

ПОЛІТИКА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1. Мета та сфера дії політики

АТ «ОТП БАНК» (надалі Банк) заохочує компанії, керівників та працівників ОТП Групи активно використовувати соціальні мережі для просування місцевої, національної та міжнародної репутації Банку та спілкування з наявними та майбутніми клієнтами, працівниками та інші ключовими особами. Соціальні медіа – це збірний термін для веб-сайтів, домашніх сторінок і програм, які зосереджені на спілкуванні, взаємодії на основі спільноти, обміну вмістом та співпраці.

При відповідальному використанні сайти соціальних мереж є ефективним інструментом для просування іміджу Банку та поширення новин та інформації про Банк та його послуги.

Метою Політики є визначення правил використання власних платформ соціальних мереж ОТП Банку та сприяння прозорій, уніфікованій комунікації відповідно до бренду. Політика поширюється на керівників та працівників Банку, які відповідають за управління офіційними платформами соціальних мереж Банку або офіційно представляють Банк у соціальних мережах.

Крім того, Політика покликана дати працівникам рекомендації щодо використання сайтів соціальних мереж у професійних чи приватних цілях, завдяки чому Політика захищає репутацію як працівника, так і Банку, а також бренду ОТП.

Політика містить рекомендації для всіх працівників банківської Групи ОТП щодо етичного використання соціальних мереж з метою захисту репутації працівника та Банку та самого бренду ОТП. Правила поведінки в соціальних мережах охоплюють як особисте, так і професійне спілкування. Ця Політика містить вказівки щодо тлумачення та практичного використання принципів, викладених у Кодексі етики АТ «ОТП БАНК».

2. Принципи комунікації Банку в соціальних мережах

2.1. Єдине ставлення до соціальних мереж, якими користується Банк

Банк прагне налагодити єдину комунікацію в соціальних мережах Банку. Без дозволу працівники не можуть реєструватися від імені Банку і створювати профіль від імені Банку або будь-якої з його Дочірніх компаній або внутрішніх організаційних підрозділів на будь-якій платформі соціальних мереж.

Банк забезпечує постійне оновлення своїх власних облікових записів у соціальних мережах, регулярно оновлюючи вміст (принаймні раз на тиждень), постійно модеруючи коментарі та надаючи своєчасні відповіді на запитання.

Увесь вміст, опублікований на будь-якій платформі соціальних мереж Банку, вважається інтелектуальною власністю Банку.

2.2. Основні вимоги до власного контенту Банку

Публікуючи будь-який контент у своїх облікових записах у соціальних мережах, Банк завжди враховує публічний характер і довгостроковий життєвий цикл коментарів.

Банк прагне до справедливого, чесного та прозорого спілкування; Зміст повинен завжди відповідати Кодексу Етики, не порушувати права особистості чи комерційну таємницю та банківську таємницю, а також не може мати політичного відтінку.

Відповідно до наявних процедур Відділ комплаєнсу Банку перевіряє відповідність будь-якого контенту щодо дотримання норм захисту прав споживачів, який є комерційним повідомленням.

Логотипи та елементи бренду, що відображаються на платформі у соціальних мережах, відповідають Посібнику з корпоративного стилю Банку, а весь вміст є законним або вільним для використання.

2.3. Порядок опублікування заяв

Заяви від імені Банку можуть надавати лише уповноважені працівники.

Новини Банку також можуть поширюватися працівниками (виключно шляхом перепосту), але лише після опублікування на офіційній платформі соціальних мереж або публікації будь-якого повідомлення керівників Банку.

У кризових ситуаціях або в разі системної проблеми, пов'язаної з діяльністю ОТП Групи, всім працівникам ОТП Групи заборонено робити будь-які заяви, в тому числі відповідати на запити, отримані в соціальних мережах..

2.4. Управління та модерування соціальних мереж ОТП БАНКУ

Політика, розміщена в профілі Банку у Facebook, поширюється на всіх відвідувачів соціальних мереж Банку і є обов'язковою для виконання всіма користувачами.

Працівники Відділу Маркетингу постійно стежать за коментарями, розміщеними у соціальних мережах, щоб переконатися, що жодна з потенційно виникаючих проблем не залишається невирішеною. В разі опублікування у соціальних мережах ОТП Банку конкретних скарг чи негативних коментарів, працівники Відділу Маркетингу намагаються передати питання компетентному експерту та надати відповідь у розумні терміни.

