



# PR И МАРКЕТИНГ НА СТАРТЕ КРУПНОГО ПРОЕКТА: ЗАПУСК БРЕНДА «ПОЧТА БАНКА» В 2016 ГОДУ



# ПОЧТА БАНК НАЧАЛ РАБОТУ 31 МАРТА 2016 Г.



**338** клиентских центров «Лето Банка» преобразовались в клиентские центры «Почта Банка»

Более **10** новых продуктов

Клиентская база **2,5** млн человек

**450** тыс. новых клиентов в I полугодии



По итогам года «Почта Банк» представлен в **5700 новых точках** предоставления гражданам базовых финансовых услуг



# РЕГИОНЫ ПРИСУТСТВИЯ

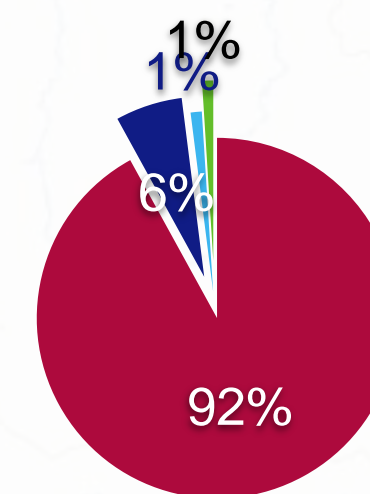
61

субъект Российской Федерации

2159

населенных пунктов присутствия с  
учетом форматов с сотрудниками и  
почты и банка

(+942 нас. пункта в 2016 году)



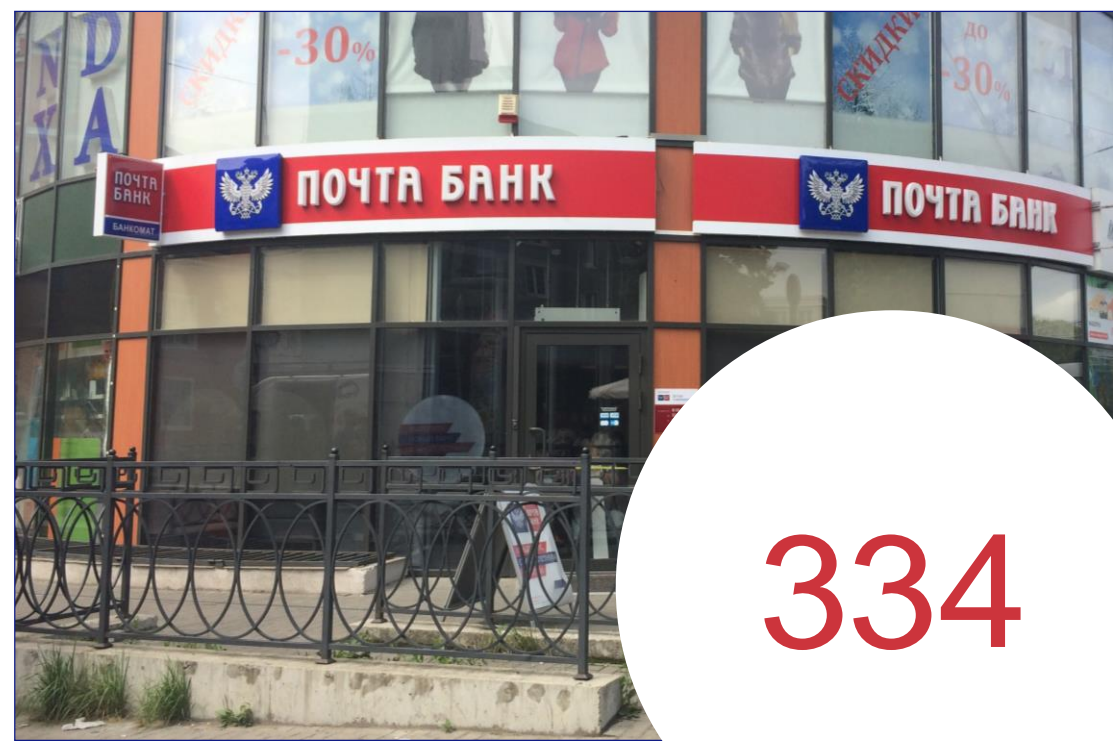
- Малые города (до 100 тысяч жителей)
- Средние города (100-500 тысяч жителей)
- Крупные города (500 тысяч - 1 млн жителей)
- Города-миллионники

