

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Diplomová práce

**Analýza sociální sítě Facebook bankovních společností
v České republice**

Bc. Daniel Klíma

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Daniel Klíma

Hospodářská politika a správa

Podnikání a administrativa

Název práce

Analýza sociální sítě Facebook bankovních společností v České republice

Název anglicky

Facebook analysis of banking companies in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je analýza sociální sítě Facebook bankovních společností v ČR. Na základě studia vědecké a odborné literatury bude zpracována literární rešerše. Výsledky zpracované literární rešerše budou využity pro stanovení parametrů pro provedení analýzy využití sociální sítě Facebook. Na základě stanovených parametrů bude provedena analýza facebooku vybraných bankovních domů, bude provedeno vyhodnocení jejich kvality a návrhy na zkvalitnění.

Metodika

Teoretická část diplomové práce bude vypracována na základě studia vědecké a odborné literatury. Výsledky zpracované literární rešerše budou využity pro stanovení parametrů hodnotících kvalitu facebooku. Na základě stanovených parametrů bude provedeno hodnocení facebooku sledovaných společností a budou navržena kritéria vhodná pro optimální využití facebooku. Následně budou formulovány závěry a doporučení.

Doporučený rozsah práce

60 stran

Klíčová slova

Facebook, bankovní prostředí, sociální sítě, komunikace, marketing

Doporučené zdroje informací

LOSEKOOT, M. – VYHNÁNKOVÁ, E. *Jak na sítě : ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích.* V Brně: Jan Melvil Publishing, 2019. ISBN 978-80-7555-084-2.

SUMPTER, D. *Outnumbered : From Facebook and Google to Fake News and Filter-Bubbles – the Algorithms That Control Our Lives. [elektronický zdroj] /.* London: Bloomsbury Publishing Plc, 2018. ISBN 9781472947420.

TREADAWAY, C. – SMITH, M. *Marketing na Facebooku : výukový kurz.* Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3337-8.

Předběžný termín obhajoby

2021/22 ZS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Edita Šilerová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra informačních technologií

Elektronicky schváleno dne 8. 9. 2020

Ing. Jiří Vaněk, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 21. 10. 2020

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 14. 11. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza sociální sítě Facebook bankovních společností v České republice" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 11. 2021

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval doc. Ing. Editě Šilerové, Ph.D., za cenné rady a doporučení, které mi v průběhu vedení této diplomové práce poskytla. Neposlední řadě bych rád poděkovat své rodině, za trpělivost, kterou měla během doby vypracování této diplomové práce.

Analýza sociální sítě Facebook bankovních společností v České republice

Abstrakt

Sociální síť Facebook je v České republice druhou nejpoužívanější sociální službou, kterou využívá 89 % české populace starších 15 let. Jedná se o důležitý komunikační kanál nejen pro komunikaci s fanoušky a potenciálními novými klienty. Cílem této diplomové práce bylo analyzovat sociální síť Facebook z hlediska aktivity vybraných bankovních subjektů, ale také reakční aktivitu uživatelů na zveřejněné příspěvky bank. K analýze byl použit program společnosti Fanpage Karma a byly získány údaje na měsíční bázi za rok 2020. Pro hodnocení byla sledována aktivita bank a reakční činnost uživatelů: absolutní a procentuální změna počtu fanoušků, počet a typ příspěvků, celkový počet reakcí a jejich druh.

Výstupy monitorovaných údajů mohou posloužit marketingovým manažerům a osobám, které jsou odpovědné za komunikaci mezi bankou a veřejností k hodnocení úspěšnosti vlastní odpovědnosti za správu sociální sítě, ale také k mezibankovnímu srovnání.

Klíčová slova: Facebook, sociální sítě, Fanpage Karma, bankovní prostředí, banka, komunikace, marketing,

Facebook analysis of banking companies in the Czech Republic

Abstract

Facebook, used by 89 % of the Czech population over the age of 15, is the second most used social network in the Czech Republic. It is an important medium of communication for its users, including the fans and potential new clients. The aim of this thesis was to analyze Facebook in terms of the activity of selected banking entities as well as the reaction activity of users to the posts published by the banks. The Fanpagekarma program was used to analyse the data, which were obtained on a monthly basis for 2020. For the evaluation, the activity of banks and the reaction activity of users were monitored: the absolute and percentage change in the number of fans, the number and type of posts and the overall number of reactions and their type.