Вміст повідомлень, що публікуються у соціальних мережах Банку, вважається інформацією, опублікованою від імені Банку та відповідає вимогам, викладеним у Кодексі Етики, як за формою, так і за змістом.

2.5. Комерційні комунікації посередників

Банк приділяє особливу увагу тому, щоб партнери-посередники його послуг повністю дотримувалися правил захисту прав споживачів та положень Кодексу Етики щодо всіх маркетингових матеріалів, пов'язаних з продуктами та послугами ОТП Групи, включаючи контент у соціальних мережах.

2.6. Партнерство

І у випадку партнерства, створеного з комерційною метою, Банк приділяє особливу увагу дотриманню правил захисту прав споживачів та положень Кодексу Етики. Відповідно до чинного законодавства, Банк вимагає від своїх партнерів щоб публікація контенту була погоджена Банком, і представляла точне, справедливе та достовірне уявлення про продукти та послуги Банку..

Банк постійно відстежує контент своїх партнерів у соціальних мережах, щоб перевірити, чи відповідають вони принципам чесного комерційного спілкування та положенням Кодексу Етики АТ «ОТП БАНК».

3. Рекомендації щодо використання соціальних мереж працівниками

3.1. Розмежування особистих і професійних думок

Працівники можуть на свій розсуд вказувати своє робоче місце та посаду у своїх профілях у соціальних мережах. Однак, якщо вони це зробили, Банк очікує від своїх працівників, щоб інформація завжди була точною та актуальною. Якщо в особистому профілі працівника вказано ОТП Банк або будь-який інший учасник ОТП Групи, працівник повинен бути особливо обережними щодо вмісту: навіть приватна думка працівника, публікація чи коментар можуть вплинути на репутацію Банку.

Банк очікує від своїх працівників, що вони використовують першу особу однини в будь-яких коментарях у соціальних мережах, вказуючи тим самим, що вони висловлюють свою особисту думку. Що стосується коментарів щодо Банку, ми рекомендуємо їм додати до свого особистого профілю заяву про те, що «будь-який текст, опублікований через [ху блог/канал], представляє мою особисту думку і не відображає офіційну точку зору Банку».

3.2. Будьте відкритими та ввічливими, будуйте міцні професійні стосунки

Щодо публікацій у соціальних мережах, змісту та думок професійного характеру, Банк рекомендує всім працівникам враховувати наступні аспекти:

- Дотримуйтесь своєї професійної сфери та пишіть лише про теми, які ви добре знаєте.
- Вкажіть свої джерела та двічі перевірте будь-яку інформацію, перш ніж публікувати її.
- Будьте чесними; ніколи не робіть оманливих або неправдивих заяв про вашу діяльність або досягнення в Банку.
- Якщо ви помилилися, негайно виправте помилку і чітко вкажіть виправлення.
- Будьте ввічливими; поважайте своїх колишніх і нинішніх працівників, свого роботодавця, а також партнерів і конкурентів Банку.

Стосовно новин або вмісту, що стосуються Банку або будь-якого іншого члена ОТП Групи, Банк вимагає від своїх працівників утримуватися від розміщення конфіденційної ділової інформації до того, як буде оприлюднено офіційне або службове повідомлення Банку.

Поширюючи пост іншого працівника Банку, особливо уважно ставтеся до інтелектуальної власності та точно вказуйте джерело.

3.3. Будьте відповідальними – дотримуйтесь Кодексу Етики

Під час діяльності у соціальних мережах наші працівники повинні утримуватися від будь-якого спілкування, яке може зашкодити репутації Банку. Навіть спілкуючись у соціальних мережах як приватна особа, Банк очікує, що його працівники поводитимуться належним чином та відповідно до етичних стандартів Банку, особливо якщо їхня особа чи їхня діяльність можуть бути пов'язані з Банком будь-яким чином або може це виглядати так, ніби вони діють або висловлюють думку від імені Банку.