## Инфраструктурный платеж Почте России

- Почта Банк начал выплачивать акционеру платеж за пользование инфраструктурой Почты России.
- На 1 октября Почта России получила **143 млн** рублей
- Выплаты происходят за счет текущего операционного дохода банка

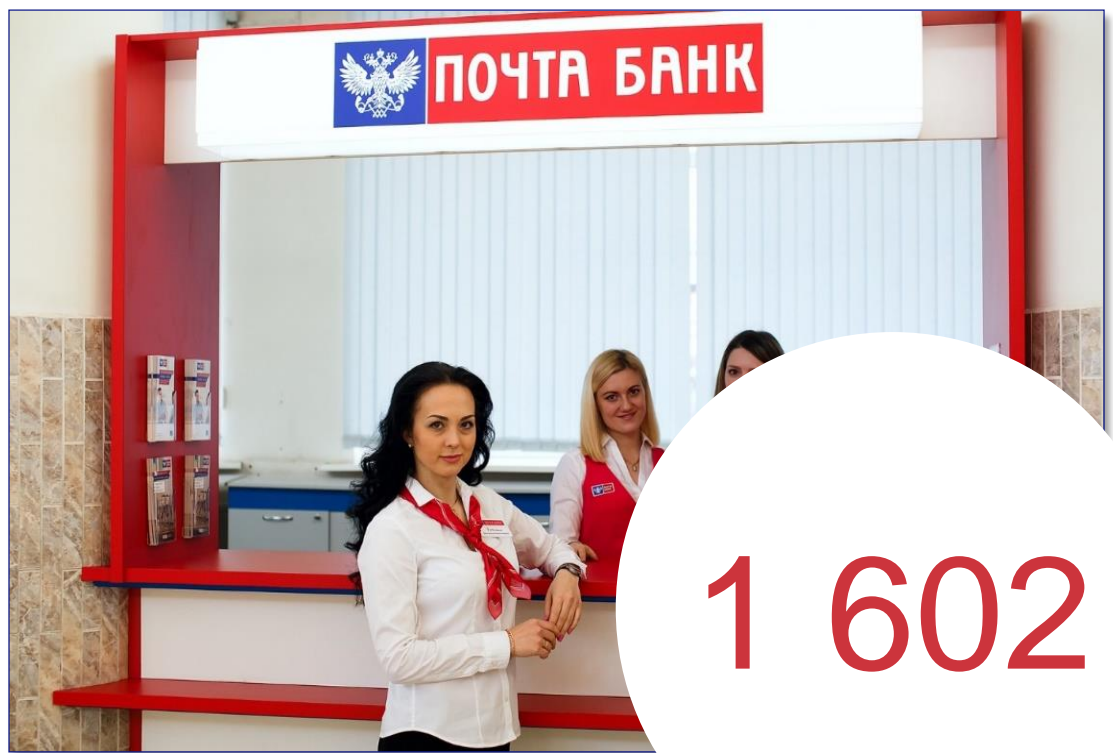


# ТЕКУЩИЕ ФОРМАТЫ ПРИСУТСТВИЯ



334

Клиентские центры в стрит-ритейле



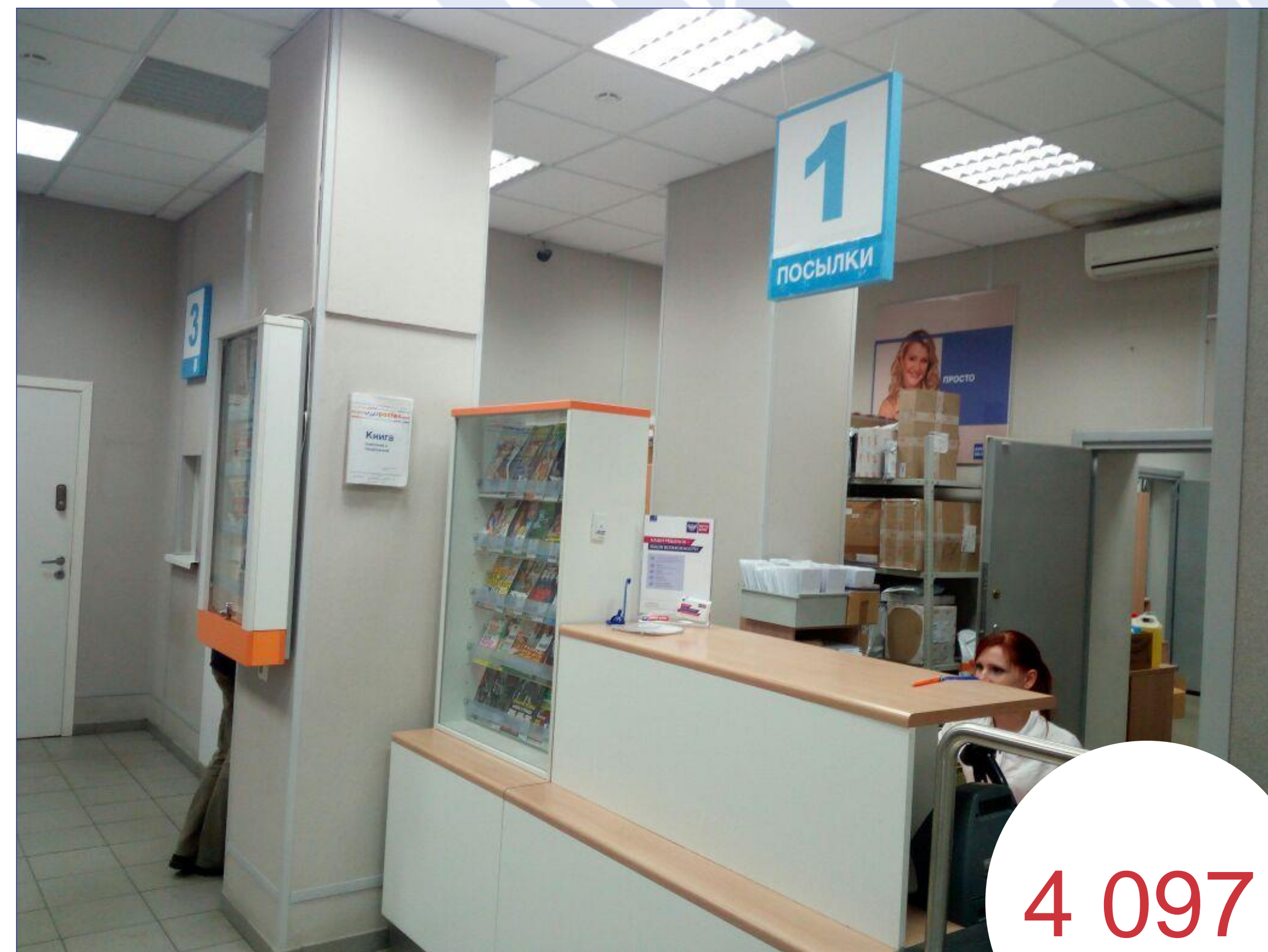
1 602

Клиентские центры в отделениях Почты России



38 525

POS-точки в торговых сетях



4 097

В августе стартовал новый формат обслуживания – **агентская сеть**.  
Окна продаж банка, в которых финансовые услуги оказывают сотрудники Почты России



# PR -ХРОНОМЕТРАЖ ПОЧТОВОГО БАНКА

**Июль 2015** – мы узнаем о том, что ВТБ и Почта России при поддержке Правительства РФ создают первый российский почтовый банк на базе «Лето Банка».

**Август 2015** – процесс подготовки 3 концепций: почтовые банки мира, PR-стратегия почтового банка, маркетинговая стратегия.

**Сентябрь 2015** – I пресс-конференция, объявление о запуске проекта. В президиуме - министр связи и массовых коммуникаций Николай Никифоров, глава Почты России Дмитрий Страшнов, глава ВТБ Андрей Костин. Представление главы «Почты Банка» – Дмитрия Руденко.

**Октябрь – Декабрь 2015** – интервью с топ-менеджментом о планах банка, составление Q&A.

**Январь 2016** – II пресс-конференция, в России создан «Почта Банк». Акционеры (глава ВТБ24 Михаил Задорнов и глава Почты России Дмитрий Страшнов) подписывают все необходимые документы.

**Февраль 2016** – информация о предстоящих изменениях появляется в СМИ и закрепляется на полгода на главной странице сайта банка. Пилотные запуски клиентских центров банка.