The outputs of the monitored data can be used by marketing managers and persons responsible for communication between the bank and the public to evaluate the success of their own responsibility for the management of the social network, but also for interbank comparison.

Keywords: Facebook, social network, Fanpagekarma, banking environment, bank, communication, marketing

Obsah

Úvod	11
Cíl práce a metodika.....	12
1.1 Cíl práce	12
1.2 Metodika	12
Charakteristika bankovních společností v České republice a sociální síť Facebook	14
1.3 Charakteristika bankovních společností v České republice	14
1.3.1 Air Bank.....	14
1.3.2 Banka CREDITAS.....	15
1.3.3 Česká spořitelna.....	16
1.3.4 Československá obchodní banka (ČSOB).....	18
1.3.5 Equa bank	21
1.3.6 Fio banka	22
1.3.7 mBank.....	23
1.3.8 Hello bank!	24
1.3.9 Komerční banka.....	26
1.3.10 MONETA Money Bank	30
1.3.11 Raiffeisenbank	31
1.3.12 Sberbank	34
1.4 Charakteristika sociální síť Facebook.....	37
1.4.1 Marketing na sociálních médiích.....	37
1.4.2 Společnosti a facebookové reklamy	38
1.4.3 Business Suite.....	40
1.4.4 Měření výkonnosti reklam	40
Vlastní práce.....	42
1.5 Hodnocení facebookových stránek jednotlivých bankovních společností v České republice za rok 2020	42
1.5.1 Air bank	42
1.5.2 Banka CREDITAS.....	44
1.5.3 Equa Bank.....	46
1.5.4 Fio banka	48
1.5.5 Hello bank!	50
1.5.6 Komerční banka.....	52
1.5.7 mBank.....	54
1.5.8 MONETA Money Bank	56
1.5.9 Raiffeisenbank	58
1.5.10 Sberbank	60

1.5.11	Česká spořitelna	62
1.5.12	ČSOB	64
1.6	Měsíční srovnání sociální sítě Facebook bankovních společností v České republice za rok 2020	67
1.6.1	Leden.....	67
1.6.2	Únor	70
1.6.3	Březen	73
1.6.4	Duben.....	76
1.6.5	Květen	79
1.6.6	Červen	82
1.6.7	Červenec.....	85
1.6.8	Srpen	88
1.6.9	Září	91
1.6.10	Říjen.....	94
1.6.11	Listopad.....	97
1.6.12	Prosinec.....	100
	Výsledky a diskuse	103
	Závěr	106
	Seznam použitých zdrojů	108
	Přílohy	119

Úvod

Sociální síť Facebook a bankovní instituce jsou pro mnoho lidí v České republice nedílnou součástí každodenního života. Facebook v dnešní době nahrazuje osobní komunikaci a umožňuje sdílení multimediálního obsahu, názorů či stavu s uživateli, které můžeme rozdělit na přátele a fanoušky. V dnešní době je přechod mezi jednotlivými bankami na pár kliknutí, jelikož si účet a veškeré produkty může klient převést ze současné banky do nové. Z toho důvodu je pro bankovní společnosti stále důležitější udržení dobré pověsti a navození dlouhodobého vztahu. K obojímu může ve velké míře přispívat sociální síť Facebook, která slouží ke komunikaci s fanoušky, sebe prezentaci banky a formování názoru na banku ve společnosti.

Cíl práce a metodika

1.1 Cíl práce

Cílem této diplomové práce je analyzovat sociální síť Facebook vybraných bankovních společností v České republice za rok 2020. Definovat, jaké bankovní subjekty si vedou na sociální síti nejlépe z pohledu aktivity, struktury příspěvků a uživatelů sociální sítě.

1.2 Metodika

Teoretická část diplomové práce je rozdělaná do dvou částí. První část se zaměřuje na historii i současnost bankovních subjektů v České republice, zároveň se zabývá jejich mateřskými a dceřnými společnostmi. Tato část bude zpracovaná na základě informací z internetových stránek, historických dokumentů a výročních zpráv bankovních subjektů. Druhá teoretická část se bude zaměřovat na sociální síť Facebook.

