
NOWOCZESNA KONCEPCJA MARKETINGU DLA BANKU SPÓŁDZIELCZEGO



Servus Comp Sp. z o.o. Sp. K.
ul. Mazowiecka 25/502
30-019 Kraków
biuro@servus-comp.pl

AUDYTY
WDROŻENIA
CYBERBEZPIECZENSTWO
SZKOLENIA

ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO
ZESPÓŁ SPECJALISTÓW
PREMIUM BANK
FIRMA PREMIUM

NIP: PL6772394344 KRS:0000582481 REGON:362815411 Kapitał zakładowy: 30.000 PLN



ETAP I	<ul style="list-style-type: none"> • budowa nowoczesnej strony internetowej Banku • przygotowanie narzędzi i założeń do prowadzenia kampanii reklamowych Google Ads • przygotowanie narzędzi i założeń do prowadzenia kampanii reklamowych fb Ads • założenie i prowadzenie fanpage fb • wskazówki dla lepszego zarządzania budżetem reklamowych
ETAP II	<ul style="list-style-type: none"> • jakie nowoczesne narzędzia warto wprowadzić w Banku, aby efektywniej obsługiwać Klientów i zwiększyć sprzedaż
ETAP III	<ul style="list-style-type: none"> • bieżący audyt strony internetowej • opracowanie spójnej strategii marketingowej

Dzięki doświadczeniu i kompetencjom nasz zespół może kompleksowo prowadzić działania marketingowe dla Banku na wielu płaszczyznach w ramach outsourcingu. Jednak marketing to nie tylko reklama, ale też praca nad produktem, jego sprzedaż, obsługa posprzedażowa, obsługa klientów – to wszystko wymaga ścisłej i obustronnej współpracy pomiędzy nami i Bankiem.

ETAP I

BUDOWA NOWOCZESNEJ STRONY INTERNETOWEJ

W przypadku strony internetowej główny nacisk należy położyć na część informacyjną, wizerunkową i przygotować portal tak, aby spełniał nowoczesne wymagania technologiczne i bezpieczeństwa. Podstawowym zadaniem portalu jest promowanie Banku i jego produktów.

Strona internetowa powinna spełniać konkretne wymagania:

- mobilność, czyli pełna responsywność - RWD – obecnie około 70 – 80 % internautów korzysta z wersji mobilnych wykorzystując urządzenia smartphone, tablet itd.
- narzędzie CMS – panel do zarządzania treściami, grafikami na stronie internetowej
- przyjazny UX
- dostosowanie strony do SEO



Servus Comp Sp. z o.o. Sp. K.
 ul. Mazowiecka 25/502
 30-019 Kraków
 biuro@servus-comp.pl

AUDYTY
 WDROŻENIA
 CYBERBEZPIECZEŃSTWO
 SZKOLENIA

ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO
 ZESPÓŁ SPECJALISTÓW
 PREMIUM BANK
 FIRMA PREMIUM

NIP: PL 6772394344 KRS: 0000582481 REGON: 362815411 Kapitał zakładowy: 30.000 PLN



Funkcje, które powinna zawierać nowoczesna strona internetowa tak, aby była dobrze widoczna w Internecie i rozpoznawalna dla robotów oceniających jej wartość:

1. Projekt strony
 - a. Struktura strony – zaplanowanie nagłówków h1 do h3 oraz h3 do h6 – przy budowie hierarchii treści na stronie dla wyszukiwarek internetowych
 - b. Budowa strony
 - c. Zaprojektowanie i wdrożenie spójnej grafiki dla www oraz reklam
 - d. RWD dla dużych monitorów i dla małych ekranów np. smartphone, tablet
 - e. Technika wykonania – wizualizacji "full-width" – treść na całej szerokości ekranu, dzięki czemu można uzyskać większą przejrzystość, czytelność i optymalne wykorzystanie powierzchni makiety do przekazu istotnych treści
 - f. Szybkość działania – dobór sprawnego hostingu zapewniającego odpowiednie parametry szybkości działania strony i zabezpieczające kopie bezpieczeństwa portalu
2. Wykonanie szablonu i kodowanie
3. Testowanie i optymalizacja strony pod SEO
4. Uruchomienie kanału / kanałów mediów społecznościowych
5. Obsługa posprzedażowa

