

POLITIKA UPORABE SOCIALNIH OMREŽIJ

1. Namen in področje uporabe

(1) Skupina SKB (SKB Banka d.d. Ljubljana, SKB Leasing d.o.o. in SKB Leasing Select d.o.o.) spodbuja organizacijske enote, vodstvene delavce in zaposlene v Skupini SKB k aktivni uporabi socialnih omrežij za promocijo lokalnega, nacionalnega in mednarodnega ugleda Skupine ter za komunikacijo z obstoječimi in bodočimi strankami, zaposlenimi in drugimi ključni akterji. Socialna omrežja je izraz za vsa spletna mesta, domače strani in aplikacije, ki so namenjene komunikaciji, interakciji skupnosti, deljenju vsebin in sodelovanju.

(2) Ob odgovorni uporabi, so socialna omrežja učinkovito orodje za promocijo Skupine SKB ter za izmenjavo novic in informacij o Skupini SKB in njenih storitvah.

(3) Namen Politike je opredeliti pravila za uporabo platform socialnih omrežij ki jih uporablja Skupine SKB ter omogočiti pregledno, enotno in z blagovno znamko usklajeno komunikacijo Skupine SKB. Politika velja za vodstvene delavce in zaposlene v Skupini, ki so zadolženi za upravljanje uradnih platform socialnih omrežij Skupine SKB ali uradno zastopajo Skupino SKB na socialnih omrežjih.

(4) Poleg tega Politika podaja smernice zaposlenim za uporabo socialnih omrežij za poklicne ali zasebne namene, s čimer varuje ugled tako zaposlenega kot Skupine SKB ter blagovne znamke Skupine SKB.

(5) Politika podaja smernice za vse zaposlene v Skupini SKB za etično uporabo socialnih omrežij z namenom varovanja ugleda zaposlenega in Skupine SKB ter same blagovne znamke Skupine SKB. Pravila, ki se nanašajo na obnašanje na socialnih omrežjih, zajemajo tako osebno kot poklicno komunikacijo. Ta Politika podaja smernice za razlago in praktično uporabo načel, določenih v Etičnem kodeksu SKB.

2. Komunikacijska načela Skupine SKB na socialnih omrežjih

2.1 Enotna obravnava platform socialnih omrežij, ki jih uporablja Skupina SKB

(6) Skupina SKB si prizadeva vzpostaviti enotno komunikacijo na socialnih omrežjih Skupine (Facebook, LinkedIn, Youtube). Direktorat za marketing - oddelek za marketing - komuniciranje, ustvarja ali odobrava uradne račune na socialnih omrežjih Skupine SKB ter določa smernice za vzdrževanje in urejanje vsebine teh računov. Ustvarjanje kakršnih koli novih, posameznih profilov na socialnih omrežjih v imenu Skupine SKB (npr. nov Facebook profil, Youtube kanal) je predmet predhodne odobritve. Brez soglasja se zaposleni ne smejo registrirati v imenu Skupine SKB in ne smejo ustvarjati profilov v imenu Skupine SKB ali njenih internih organizacijskih enot na katerem koli socialnem omrežju.

(7) Platforme socialnih omrežij, odobrene za uradno komunikacijo skupine so Facebook, Youtube in LinkedIn. Poleg tega, Skupina SKB vzdržuje Facebook in Instagram profil #vztrajam, ki sta del projekta družbene odgovornosti in krepitev prepoznavnosti blagovne znamke. Sektor Komunikacije vodi register vseh aktivnih platform socialnih omrežij in vsak kvartal pregleda avtorizacije vezane na te platforme.

(8) Da bi omogočili neprekinjeno delovanje lastnih platform socialnih omrežij Skupine SKB, imata vsaj dva zaposlena administratorski dostop do vsake platforme socialnih omrežij.

(9) Skupina SKB skrbi za stalno posodabljanje lastnih socialnih omrežij z rednim posodabljanjem vsebin (vsaj enkrat tedensko), stalnim moderiranjem komentarjev in pravočasnim zagotavljanjem odgovorov na vprašanja.

(10) Vse vsebine, objavljene na kateri koli platformi socialnih omrežij Skupine SKB, se štejejo za intelektualno lastnino Skupine SKB.

2.2 Temeljne zahteve lastnih vsebin Skupine SKB

(11) Skupina SKB pri objavljanju katere koli vsebine na svojih socialnih omrežjih vedno upošteva javno naravo komentarjev in dolgoročnost njihovega obstoja.

(12) Skupina SKB si prizadeva za pošteno, iskreno in transparentno komunikacijo; vsebine so vedno skladne z etičnim kodeksom, ne kršijo osebnostnih pravic ali poslovnih in bančnih skrivnosti ter ne podajajo političnih izjav.