Відповідно, стосовно будь-якої діяльності в соціальних мережах, Банк хоче звернути увагу своїх працівників на наступні вимоги, викладені в Кодексі Етики:

- Поважайте релігійні переконання, національне та етнічне походження, сексуальну орієнтацію, політичні та філософські погляди інших.
- Утримуйтесь від расистських чи ворожих висловлювань або розповсюдження вмісту, що може розпалювати расизму чи ненависть, а також від публікації незаконних матеріалів або матеріалів, які заохочують інших до незаконної діяльності. Утримуйтесь, зокрема, від дій, що підпадають під дію Кримінального кодексу: підбурювання проти громади, відкрите заперечення нацистських і комуністичних злочинів, наруга над національними символами, використання символів тоталітаризму, підбурювання до повалення влади, нагнітання страху, погрози суспільна загроза.
- У соціальних мережах утримуйтесь від вульгарних, принижуючих, наклепницьких, неправдивих або оскверницьких висловлювань, а також не публікувати неправдиві звукові чи відеозаписи, які можуть зашкодити репутації

інших. Крім того, уникайте всіх образливих або надмірно особистих коментарів. Майте на увазі, що деякі коментарі можуть сприйматися як прийнятні або навіть смішні, а інші – як образливі.

- Крім того, утримайтеся від використання назви ОТП БАНК з метою просування або пропаганди будь-якого продукту, питання, релігійних переконань, політичних партій, кандидатів тощо.

3.4. Захист конфіденційної інформації та належної репутації Банку

Ключове завдання працівників Банку - постійно пам'ятати про ділові інтереси та репутацію Банку. Відповідно, не можна публікувати, як під час професійного, так і особистого спілкування, вміст, перерахований нижче:

- Банківська таємниця (відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність»);
- Ділова таємниця, ноу-хау (будь-який факт, інформація або інші дані, пов'язані з економічною діяльністю або її сукупність, які є секретними – у тому сенсі, що вони, як ціле або як сукупність його компонентів, не є загальновідомими або легкодоступними – [і, як такі, мають грошову вартість], і нерозголошення яких є основним інтересом Банку); таким чином, зокрема:
 - конфіденційна фінансова або операційна інформація, інформацію, що стосується фінансових результатів Банку, доходів або цін на акції, а також будь-яка інша інформація, яка може вплинути на ціну акцій Компанії на фондовій біржі;
 - інформація про контрагентів і постачальників;
 - стратегічні плани, придбання, продукти та послуги, які будуть представлені в майбутньому;
 - юридичні справи, судові спори або коментарі на тему, пов'язану із стороною, проти якої може розглядатися позов за участю Компанії;
 - інформація про кризову ситуацію;
- Неліцензійний вміст, що порушує авторські права або інтелектуальну власність;
- Персональні дані, вміст, що порушує права особистості (конфіденційна, захищена або суперечлива інформація про Банк, інформація приватного характеру про клієнтів Банку, поточних або колишніх працівників і керівників).

3.5. Коли є сумнів - спитай!

Усі публікації та контент, опубліковані в соціальних мережах, можна отримати, поширити або зберегти як скріншот, так і в будь-якому іншому форматі, незалежно від налаштувань захисту даних, які використовує власник профілю.

Для захисту своєї репутації та ділових інтересів Банк може відстежувати будь-який контент та інформацію в соціальних мережах, розміщену працівниками Банку.

Тому Банк рекомендує своїм працівникам утримуватися від публікації будь-якого вмісту або думок у соціальних мережах, що стосуються Банку, якщо вони повністю не переконані перед публікацією, що вміст або думка відповідають положенням цієї Політики та Кодексу Етики.

Банк надає постійну допомогу та підтримку своїм працівникам у вигляді консультацій щодо вмісту контенту у соціальних мережах та вирішення чутливих питань або негативних коментарів під час використання соціальних мереж.

Відділ комплаєнсу Банку доступний за електронною адресою compliance@otpbank.com.ua для отримання інформації від працівників, якщо вони виявлять будь-яку поведінку або контент у соціальних мережах, що порушують положення цієї Політики або Кодексу Етики. Банк перевіряє всі повідомлення та занепокоєння, які надходять щодо вмісту у соціальних мережах.

Порушення Кодексу етики під час використання соціальних мереж може призвести до наслідків, передбачених чинним законодавством. Будь-який контент під час використання соціальних медіа, який ставить під загрозу репутацію Банку або безпеку його ділових операцій, або порушує етичні принципи та/або є незаконним або порушує правила чи політику Банку, може призвести до дисциплінарних стягнень, у тому числі звільнення.