké ceny!**



Advertorialy:

**NEZAPOMÍNÁME MOC RYCHLE!**

ČESKÉ BANKY V ROCE 1995

**OTEVŘENO**  
Po - Čt 9:00 hod. - 18 hod.  
Pá - So 9:00 hod. - 13:00 hod.

1 776 hodin  
za rok

ČSOB V ROCE 2005

**OTEVŘENO**  
24 HODIN DĚNĚ  
7 DNE V TYDNI

8 760 hodin  
za rok

**CSOB**  
Pro každý den

www.csob.cz

**NEZAPOMÍNÁME MOC RYCHLE!**

ČESKÉ BANKY V ROCE 1999

společnosti 1 000  
platebních karet

ČSOB V ROCE 2005

společnosti 1 300 000  
platebních karet

**CSOB**  
Pro každý den

www.csob.cz

**NEZAPOMÍNÁME MOC RYCHLE!**

ČESKÉ BANKY V ROCE 1996

společnosti úvěry  
na hypotéky ve výši  
4,3 miliard korun

ČSOB V ROCE 2005

společnosti úvěry  
na hypotéky ve výši  
75,3 miliard korun

**CSOB**  
Pro každý den

www.csob.cz

**NEZAPOMÍNÁME MOC RYCHLE!**

ČESKÉ BANKY V ROCE 1996

průměrná  
nabívil 44 produktů  
pro běžné zákazníky

ČSOB V ROCE 2005

nabívil 104 produktů  
pro běžné zákazníky

**CSOB**  
Pro každý den

www.csob.cz

**CESTU SI KAŽDÝ VOLÍ SÁM**

INDIVIDUÁLNÍ KLIENT  
PLATÍ V ČSOB MĚNĚ než před 10 lety  
na zálohových bankovních poplatcích  
pro individuální účty

SPOLNĚNÍ KLIENT  
ještě vyšší platební příkazy přemístil a rychle  
převzal v českých bankovních síť na přepážce

**CSOB**  
Pro každý den

www.csob.cz

www.bankovnivolby.cz

Bannery – ukázka časování a obsahu

**SVOBODNÉ BANKOVNÍ VOLBY**

Vy přece máte možnost volby!

**Volby ankotační**  
Hlasujte ZDE

ANKOTACE  
 SVOLBA  
 VYPRÁVĚNÍ  
 VYHODNOCENÍ  
 VYHODNOCENÍ  
 VYHODNOCENÍ  
 VYHODNOCENÍ

Jméno  
 E-mail

**HLASOVAT**

1 BOJÍTE SE? VYSOKÝCH POPRAVD?

2 BOJÍTE SE? OMEZOVÁNÍ

3 Nebo jste pro konkurenci?

4 Pro pestrost nabídky?

5 VY PŘECE MÁTE MOŽNOST VOLBY

6 SVOBODNÉ BANKOVNÍ VOLBY

7 Přijďte volit!