**Апрель 2016** – III пресс-конференция в формате первого в России телемоста в отделениях Почты России, где торжественно открылись первые клиентские центры. Разные часовые пояса и удаленные от центра регионы, демонстрирующие масштаб проекта – Калининград (9 а.м.), Волгоград (10 а.м.), Красноярск (2 р.м.), Москва. В Москве президент Почта Банка Дмитрий Руденко и заместитель главы Почты России Владимир Салахутдинов выступают ведущими трансляции.



# ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ. ОТКРЫТИЕ ПОЧТА БАНКА

**6 апреля 2016** состоялась торжественная церемония открытия первых клиентских центров «Почта Банка» в отделениях «Почты России».

✓ **Место проведения:** пресс-центр ТАСС, г. Москва.

✓ **Формат:** телемост. 3 города – Калининград, Волгоград и Красноярск. Одновременно были открыты отделения «Почта Банка» на «Почте России» в десятках регионов страны.

✓ **Уникальность и сложность проекта:**

1. телемост связывал между собой регионы в разных часовых поясах.
2. отделения «Почты России» технически не были предназначены для выхода в online.



Чтобы создать для гостей студии ТАСС эффект присутствия на церемонии открытия, для каждого города был разработан собственный сценарий:

- ✓ **в Калининграде** (9 а.м.) представители региональной власти приветствовали гостей и участников мероприятия,
- ✓ **в Волгограде** (10 а.м.) на камеру символически перерезали красную ленту,
- ✓ **в Красноярске** (2 р.м.) представитель администрации края оформлял себе сберегательный счет.

На вопросы журналистов (в том числе из регионов) в пресс-центре ТАСС отвечали президент-председатель правления «Почта Банка» Дмитрий Руденко и заместитель генерального директора «Почты России» по финансовому бизнесу, член Наблюдательного совета «Почта Банка» Владимир Салахутдинов.

# PR-ПОДДЕРЖКА НА СТАРТЕ КРУПНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА

PR «Почта Банка» выстраивает команда пресс-службы банка в составе Службы маркетинга и общественных связей (4 человека).

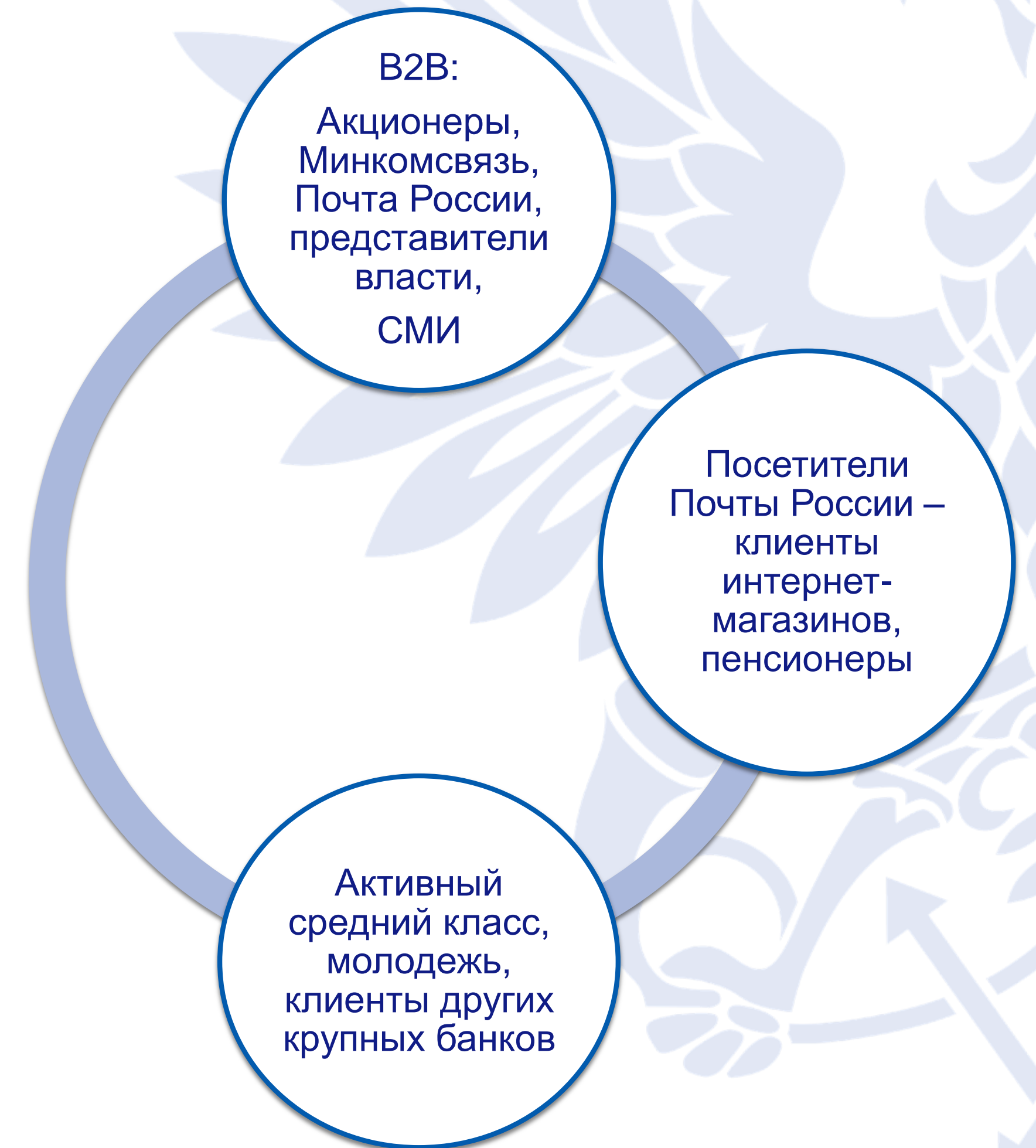
Внешние PR-агентства не привлекаются.