Ważne:

po ewentualnym zleceniu wykonania portalu dla Banku, konieczny jest kontakt z osobami, które będą mogły dostarczyć informacje potrzebne do budowy strony.

Możemy też w imieniu Banku prowadzić rozmowy technologiczne nad budową portalu z wykonawcą. Ważne pod SEO i widoczność strony w internecie. Poniżej prezentujemy prace, które należy wykonać przy tworzeniu sprawnej strony internetowej.

Faza projektowania portalu.

Bardzo ważne zagadnienia, na które należy zwrócić uwagę w trakcie prac nad stroną:

1. Bezpieczeństwo.

- SSL – HTTPS
- Złośliwe oprogramowanie
- back door w kodzie strony internetowej



 **PREMIUM BANK**
Dlaczego warto mieć
certyfikat SSL
na stronie internetowej?

premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl

**PREMIUM BANK
TECHNOLOGIE**



https://

STOSOWANIE CERTYFIKATU SSL
NIE TYLKO
ZWIĘKSZA BEZPIECZEŃSTWO
UŻYTKOWNIKÓW SERWISU,
LE CZ RÓWNIEŻ BARDZO
POZYTYWNE
WPŁYWA NA WIZERUNEK
I PODNOSI PRESTIŻ

**KORZYSTAJ
Z NAJLEPSZYCH
TECHNOLOGII
ZAPRASZAMY**

2. Hosting

- Kopie bezpieczeństwa – backup
- Obsługa PHP
- Wybór optymalnego hostingu
- Parametry serwera
- Pomoc techniczna – **UWAGA** – ważne, żeby wykonawca posiadał wsparcie techniczne po uruchomieniu portalu.

3. Wybór technologii stron Banku

- Szablon - jest bardziej bezpieczny, ale nie każdy może wprowadzić korekty w kodzie
- Dedykowane oprogramowanie

4. UX



5. Testy
6. RWD
7. SEO
8. Znacznik tytułu
9. Meta opis tag
10. Tagi nagłówek
11. Spójność słów kluczowych
12. Ilość treści na stronie internetowej
13. Atrybuty ALT obrazów
14. Liczba linków zwrotnych
15. URL – schemat budowy strony
16. URL – czytelne dla Klientów i robotów
17. Wydajność
18. Social Media na stronie Banku
19. Video na stronie
20. Analityka
21. CMS
22. Grafika
23. Zdjęcia
24. Call To Action
25. Wybór ilości i rodzajów fontów?
26. Teksty
 - Zasady tworzenia poprawnego kontentu. Aktualizacje
27. Przedstawienie się robotom
28. Rozmowa nt. POP-UP
29. Kod 404, 301 ważne, aby nie zaprzepścić obecnych danych i wykonać konkretne przekierowania ze starej strony na nową

- 30. Dane kontaktowe
- 31. Minimalizm
- 32. Czy blog ma sens?
- 33. Technika tworzenia tytułów zachęcających Klientów do czytania wpisów na blogu Banku
- 34. Formalności i prawo – RODO - COOKIES

Ważne jest ustalenie, jak portal ma być zaprojektowany i wykonany.

Do strony www musi być podpięty Google Analytics umożliwiający stałe kontrolowanie efektów prowadzonych działań.

Równoległe z pracami nad www należy przygotować założenia do prowadzenia fanpage na FB oraz reklam na FB ADS i GOOGLE ADS. Temat opisujemy poniżej.

