

Nejsme malá rodinná firma, jsme velká banka, láká nové posily v kampani Česká spořitelna

“Jak se jmenuje moje pozice?” ptá se Stanislav. “Nazvi si ji, jak chceš,” odpovídá nadřízený. “Jaká je pracovní doba?” pokračuje. “Pracuj, kdy chceš. Stačí, když je hotovo, co má být hotovo.” I tak může vypadat přijímací pohovor, který dovedl Stanislava Gálíka do České spořitelny. Společně s ostatními kolegy teď láká uchazeče do největší tuzemské banky v kampani **Velká banka, velké možnosti**.

“Nejsme malá rodinná firma, jsme velká banka. A naše velikost je naší výhodou,” zaznívá v kampani, která byla externě spuštěna v srpnu. Setkat se s ní můžete především na lince metra C, právě v těsné blízkosti zastávky Budějovická má totiž banka centrálu. Nápad na náborovou kampaň, která má zvýšit i povědomí o značce, vznikla v bance a je postavena na reálných tvářích zaměstnanců. Kampaň se soustředí na pět klíčových oblastí (kariéra v IT, v pobočce, v korporátním bankovníctví, v klientském servisu a příležitosti pro studenty) a ukazuje, jaké možnosti a výhody přináší práce v ní. Produkčně kampaň zpracovala agentura **Young & Rubicam**.

V osmi videích prozrazují zaměstnanci, proč je baví pracovat v největší české bance. „Není lepší pocit, než když jedu autem a můžu říct, že tuto výrobní halu jsem pomáhal stavět. Jako firemní bankéř se stávám součástí firem svých klientů. Mám jejich důvěru a pomáhám jim uskutečňovat jejich vize a nápady,“ říká v kampani Pavel Nejman, ředitel Korporátního centra Praha-západ. Seznámit se také můžete s příběhem absolventky Veroniky, která odhaluje, jak se od egyptologie dostala k práci ve velké bance, nebo proč podle vedoucího týmu operátorů Petra nezáleží na vystudované škole, ale na příležitostech, které život přinese.

“Kampaň ukazuje, co všechno je možné dělat i získat ve velké bance. Česká spořitelna rozvíjí nadání svých zaměstnanců, vzdělává je a poskytuje jim prostor, kde mohou uplatnit svoje zkušenosti,“ říká o kampani Martin Grau, manažer náboru České spořitelny. Pro kampaň vznikl také nový náborový web www.velkemoznosti.cz s příběhy všech účastníků i souhrnem pracovních pozic, které Česká spořitelna nabízí. A jak taková kampaň vzniká? Koukněte na [making of video](#).

Pro další informace prosím kontaktujte Tiskové centrum Finanční skupiny České spořitelny:

Kristýna Havligerová
Tisková mluvčí ČS
E-mail: tiskove_centrum@csas.cz

Klára Zelenková
Tiskové centrum ČS

Profil České spořitelny

Na českém trhu jsme bankou s nejdelší tradicí. Naše kořeny sahají až do roku 1825. Jsme moderní bankou orientovanou na drobné klienty, malé a střední firmy, města a obce. Máme nezastupitelnou roli ve financování velkých korporací a v poskytování služeb v oblasti finančních trhů. Od roku 2000 se můžeme opřít o silné zázemí střeoevropské Erste Group. Naším společným cílem je nabídnout klientům takové služby, jaké potřebují bez ohledu na čas a místo. Naše postavení nám dovoluje udávat trend v zavádění moderních bankovních služeb i v technologických inovacích.

- Počet našich klientů dosahuje téměř 5 milionů. Jsme tak **největší bankou** v České republice.
- Zaujímáme **první pozici** na trhu klientských úvěrů (20% tržní podíl), hypoték (27% tržní podíl), spotřebitelských úvěrů, včetně kreditních karet a kontokorentů (30% tržní podíl) i v celkových vkladech (20% tržní podíl). Disponujeme nejširší sítí poboček a bankomatů.
- Usilujeme o **bezbariérovost našich služeb**: máme první bezbariérové stránky **www.bankabezbarier.cz**; 239 bezbariérových poboček; 26 poboček se službou simultánního přepisu pro neslyšící; více než 700 bankomatů uzpůsobených pro nevidomé.
- **Vzděláváme ke konkurenceschopnosti**, nejen tím že posilujeme finanční gramotnost a jsme dlouhodobými partnery vysokých škol. Prostřednictvím Nadace Depositum Bonum usilujeme o zkvalitnění výuky přírodovědných a technických oborů. Díky Nadaci České spořitelny **jsme s těmi, od nichž se společnost odvrací** - zaměřujeme se na podporu seniorů, lidí s mentálním postižením a prevenci a léčbu drogové závislosti.