## Определена концепция позиционирования

Почта Банк – больше, чем банк

- Нет других подобных банков, которые присутствовали бы везде, практически в каждом подъезде, от огромного города до поселка городского типа.
- Расположение банка позволяет в одном месте приобретать не только привычные финансовые продукты, но и продуманные финансово-почтовые решения.

## Определены ЦА





## Определены ключевые сообщения для ЦА



Чтобы стать ближе к вам, совместно с Почтой России мы масштабно расширяем свою сеть

---



Надежный банк в шаговой доступности при поддержке государства

---



Почта Банк – больше, чем просто банк

---



Успешный проект Группы ВТБ



## Поэтапная реализация стратегии

Тайминг	Стратегия
<b>1 этап</b> март - апрель 2016	Презентация нового бренда. Открытие первых отделений. PR первого лица
<b>2 этап</b> март - июнь 2016	Открытие новых отделений. Удержание клиентов Лето Банка. PR первого лица
<b>3 этап</b> март - декабрь 2016	Планирование на 2017 год. Привлечение новых клиентов. Финансовые отчеты.

Мы условно разбили коммуникационную стратегию на 3 этапа.  
Общий инструментарий применим ко всем этапам реализации.



## Инструментарий

- ✓ Квартальные пресс-конференции
- ✓ Участие в профильных мероприятиях
- ✓ Серия advertorials в приоритетных СМИ
- ✓ Серия интервью с топ-менеджментом
- ✓ Появление грамотного изложения фактов в Wikipedia
  
- ✓ Спецпроекты, направленные на разнообразные целевые аудитории:
  - Географический тест на Meduza.io
  - «Какой ты шопоголик» с The Village.ru
  
- ✓ Продвижение имиджа социально-ответственного бизнеса с эко-проектом «Подари лес другу»
- ✓ Активное общение с клиентами в социальных сетях
- ✓ Открытость пресс-службы для СМИ





# ЧЕГО УДАЛОСЬ ДОСТИЧЬ



- ✓ Прочные позиции в ТОП-30 медиарейтинга банков и российских банкиров по версии компании «Медиалогия»



- ✓ 33 место (+17 позиций за 5 месяцев) в «Народном рейтинге» портала Банки.ру, 20 место в «годовом чемпионате»



- ✓ 17 место в ТОП-20 самых дружелюбных банков в социальных сетях по версии компании EasyFinance

## Пресс-служба способствовала получению банком ряда наград:

**Коммерсантъ®**

- ✓ Пять топ-менеджеров банка вошли в рейтинг Коммерсантъ «ТОП-1000»



- ✓ Дмитрий Руденко, президент - председатель правления «Почта Банка» признан лучшим банковским управляющим по версии журнала The Retail Finance



