
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Krizová komunikace při krachu Sberbank CZ

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AC&C Public Relations

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Jan Čambora

Firma/organizace: AC&C Public Relations

Stručné shrnutí projektu:

Ruská vojska přepadají 24.2. Ukrajinu. V ten den klienti Sberbank CZ masově vybírají vklady. Do dvou dnů banka krachuje a trhem se šíří panika. Co bude s penězi, které v bance zůstaly? Zkrachují i další banky? Máme si jít vybrat úspory? Úkolem zákonem zřízeného Garančního systému finančního trhu bylo ujistit přes 120 000 klientů Sberbank, že své úspory dostanou zpátky a zároveň spustit pozitivní komunikaci, která ochrání zbytek bankovního trhu před další panikou.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Pád banky je pro lidi stresovou záležitostí. Ztratí přístup k penězům – ať to jsou prostředky na běžný provoz nebo celoživotní úspory. GSFT se stará, aby je lidé získali zpět – jistí vklady do výše 100 000 euro. Takto vklady vyplatil už ve 20 různých případech krachů.

Žádný ale neproběhl tak rychle. Ve čtvrtek se síť plní prohlášeními o výběrech prostředků z banky jako formě protestu proti invazi. V pátek dochází bance hotovost a zavírá pobočky. V pondělí ČNB oznamuje, že banka zkrachovala. Stres exploduje, síť zavalují hoaxy o dění v dalších bankách.

Od té chvíle má GSFT 7 pracovních dní na zahájení výplaty náhrad vkladů a informování klientů banky. Šíří se ale panika – Sberbank byla velkou bankou, spojení s Ruskem mělo vícero zde působících institucí. Padnou i další?

Naším cílem bylo uklidnit a informovat přes 120 tisíc klientů banky a veřejnost, že jsou jejich vklady pojištěné a získají je zpět. Zároveň jsme měli za úkol zamezit runu na další banky, který by paralyzoval život v zemi.

Aktivní komunikace začala 25.2. a probíhá dodnes, s peakem na jaře 2022.

Strategie:

Stěžejní pro úspěch krizové komunikace byly fungující procesy, rychlost a konzistentnost sdělení. Seběmenší chyba mohla uškodit stabilitě bankovního trhu a vést k pádu dalších bank.

Komunikace nesla dvě sdělení – první, že je bankovní sektor v Česku zdravý, a pád Sberbank byl externalitou způsobenou invazí. Druhé, že vklady v bankách jsou pojištěné, což v době krachu věděla polovina populace.

Nástroje a aktivity:

Klíčová pro nás byla media relations. Ta si s klíčovými novináři budujeme od roku 2009, kdy jsme pro GSFT začali pracovat.

Aktivně jsme vydávali tiskové zprávy o výplatě náhrad vkladů, poskytovali citace/odpovědi v rámci press office k uklidnění trhu. Ke komunikaci jsme využívali i FB profil, který slouží mj. jako poradna pro veřejnost.

V rámci udržení a posílení media relations jsme po kom. peaku uspořádali novinářský workshop.

Výsledky:

Sedm dní od krachu se dostavují tisíce lidí pro náhradu vkladů. Vše probíhá bez zádrhelů, lidé vědí, že se na každého dostane. Run na další banky se nekoná, i když k tomu, jak jsme se později dozvěděli, nebylo v prvních dnech daleko. Znalost pojištění vkladů po pádu banky roste – ze zhruba 50 % v běžné populaci na 75 %, jak potvrdil výzkum.