(13) V skladu z ustreznimi postopki, Sektor Komunikacije objavlja komercialne vsebine, ki so skladne z zakonskimi postopki.

(14) Vsebina objav je vedno v skladu z blagovno znamko SKB Skupine in smernicami blagovne znamke Skupine SKB, in je pripravljena za namen delovanja na socialnih omrežjih.

(15) Logo in elementi blagovne znamke, prikazani na platformah socialnih omrežij, so v skladu s Priročnikom o korporativni identiteti Skupine, vsa vsebina pa je zakonita ali prosto uporabna.

2.3 Podajanje izjav

(16) Izjave v imenu Skupine SKB lahko dajo samo pooblaščeni zaposleni.

(17) Novice Skupine SKB lahko delijo tudi zaposleni, vendar le po objavi na uradni platformi socialnih omrežij ali objavi kakršne koli Vodstvene komunikacije. Ob delitvi uradnega sporočila Skupine SKB ali katere koli druge Vodstvene komunikacije je priporočljiva uporaba ključnika #skbgroup.

(18) V kriznih situacijah ali v primeru systemske težave v delovanju Skupine SKB, je vsem zaposlenim v Skupini SKB prepovedano dajati kakršne koli izjave, vključno z odgovarjanjem na vprašanja, prejeta na socialnih omrežjih.

2.4 Upravljanje in moderiranje platform socialnih omrežij Skupine SKB

(19) Urednik socialnih omrežij iz Sektorja Komunikacije nenehno spremlja komentarje, objavljene na spletnih mestih socialnih omrežij, da se zagotovi, da morebitne težave ne ostanejo nerešene. Ko se na socialnih omrežjih Skupine SKB objavijo konkretne pritožbe ali negativni komentarji, urednik socialnih omrežij iz Sektorja Komunikacije poskuša zadevo posredovati pristojnemu strokovnjaku in odgovoriti v razumnem časovnem okvirju.

(20) Vsebina neposrednih sporočil, poslanih preko socialnih omrežij Skupine SKB, se šteje za informacije, razkrite v imenu Skupine SKB in morajo izpolnjevati zahteve Etičnega kodeksa.

2.5 Tržno komuniciranje poslovnih partnerjev

(21) Skupina SKB posebno pozornost namenja zagotavljanju, da poslovni partnerji, ki posredujejo njene storitve, v celoti upoštevajo pravila varstva potrošnikov in določila Etičnega kodeksa SKB v primeru vseh marketinških materialov, povezanih s produkti in storitvami Skupine SKB, vključno z vsebinami na socialnih omrežjih.

(22) Poslovni partnerji Skupine SKB so dolžni zagotoviti skladnost z varstvom potrošnikov vseh marketinških materialov, ki se nanašajo na produkte / storitve Skupine SKB, vključno z vsebinami na socialnih omrežjih. Pred objavo je poslovni partner dolžan poslati vse oglase in morebitne druge medijske objave, kjer je navzoče ime ali logo SKB.

2.6 Partnerstva

(23) Skupina SKB prav tako v primeru partnerstev, oblikovanih za komercialne namene, posebno pozornost namenja uveljavljanju pravil o varstvu potrošnikov in določil Etičnega kodeksa SKB.

(24) Skupina SKB nenehno spremlja medijske objave svojih poslovnih partnerjev na socialnih omrežjih, da se prepriča, ali so v skladu z načeli poštenega komercialnega komuniciranja in določili Etičnega kodeksa SKB.

3. Smernice za uporabo socialnih omrežij s strani zaposlenih

3.1 Ločitev osebnih in strokovnih mnenj

(25) Zaposleni lahko, po lastni presoji, navedejo svojo zaposlitev in delovno mesto v svojih profilih na socialnih omrežjih. Če se za to odločijo, pa Skupina SKB od njih pričakuje, da bodo informacije vedno točne in ažurne. V tem primeru je zaposleni Skupine SKB dolžan biti glede vsebine posebej previden: tudi osebno mnenje, objava ali komentar zaposlenega lahko vpliva na ugled Skupine SKB.

(26) Skupina SKB svojim zaposlenim priporoča, da ločijo poklicne in osebne profile na socialnih omrežjih, še posebej v primeru zaposlenih v komercialni ali finančni posredniški partnerjev. Po mnenju Skupine SKB je dobra praksa, da zaposleni v SKB Skupini, kjer je le mogoče, svoja strokovna mnenja izražajo na socialnih omrežjih le pod svojimi profesionalnimi (LinkedIn) profili in ne pod zasebnimi profili.

