

Приложение 3b

ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

1. Цель и область применения

АО «Ипотека банк» поощряет организации, руководителей и сотрудников активно использовать социальные сети для продвижения репутации Банка на местном, национальном и международном уровнях, а также для коммуникации с текущими и потенциальными клиентами, сотрудниками и другими заинтересованными сторонами.

Социальные сети — это совокупность веб-сайтов и приложений, ориентированных на коммуникацию, взаимодействие внутри сообщества, обмен контентом и сотрудничество.

При ответственном использовании социальные сети являются эффективным инструментом для продвижения Банка, а также распространения новостей и информации о Банке и его услугах.

Цель настоящей Политики — определить правила использования официальных социальных платформ АО «Ипотека банк» (далее — Банк) и обеспечить прозрачную, единообразную и соответствующую бренду коммуникацию.

Политика применяется к руководителям и сотрудникам Банка, ответственным за управление официальными страницами Банка или представляющим Банк в социальных сетях.

Кроме того, Политика содержит рекомендации для сотрудников по использованию социальных сетей как в профессиональных, так и в личных целях, обеспечивая защиту репутации как сотрудника, так и Банка.

Политика также направлена на обеспечение этичного использования социальных сетей всеми сотрудниками Банка в соответствии с Кодексом этики OTP Group.

2. Принципы коммуникации Банка в социальных сетях

2.1. Единый подход к социальным платформам

Банк стремится обеспечить единообразие коммуникации на всех своих социальных платформах.

Без соответствующего разрешения сотрудникам запрещается

регистрироваться или создавать аккаунты от имени Банка, его дочерних компаний или структурных подразделений.

Банк обеспечивает актуальность своих страниц путем регулярного обновления контента, модерации комментариев и своевременного ответа на вопросы.

Весь опубликованный контент является интеллектуальной собственностью Банка.

2.2. Основные требования к контенту

При публикации контента Банк учитывает его публичный характер и долгосрочную доступность.

Контент должен:

- быть честным, прозрачным и соответствовать Кодексу этики;
- не нарушать права личности, коммерческую и банковскую тайну;
- не содержать политических заявлений.

Коммерческие материалы подлежат проверке Дирекцией комплаенса на соответствие требованиям защиты прав потребителей.

Контент должен соответствовать бренду Банка и корпоративному стилю.

2.3. Право на заявления

Официальные заявления от имени Банка могут делать только уполномоченные сотрудники.

Сотрудники могут распространять новости Банка только после их официальной публикации.

В кризисных ситуациях сотрудникам запрещено делать какие-либо заявления или отвечать на запросы в социальных сетях.

2.4. Управление и модерация

Назначенные сотрудники осуществляют постоянный мониторинг комментариев.

Жалобы и негативные комментарии передаются компетентным специалистам и обрабатываются в разумные сроки.

Сообщения в личных сообщениях считаются коммуникацией от имени Банка и должны соответствовать Кодексу этики.

2.5. Коммерческие коммуникации посредников

Банк контролирует, чтобы партнеры строго соблюдали требования защиты прав потребителей и Кодекса этики при продвижении продуктов Банка.

2.6. Партнерства

Банк также контролирует деятельность партнеров в социальных сетях на предмет соблюдения принципов честной коммуникации и Кодекса этики.

3. Руководство по использованию социальных сетей сотрудниками

3.1. Разделение личного и профессионального мнения

Сотрудники могут указывать место работы в профиле, но обязаны обеспечивать актуальность информации.

Даже личные публикации могут повлиять на репутацию Банка.

Рекомендуется:

- использовать форму «я»;
- указывать, что мнение является личным и не отражает позицию Банка.

3.2. Открытость и профессионализм

Сотрудникам рекомендуется:

- писать только в рамках своей компетенции;
- проверять информацию перед публикацией;
- быть честными;
- исправлять ошибки;
- соблюдать уважительный тон.

Запрещено публиковать конфиденциальную информацию до официального раскрытия.

3.3. Ответственность и соблюдение Кодекса этики

Сотрудники должны избегать любой коммуникации, способной нанести ущерб репутации Банка.

Запрещается:

- дискриминация и разжигание ненависти;
- оскорбления, клевета;
- публикация незаконных материалов;
- использование имени Банка для продвижения сторонних интересов.

3.4. Защита конфиденциальной информации

Запрещено публиковать:

- банковскую тайну;
- коммерческую тайну;
- стратегическую информацию;
- данные клиентов и сотрудников;
- информацию о судебных процессах;
- внутренние финансовые показатели.

3.5. При сомнениях — консультироваться

Любой контент может быть сохранен и распространен независимо от настроек конфиденциальности.

Банк может мониторить активность сотрудников в социальных сетях.

Рекомендуется не публиковать контент о Банке без уверенности в его соответствии Политике и Кодексу этики.

О нарушениях следует сообщать в Дирекцию комплаенса.

Нарушения могут повлечь дисциплинарные меры, включая увольнение.