

بانک‌ها و شبکه های اجتماعی

نیلوفر احمدی – معاون دایره تبلیغات اداره روابط عمومی

با گسترش روز افزون فناوری و ورود آن به زندگی روزمره، هر روز شاهد تحولی جدید در عرصه های گوناگون هستیم. امروزه موضوعات مختلف از هنر تا اقتصاد و از سبک زندگی تا سیاست، رنگ فناوری به خود گرفته اند و گویی زندگی بدون فناوری چیزی کم دارد. فناوری های آنلاین در مرحله نخست از راه کامپیوترها و سپس از راه گوشی های تلفن همراه وارد زندگی مردم شده تا آنجا که در حال حاضر اینترنت جزئی جدایی ناپذیر از زندگی افراد شده است. خرید های آنلاین، ثبت نام انواع خدمات از طریق اینترنت، کلاسهای آنلاین، بانکداری الکترونیک و... از مصادیق حضور پررنگ اینترنت در زندگی افراد است. اما این پایان ماجرا نیست. در سال های اخیر شبکه های اجتماعی نقش تعیین کننده ای در استفاده افراد از خدمات و محصولات داشته اند. افراد ساعت های زیادی از روز را صرف حضور در شبکه های اجتماعی می کنند. جاذبه و جلب توجه زیاد، دسترسی جهانی و شبانه روزی و امکان اطلاع رسانی گسترده و سریع به مخاطبین موجب شده است که بازاریابان و تبلیغ کنندگان توجه بسیار ویژه ای به اینترنت و شبکه های اجتماعی داشته باشند.

از همین رو، این روزها بسیاری از برندها در برنامه ها و تصمیم گیری های بلند مدت خود برای تبلیغات و جذب مشتری بیشتر، توجه ویژه ای به شبکه های اجتماعی و برند سازی در این شبکه ها دارند.

بر همین اساس، بانک تجارت به عنوان یکی از برترین و شناخته شده ترین بانک های ایرانی که سابقه ای درخشان در ارائه خدمات بانکی آنلاین به مشتریان دارد، تصمیم گرفت با حضور در شبکه های اجتماعی راهی جدید برای تعامل با مشتریان خود بگشاید.

شبکه اینستاگرام

با توجه به گستردگی استفاده مردم از اپلیکیشن های موبایلی، این شبکه تبدیل به یکی از محبوب ترین شبکه های اجتماعی در ایران شده است. در راستای ارتقای برند بانک، معرفی خدمات و اطلاع رسانی به مشتریان، بانک تجارت صفحه رسمی اینستاگرام خود را ایجاد و در سوم خرداد ماه ۹۴ اولین پست خود را منتشر کرد. اکنون بعد از گذشت هشت ماه تعداد فالوورهای بانک به بیش از ۲۶۰۰ نفر رسیده و تعداد ۱۳۸ پست در این شبکه منتشر شده است. مطالب منتشر شده شامل موارد ذیل بوده است:

اخبار بانک نظیر امضای تفاهم نامه ها، برگزاری مجمع سالانه بانک و...

تبلیغات خدمات بانک شامل تجارت کارت، اینترنت بانک، موبایل بانک، قرض الحسنه و...

آموزش خدمات بانک و موارد آموزشی نظیر نکات امنیتی، خدمات موبایل بانک و...

معرفی خدمات جدید نظیر کیف پول تجارت

انتشار طرح به مناسبت های ملی- مذهبی همچون: هفته پژوهش، سالگرد تأسیس بانک، شب یلدا، آغاز سال نو میلادی و...

بر اساس این آمار تعداد دنبال کنندگان اکانت بانک تجارت در این مدت در هر روز حدود ۶۰ نفر رشد داشته و در مجموع تصاویر، بالای ۷۰۰۰ بار لایک (پسندیده) شدند.