- ✓ Звание Генерального партнера Всероссийской недели сбережений 2016 и более 400 проведенных мероприятий для повышения финансовой грамотности населения России



- ✓ Пакет онлайн-покупателя» получил диплом финалиста конкурса «Национальная платежная инициатива»



# ЗАБАВНЫЙ, НО МОГУЧИЙ СММ

✓ Все сообщества и аккаунты верифицированы



7945 человек



13370 человек



30327 человек



3766 человек

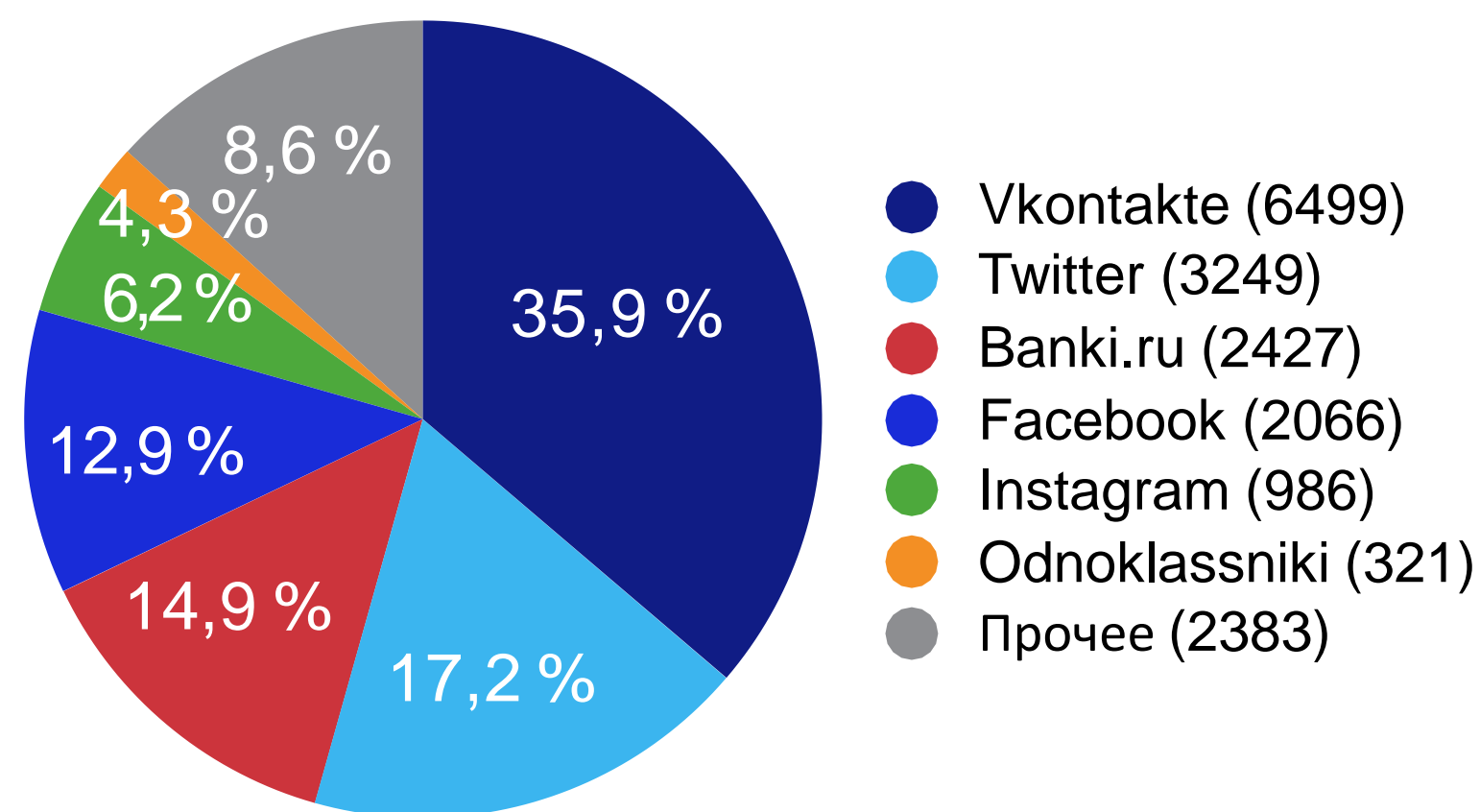


1657 человек

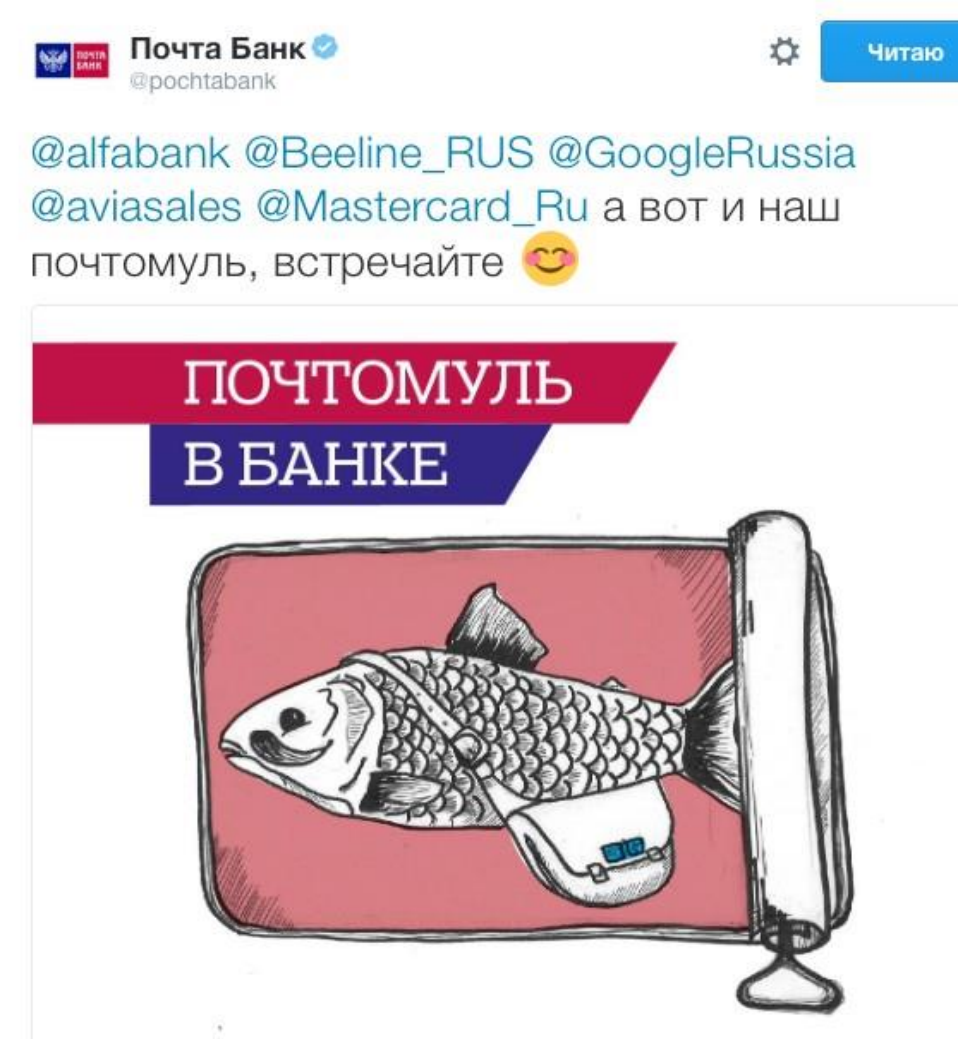
Ежемесячно  
наблюдается  
кратный рост  
сообществ

«Почта Банк» общается с клиентами только от имени официального сообщества

1. Один канал взаимодействия. Клиент не путается в сотрудниках.
2. Безопасность. Риск стать жертвой мошенников ниже.
3. Удобство ведения статистики. Проще рассчитать количество запросов.