(27) Skupina SKB pričakuje, da bodo zaposleni v komentarjih na socialnih omrežjih uporabljali prvo osebo ednine in s tem nakazovali, da izražajo svoje osebno mnenje. V zvezi s komentarji v zvezi s Skupino SKB priporočamo, da v svoj osebni profil jasno vnesejo izjavo, da 'Vsako besedilo, objavljeno prek [xy bloga / kanala], predstavlja moje osebno mnenje in ne odraža uradnega stališča Skupine OTP / SKB Banke / SKB Leasinga / SKB Leasing Selecta'.

(28) Kadar koli zaposleni v SKB Skupini na spletu sodeluje v strokovni razpravi, ki zadeva Skupino SKB ali bančni sektor priporočamo, da navede, da je v banki zaposlen, ne da bi navedel ostale osebne podatke.

(29) Če zaposleni v SKB Skupini na socialnih omrežjih naleti na zlonamerne, netočne ali zavajajoče komentarje ali debate v zvezi s Skupino SKB, priporočamo, da se nanjo ne odzovejo, temveč da na COM.narocila@skb.si posredujejo zadevno vsebino.

3.2 Bodite pošteni in vljudni, gradite trdne profesionalne odnose

(30) V zvezi z objavami na socialnih omrežjih, vsebinami in mnenji strokovne narave, Skupina SKB priporoča, da vsi zaposleni upoštevajo sledeče vidike:

- a/ Držite se svojega strokovnega področja in pišite samo o temah, ki jih dobro poznate.
- b/ Navedite svoje vire in še enkrat preverite vse informacije, preden jih objavite.
- c/ Bodite pošteni; nikoli ne dajajte zavajajočih ali neresničnih izjav o svojih aktivnostih ali dosežkih v Skupini SKB.
- d/ Če ste se zmotili, takoj popravite napako in jasno označite popravek.
- e/ Bodite prijazni; spoštujte svoje nekdanje in sedanje sodelavce, svojega delodajalca ter partnerje in konkurente Skupine SKB.

(31) V zvezi z novicami ali vsebinami, ki se nanašajo na Skupino SKB, Skupina SKB od svojih zaposlenih zahteva, da se vzdržijo objavljanja zaupnih poslovnih informacij pred uradno ali Vodstveno objavo SKB Skupine. Pri delitvi uradnih sporočil SKB Skupine priporočamo uporabo hashtaga #skb.

(32) Ko delite objavo druge osebe zaposlene v SKB Skupini, bodite še posebej pozorni na spoštovanje intelektualne lastnine in natančno navedbo vira.

(33) Podobno pri izmenjavi komercialnih sporočil, ki jih je objavila Skupina SKB, Skupina SKB svojim zaposlenim priporoča uporabo hashtaga #skb.

3.3 Bodite odgovorni – ravnajte v skladu z Etičnim kodeksom

(34) Naši zaposleni naj se pri svojih objavah na socialnih omrežjih vzdržijo vsakršne komunikacije, ki bi lahko škodila ugledu Skupine. Tudi pri komuniciranju na socialnih omrežjih kot fizična oseba, Skupina pričakuje, da se bodo zaposleni obnašali na način, ki se spodobi in je v skladu z etičnimi standardi Skupine, še posebej, če bi se lahko predvidevalo, da delujejo ali izražajo mnenje v imenu Skupine.

(35) V skladu s tem želi Skupina SKB, v zvezi s kakršno koli aktivnostjo na socialnih omrežjih, svoje zaposlene opozoriti na naslednje zahteve, ki jih določa Etični kodeks:

- a/ Spoštovanje verskega prepričanja, nacionalnega in etničnega porekla, spolne usmerjenosti, političnega in filozofskega stališča drugih.
- b/ Vzdržite se rasističnega ali sovražnega govora ali deljenja vsebin, ki spodbujajo razizem ali sovražstvo, ter objavljanja nezakonitih materialov ali gradiv, ki spodbujajo druge k nezakonitim aktivnostim. Zlasti se vzdržite aktivnosti, ki so zakonsko kaznive.
- c/ V socialnih omrežjih se vzdržite vulgarnih, ponižujočih, obrekljivih, žaljivih ali poniževalnih izrazov in ne objavljajte lažnih zvočnih ali video posnetkov, ki bi lahko škodovali ugledu drugih. Poleg tega se izogibajte vsem žaljivim ali preveč osebnim komentarjem. Zavedajte se, da se lahko nekaterim zdi komentar sprejemljiv ali celo smešen, drugim pa žaljiv.
- d/ Poleg tega se vzdržite uporabe imena SKB za promocijo ali zagovarjanje katerega koli produkta, težave, verskega prepričanja, politične stranke, kandidata, itd.