PRZYGOTOWANIE NARZĘDZI I ZAŁOŻEŃ DO PROWADZENIA KAMPANII GOOGLE ADS

1. Prowadzenie kampanii Google ADS

- Założenie konta Google ADS, które jest własnością Banku
- Określenie celu kampanii
- Wyszukanie i wybór najlepszych słów kluczowych (konsultacje z pracownikiem Banku)
- Ustalenie miesięcznego budżetu Google ADS, pozwalającego pokryć całościową ilość wyszukiwania użytkowników
- Budowa i zaprojektowanie kampanii
- Podstawowa konfiguracja Google Analytics w celu mierzenia konwersji
- Targetowanie reklam, czyli dopasowanie lokalizacji reklamy tak, aby wyświetlała się w miejscowości i w pobliskich wyznaczonych miejscowościach
- Stała obserwacja i optymalizacja kampanii
- Reklamy w wyszukiwarce
- Remarketing i reklama graficzna
- Comiesięczne raporty

PRZYGOTOWANIE NARZĘDZI I ZAŁOŻEŃ DO PROWADZENIA KAMPANII FACEBOOK ADS

URUCHOMIENIE I OBSŁUGA FANPAGE

Prowadzenie kampanii Facebook ADS

Facebook jest wykorzystywany głównie do budowania wizerunku w działaniach marketingowych firm usługowych, w tym bankowych. Facebook nie jest stricte narzędziem sprzedaży natychmiastowej; oczywiście może wygenerować sprzedaż (np. kierując bezpośrednio do produktów Banku), ale ta sprzedaż nie jest w żaden sposób przewidywalna,



Servus Comp Sp. z o.o. Sp. K.
ul. Mazowiecka 25/502
30-019 Kraków
biuro@servus-comp.pl

**AUDYTY
WDROŻENIA
CYBERBEZPIECZENSTWO
SZKOLENIA**

**ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO
ZESPÓŁ SPECJALISTÓW
PREMIUM BANK
FIRMA PREMIUM**

NIP: PL6772394344 KRS:0000582481 REGON:362815411 Kapitał zakładowy: 30.000 PLN



skalowalna i będzie dawać bardzo nieregularne wyniki. Na bazie naszego doświadczenia zawsze w pierwszej kolejności doradzamy Klientom narzędzie Google ADS (czyli reklamę, która odpowiada na potrzeby klientów), a jej uzupełnieniem jest Facebook, czyli wyświetlanie reklam potencjalnie zainteresowanym użytkownikom i budowanie grupy odbiorców, która w przyszłości może się stać klientami Banku. To nieprawda, że za pomocą Facebooka można sprzedać wszystko, nie mając nawet sklepu internetowego.

Obsługa FanPage składa się:

- zaplanowanie / współplanowanie strategii komunikacji na Fanpage'u:
 - wdrożenie
 - analiza
 - ocena skuteczności
- Założenie i uzupełnienie firmowego fanpage`u, dodanie administratorów, założenie konta reklamowego
- Publikowanie treści (posty, filmiki, prezentacje, linki, artykuły) - 2-3 publikacje na tydzień (8 do 10 postów / mc) / Facebook ceni regularność publikowanych treści
- Pełna obsługa graficzna fanpage'a zgodna z wizerunkiem Banku:
 - posty produktowe
 - posty ofertowe
 - posty sprzedażowe
 - posty promocyjne
 - posty wizerunkowe
 - posty PR-owena podstawie materiałów dostarczonych przez Klienta
- Aktywizacja fanów
- Monitoring relacji z fanami - 10:00 - 17:00 w dni robocze
 - interakcja - odpowiedzi na zapytania / posty fanów - komunikacja z osobą po stronie Banku w celu przekazania / kontynuacji kontaktu z klientem
- Projektowanie, optymalizacja i obsługa Facebook`a ADS (CPC / CPM / OPCM)
 - projektowanie reklam
 - promowanie postów
 - promowanie strony + kreacja postów pod FacebookADS
- Monitoring działań na FB za pomocą skróconych linków
- Comiesięczny raport z działań przeprowadzonych w danym miesiącu