کمپین «متفاوت باش» با هشتگ اختصاصی

در این مدت و با هدف ترویج بانکداری الکترونیکی، خدمات نوین بانک تجارت و افزایش دامنه دیده شدن صفحه بانک تجارت در اینستاگرام، مسابقه عکاسی با عنوان «متفاوت باش» در اکانت رسمی بانک در اینستاگرام برگزار شد. اگرچه این اولین مسابقه رسمی اکانت اینستاگرام بود، اما از سوی مخاطبان و دنبال کنندگان اکانت بانک تجارت با استقبال بسیار خوبی مواجه شد. عکس های مربوط به این مسابقه و هشتگ های اختصاصی «متفاوت باش» و «بانک تجارت» در طول برگزاری این مسابقه در بیش از ۵۰ صفحه پربازدید اینستاگرامی قرار گرفت و بالای ۲۰۰۰۰۰۰ نفر این مسابقه را دیدند و حدود ۳۵۰۰۰ نفر با آن درگیر (Engage) شدند.

شبکه آپارات

کانال بانک تجارت در شبکه آپارات با نام کاربری bank Tejarat تأسیس و رسمی شد. ویدئوهای منتشر شده شامل ۲۹ ویدیو بوده که در خصوص موضوعات ذیل است:

ویدئوهای مسئولیت اجتماعی با موضوع مضرات ربا در جامعه، احترام به والدین، عمل به گفته خویش و...

تیزرهای مناسبتی شامل تسلیت عاشورا، تبریک سالگرد تأسیس بانک، تبریک روز پدر، بزرگداشت روز مادر و...

تیزرهای پرستیژی شامل تیزرهای حمایت از هنرمندان، سهامدار موفقیت های فردا باشید، بانک تجارت، بانک فردا، حس خوب فردا و...

تیزرهای تبلیغی خدمات بانک نظیر کیف پول الکترونیک، موبایل بانک، کارت به کارت، اینترنت بانک، تکانک، قرض الحسنه و...

در آینده تیزرهای آموزشی نظیر چگونگی استفاده از موبایل، اینترنت بانک و هشدارهای امنیتی در شبکه مذکور قرار خواهد گرفت.

وبلاگ رسمی بانک

از ابتدای نیمه دوم سال جاری و با هدف فراهم آوردن نظرگاهی برای کارشناسان و ایده پردازان حوزه اقتصادی و بانکی کشور، وبلاگ بانک تجارت به آدرس ir.tejaratbank.blog راه اندازی شده است. این وبلاگ در فعالیت پنج ماهه خود تلاش دارد با انتشار مقاله و مطالبی در حوزه های مختلف در زمینه آشنایی با بانکداری اسلامی، شناسایی نیازهای مشتریان، معرفی فضاهای کسب و کار، ایجاد فضایی برای تصمیم سازان بانک ها و استفاده از نظرات دانش پژوهان عرصه مسئولیت های اجتماعی ارائه محتوا و اطلاعات کند.

هرچند زمان زیادی از آغاز به کار وبلاگ بانک تجارت نمی‌گذرد، اما طی همین چند ماه بیش از ۱۷ هزار بار مورد بازدید قرار گرفته است. بر اساس اظهار نظرهایی که ذیل مقاله ها و مطالب وبلاگ گذاشته می‌شود، طیف مخاطبان و بازدیدکنندگان وبلاگ را همکاران، مشتریان و عامه مردم تشکیل می‌دهند. دو مقاله "تلرینگ، نقطه فرصت بانکها" و "آینده شعب بانک‌ها در عصر دیجیتال" با میانگین حدود ۵۰۰ بازدید از جمله محبوب ترین پست های وبلاگ بانک تجارت هستند و این نشان از توجه ویژه مخاطبان به خدمات بانکی و روش‌های ارائه آن در شعب دارد.

از همکاران محترم دعوت می‌شود ضمن بازدید از صفحه رسمی بانک تجارت در اینستاگرام به نشانی:

<https://www.instagram.com/tejaratbank/>

کانال رسمی بانک تجارت در سایت آپارات به نشانی:

<http://www.aparat.com/tejaratbank>

و وبلاگ بانک تجارت به نشانی :

<http://blog.tejaratbank.ir>

اداره روابط عمومی را از نظرات خود بهره مند نمایند. □