Количество упоминаний в разрезе по площадкам в период с 01.06 по 10.12



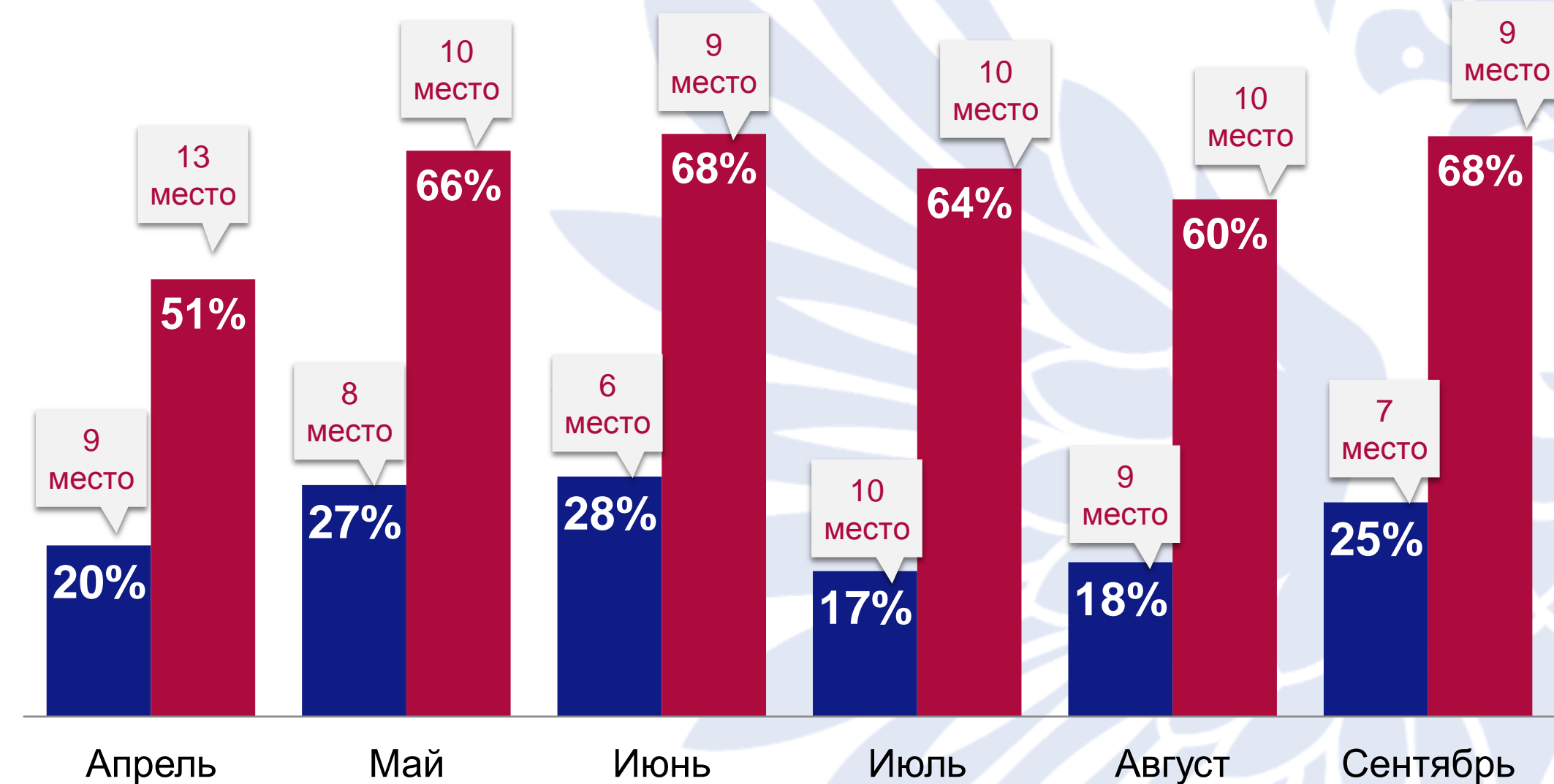
Ситуативный маркетинг: банк поддерживает различные тренды и флешмобы для привлечения аудитории



# ЗНАНИЕ БРЕНДА ДОСТИГЛО 68%

- По итогам 9 месяцев 2016 года спонтанное знание бренда Почта Банка составило **25%**, а знание бренда с подсказкой достигло **68%\***
- По знанию рекламы - **3** место на рынке\*
- Количество запросов в Яндексе по сочетанию "почта банк" в 3 квартале **~100** тысяч в неделю

## Знание бренда Почта Банк на рынке\*



■ Спонтанное знание ■ Знание с подсказкой

\*Бренд-трекинг компании Analytics-Russia (всероссийский телефонный опрос, выборка = 1200 респ. в квартал)

В период рекламной кампании по вкладам посещаемость сайта банка увеличилась на **53%** с 310 до 474 тысяч посещений в неделю. До старта посещаемость сайта была на уровне 200 тысяч.

## Посещаемость главной страницы сайта Почта Банка (тыс.)