Servus Comp Sp. z o.o. Sp. K.
ul. Mazowiecka 25/502
30-019 Kraków
biuro@servus-comp.pl

AUDYTY
WDROŻENIA
CYBERBEZPIECZENSTWO
SZKOLENIA

ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO
ZESPÓŁ SPECJALISTÓW
PREMIUM BANK
FIRMA PREMIUM

NIP: PL 6772394344 KRS: 0000582481 REGON: 362815411 Kapitał zakładowy: 30.000 PLN



 **PREMIUM BANK**
PRZEWAGA RYNKOWA I SKUTECZNA
REKLAMA PRODUKTÓW BANKOWYCH DZIĘKI
FACEBOOK ADS I GOOGLE ADWORDS
premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl

**PREMIUM BANK
SZKOLENIA**

WARSZTATY

Google AdWords
vs.
facebook
advertising

- JAK STWORZYĆ SKUTECZNĄ TAKTYKĘ REKLAMOWĄ?
- JAK WYPRACOWAĆ ODPOWIEDNIĄ GRUPĘ ODBIORCÓW DLA SWOICH REKLAM?
- JAK STWORZYĆ KAMPAINIĘ REMARKETINGOWĄ NA FACEBOOKU?

**KORZYSTAJ Z WIEDZY
NAJLEPSZYCH
EKSPERTÓW
ZAPRASZAMY**

Działania opisane w powyższym zestawieniu obejmują:

- uruchomienie nowego portalu www Banku
- uruchomienie reklam w oparciu o Google ADS
- uruchomienie FanPage i reklam Facebook ADS

Warto pamiętać również o innych działaniach, które rzutują na ogólną politykę marketingową Banku. Warto zadać pytanie, czy Bank posiada opracowaną strategię marketingową, czy prowadzi działania prospołeczne (PR) i czy buduje relacje z Klientami, tj.:

- budowania relacji z Klientami,
- wykorzystania sprawdzonych zasad marketingu takich, jak np. zasada Pareto / 4/5/7P,
- Cross-Selling.
- UP-Selling.
- inne.

Te tematy powinny być wdrożone w życie jako ETAP II, który poniżej opisujemy.

ETAP II

Na tym etapie należy przeanalizować, z jakich narzędzi będziemy chcieli korzystać w Banku, aby bezpośrednie działania współgrały z narzędziami wdrożonymi w ETAPIE I. Pracownicy muszą mieć świadomość, jakimi narzędziami obecnie dysponuje Bank i dzięki temu powinni w pełni i świadomie je wykorzystywać. Warto wprowadzić w życie plan postępowania, który określi nasze cele oraz narzędzia, którymi chcemy osiągnąć te cele. Po opracowaniu powyższych narzędzi, finałem spinającym powinno być szkolenie przeprowadzone bezpośrednio w Banku, podczas którego pracownicy bezpośredniej obsługi



Servus Comp Sp. z o.o. Sp. K.
ul. Mazowiecka 25/502
30-019 Kraków
biuro@servus-comp.pl

**AUDYTY
WDROŻENIA
CYBERBEZPIECZENSTWO
SZKOLENIA**

**ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO
ZESPÓŁ SPECJALISTÓW
PREMIUM BANK
FIRMA PREMIUM**

NIP: PL 6772394344 KRS: 0000582481 REGON: 362815411 Kapitał zakładowy: 30.000 PLN



Klienta zostaną przeszkoleni i poinformowani o powyższych narzędziach oraz możliwościach tych narzędzi. Można zasugerować podzielenie narzędzi marketingu, przydzielając je do wdrożenia dla określonej osoby lub grupy osób. Wtedy wiadomo np. kiedy zbliża się termin zakończenia kredytu, że należy zadzwonić do Klienta i zaproponować mu inne produkty bankowe. Jest wiele możliwości w tym zakresie do wykorzystania. Zaopiekowany klient lepiej ocenia Bank, staje się wdzięcznym i zadowolonym Klientem.