3.4 Zaščitite zaupne podatke in dober ugled Skupine

(36) Ključna naloga zaposlenih v Skupini SKB je, da nenehno upoštevajo poslovne interese in ugled Skupine SKB. V skladu s tem zaposleni ne smejo objavljati spodaj navedenih vsebin, tako med poklicnim, kot tudi zasebnim komuniciranjem:

- a/ bančne skrivnosti (vsaka dejstva, informacije, rešitve ali podatke o strankah, ki jih ima finančna institucija v zvezi z identiteto stranke, finančnim stanjem, stanjem in prometom na njenem računu pri finančni instituciji ter njenimi pogodbami, sklenjenimi s finančno institucijo);
- b/ poslovne skrivnosti, znanje in izkušnje (vsako dejstvo, informacije ali drugi podatki, povezani z gospodarsko aktivnostjo ali njenim izvajanjem, ki so zaupni - v smislu, da niso kot celota ali kot sklop njenih sestavnih delov splošno znani oz. zlahka dostopni - [in imajo kot taki denarno vrednost], katerega nerazkritje je temeljni interes Skupine); torej zlasti:
 - zaupne finančne ali operativne informacije, informacije o finančni uspešnosti Skupine, prihodkih ali cenah delnic ter vse druge informacije, ki lahko vplivajo na ceno delnice družbe na borzi;
 - informacije o pogodbenih partnerjih in dobaviteljih;
 - strateški načrti, prevzemi, produkti in storitve, ki se jih bo uvedlo v prihodnosti;
 - pravne zadeve, sodni spori ali komentarji na temo, povezano s stranko, proti kateri je morda v teku tožba, ki vključuje družbo;
 - informacije o kriznih razmerah;
- c/ Nelicencirane vsebine, ki kršijo avtorske pravice ali intelektualno lastnino;
- d/ Osebne podatke ali s tem povezane vsebine (zaupne, zaščitene ali nasprotujoče si informacije o Skupini SKB, podatki o strankah Skupine SKB zasebne narave ali podatki o sedanjih ali nekdanjih zaposlenih in vodstvenih delavcih).

3.5 Ko ste v dvomih, vprašajte!

(37) Vse vsebine in objave na socialnih omrežjih, je mogoče pridobiti, razširiti ali ohraniti bodisi kot posnetek zaslona ali v kateri koli drugi obliki, ne glede na nastavitve varstva podatkov, ki jih uporablja lastnik profila.

(38) Skupina SKB svojim zaposlenim priporoča, da na socialnih omrežjih ne objavljajo kakršnih koli vsebin ali mnenj glede SKB Skupine, razen če se pred objavo v celoti prepričajo, da je vsebina ali mnenje v skladu z določili te Politike in Etičnega kodeksa.

(39) Skupina SKB zagotavlja stalno pomoč in podporo svojim zaposlenim pri svetovanju v zvezi z vsebinami socialnih omrežij ter obravnavo občutljivih vprašanj ali negativnih komentarjev med uporabo socialnih omrežij; v zvezi s tem so vam za posvet na voljo strokovnjaki Službe za marketing in komuniciranje na COM.narocila@skb.si.

(40) Sektor Skladnost poslovanja banke SKB je za prejemanje obvestil zaposlenih, če na socialnih omrežjih zaznajo kakršno koli vedenje ali vsebine, ki kršijo določila te Politike ali Etičnega kodeksa, na voljo na opozorilo@skb.si. Banka SKB preiskuje vsa obvestila in informacije v zvezi z vsebinami na socialnih omrežjih.

(41) Kršitev Etičnega kodeksa med uporabo socialnih omrežij lahko povzroči posledice na podlagi delovnega ali kazenskega prava. Vsaka vsebina med uporabo socialnih omrežij, ki ogroža ugled Skupine SKB, varnost njenega poslovanja, krši etična načela in/ali je nezakonita, krši predpise ali politike banke, lahko povzroči disciplinski ukrep, vključno z odpovedjo delovnega razmerja.

4. Usmeritve za zaposlene – 5 ključnih točk

- 1) Ločite poklicne in osebne vsebine na socialnih omrežjih.
- 2) Bodite pošteni in vljudni, gradite trdne profesionalne odnose.
- 3) Bodite odgovorni – upoštevajte Etični kodeks.
- 4) Varujte zaupne podatke in dober ugled Skupine SKB.
- 5) Če ste v dvomih, vprašajte.