Poniżej opisujemy narzędzia, które warto wprowadzić w Banku, aby efektywniej obsługiwać Klientów:

1. Segmentacja Klientów Z / Y / X / Baby Boomer – warto podzielić grupy docelowe i dla tych grup dostosować narzędzia. Z przeprowadzonych przez nas w Bankach Spółdzielczych rozmów wynika, że średnia wieku Klienta w Banku waha się na poziomie 58 – 60 lat. Musimy mieć świadomość, że to ostatnia chwila na walkę o nowe generacje – nowych Klientów.



PREMIUM BANK
MARKETING INTERNETOWY
DLA BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ

premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl

PREMIUM BANK
SZKOLENIA

ŚREDNIA WIEKU KLIENTÓW
BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH W POLSCE:
58 - 60 lat > WIĘCEJ

DOBIERZ MARKETING DO GRUPY DOCELOWEJ

<-1964	X 1965-1979	Z 1980-1995	Y 1996->
--------	----------------	----------------	-------------

MARKETING W SIECI NIE LUBI STAGNACJI
JAK ZMIENIA SIĘ RYNEK I KONSUMENTY ?
JAK SPROSTAĆ POTRZEBOM POKOLENIOWYM ?

2. Rodzaje marketingu internetowego – należy wybrać optymalne rozwiązania
3. Marketing relacyjny
4. Sponsoring lokalnych inicjatyw
5. Influencer – Kim jest ? Czy jesteśmy w stanie wykreować takie osoby dla Banku?
6. Pozafinansowe usługi banków – wartość dodana VAS (Value Added Services)
7. Klienci coraz częściej wspominają o swoim Banku jako o instytucji nie tylko finansowej, ale również instytucji, dzięki której będą mogli zrealizować inne konkretne usługi
8. Segmentacja klientów
9. Zasada Pareto 20/80
10. Zasada 4P-Jerome McCarthy

11. Zasada S.A.V.E. – Eduardo Conrado

- solution produkt >> rozwiązanie
- access miejsce >> dostęp
- value cena >> wartość
- education promocja >> edukacja

12. Cross marketing

13. Cross selling

14. Up selling

15. Bankowość elektroniczna jako nośnik treści marketingowej

16. Kreowanie nowoczesnego produktu i usługi bankowej

17. Szkolenia sprzedażowe dla pracowników Banków po opracowaniu celów i koncepcji sprzedaży

18. Organizowanie spotkań grup przedsiębiorców. Bank występuje w roli eksperta w rozwiązywaniu problemów swoich najlepszych klientów.

ETAP III

Po opracowaniu powyższych dwóch etapów warto zastanowić się nad dopełnieniem marketingu w Banku o dodatkowe działania:

- Audyt strony internetowej oraz prowadzonych bieżących działań
- Opracowanie spójnej strategii marketingowej,

Reasumując:

Nasz zespół dzięki doświadczeniu i kompetencjom jest w stanie kompleksowo prowadzić działania marketingowe dla Banku na wielu płaszczyznach w ramach outsourcingu. Jednak marketing to nie tylko reklama, ale też praca nad produktem, jego sprzedaż, obsługa posprzedażowa, optymalizacja, obsługa klientów – to wszystko wymaga ścisłej i obustronnej współpracy pomiędzy nami i Bankiem.



Servus Comp Sp. z o.o. Sp. K.
ul. Mazowiecka 25/502
30-019 Kraków
biuro@servus-comp.pl

**AUDYTY
WDROŻENIA
CYBERBEZPIECZENSTWO
SZKOLENIA**

**ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO
ZESPÓŁ SPECJALISTÓW
PREMIUM BANK
FIRMA PREMIUM**

NIP: PL 6772394344 KRS: 0000582481 REGON: 362815411 Kapitał zakładowy: 30.000 PLN



SC servus comp PREMIUM BANK
REKOMENDACJA D - PRAKTYCZNE
WSKAZÓWKI ZARZĄDZANIA
RYZKIEM W OBSZARZE IT
premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl

SC servus comp PREMIUM BANK
JAK PROWADZIĆ SKUTECZNY
MARKETING
W BANKU SPÓŁDZIELCZYM?
premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl

PREMIUM BANK
SZKOLENIA

OUTSOURCING
NIE CZEKAJ DO JUTRA

WIELOFUNKCYJNOŚĆ PRACOWNIKÓW
BANKÓW POWODUJE, ŻE NIE MAMY
ZASOBÓW LUDZKICH MOGĄCYCH
WPROWADZIĆ NOWOCZESNE NARZĘDZIA
MARKETINGOWE.
POLECAMY USŁUGI OUTSOURCINGU
- TO MY PODPOWIADAMY
ROZWIĄZANIA, KREUJEMY,
SUGERUJEMY CO WARTO
ZROBIĆ I JAK ZROBIĆ :)

KORZYSTAJ Z WIEDZY
NAJLEPSZYCH
EKSPERTÓW
ZAPRASZAMY

PREMIUM BANK
SZKOLENIA

VII MODUŁÓW
NOWOCZESNEGO
MARKETINGU DLA
BANKÓW
SPÓŁDZIELCZYCH

- I Nowoczesny marketing w promocji produktów i usług dla bankowości spółdzielczej
- II Jak zwiększyć sprzedaż produktów bankowych dzięki Facebook ADS i Google ADS ?
- III Tworzenie i optymalizacja stron internetowych
Jak zoptymalizować stronę banku?
- IV Kreowanie produktu bankowego
- V Szkolenia sprzedażowe
- VI Outsourcing - czy warto wykorzystać kompetencje innych ?
- VII Spotkania dla przedsiębiorców
Bank w roli eksperta

KORZYSTAJ Z WIEDZY
NAJLEPSZYCH
EKSPERTÓW
ZAPRASZAMY

KONTAKT

W celu uzyskania dodatkowych informacji w omawianych zakresach zapraszamy do kontaktu:

Andrzej Popiolek

+48 602 220 749

andrzej.popiolek@servus-comp.pl

Barbara Dyka

kom: +48 608 407 668

tel.: 12 631 91 22

barbara.dyka@servus-comp.pl

Servus Comp Sp. z o.o. Sp.k.

ul. Mazowiecka 25/502, 30-019 Kraków

SC servus comp

PREMIUM BANK

**AUDYTY
WDROŻENIA
CYBERBEZPIECZEŃSTWO
SZKOLENIA**

zespół specjalistów

premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl

Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieście,

XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego

NIP: 6772394344 | Regon: 362815411 | KRS: 0000582481

<http://premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl>

Nota prawna:

1. Niniejszy materiał ani żaden jego fragment nie może być reprodukowany, przetwarzany i rozpowszechniany w jakikolwiek sposób za pomocą urządzeń elektronicznych, mechanicznych, kopiujących, nagrywających i innych do celów innych niż realizacja przedmiotowej oferty u Klienta.



Servus Comp Sp. z o.o. Sp. K.
ul. Mazowiecka 25/502
30-019 Kraków
biuro@servus-comp.pl

**AUDYTY
WDROŻENIA
CYBERBEZPIECZEŃSTWO
SZKOLENIA**

**ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO
ZESPÓŁ SPECJALISTÓW
PREMIUM BANK
FIRMA PREMIUM**

NIP: PL6772394344 KRS:0000582481 REGON:362815411 Kapitał zakładowy: 30.000 PLN