K analýze monitoringu kvantitativních parametrů oficiálních profilů bankovních společností na sociální síti Facebook bude sloužit webová stránka www.fanpagekarma.com. Výběr této webové stránky byl na mém uvážení a byl vybrán na základě vlastní zkušenosti v marketingové agentuře.

V analytické části vlastní práce budou hodnoceny následující parametry:

- Celkový počet fanoušků: celkový počet profilů sledujících vybrané bankovní společnosti na sociální síti Facebook, parametr bude sledován k poslednímu dni daného měsíce.
- Absolutní změna počtu fanoušků: celková změna počtu profilů uživatelů sociální sítě Facebook, parametr je porovnáván s předchozím měsícem.
- Procentuální změna počtu fanoušků: procentuální vyjádření rozdílu fanoušků první a poslední dne ve sledovaném období.
- Celkový počet příspěvků: absolutní počet příspěvků ve sledovaném období

- Obrázkový příspěvek: absolutní počet obrázkových příspěvků ve sledovaném období
- Video příspěvek: absolutní počet video příspěvků ve sledovaném období
- Link příspěvek: absolutní počet link příspěvků ve sledovaném období
- Celkový počet reakcí: absolutní počet reakcí (like, love, haha, thankful, wow, sad, angry), komentářů a sdílení u příspěvků publikovaných ve sledovaném období.
 - Počet reakcí: Počet reakcí uživatelů Facebooku na publikovaný příspěvek ve sledovaném období, parametry sledování (like, love, haha, thankful, wow, sad, angry).
 - Počet komentářů: celkový počet komentářů na publikovaných příspěvcích bankovní společností
 - Počet sdílení: celkový počet sdílení příspěvků sledovaných subjektů uživateli facebookových stránek

Charakteristika bankovních společností v České republice a sociální síť Facebook

1.3 Charakteristika bankovních společností v České republice

1.3.1 Air Bank

Společnost Air Bank patří do skupiny PPF Group Petra Kellnera. PPF Group je mezinárodní investiční skupina, která podniká ve čtyřiceti zemích na třech kontinentech. Údaje platné k 30.6.2020 říkají, že skupina vlastní aktiva ve výši více než 47 miliard eur (Airbank.cz 2020).

Společnosti, které patří do skupiny PPF, podnikají v různých oborech: telekomunikace, media (Central European Media Enterprises), biotechnologie (SOTIO, Cytune Pharma SAS, Accord Research a Autolus Therapeutics), reality (PPF Real Estate Holding), strojírenství (Škoda Transportation a TEMSA), pojišťovnictví (PPF Life Insurance), zemědělství (RAV Agro) a ostatní oblasti ekonomiky, příkladem jsou společnosti: Mall Group, Heureka, ČD – Telematika, Culture Trip, Bestsport a mnoho dalších. PPF Telecom Group B.V. je skupina zaměřená na telekomunikaci, do které patří společnost O2 Czech Republic, CETIN a Telenor CEE. V oblasti finančních služeb PPF Group vystupuje pod názvem PPF Financial Holdings B.V., které jsou součástí: Home Credit, PPF Banka, Mobi banka a již zmíněná Air Bank (Ppf.eu 2020).

Air Bank byla v České republice založena 26. února 2010 se sídlem společnosti Evropská 2690/17, Dejvice, 160 00 Praha 6 (justice.cz 2021), přičemž ostrý provoz zahájila 22. listopadu 2011 (Hospodářské noviny 2011). Air Bank měla při vstupu na tuzemský trh hlavní za cíl stát se bankou, kterou budou mít lidé rádi. Tento cíl je obsažen i v jejich hesle: „I banku můžete mít rádi“, které je možné slyšet v masmediální kampani Air Bank, v ní hrají Tomáš Jeřábek a Tomáš Měcháček. Od té doby banka získala téměř 800 tisíc klientů (Výroční zpráva Air Bank 2019), přičemž v roce 2014 banka obsluhovala 300 tisíc klientů. Jediným akcionářem banky je společnost Home Credit N.V. se sídlem společnosti Strawenskylaan 933, 1077XX Amsterdam, Nizozemské království. Základní kapitál 500 021 000 Kč ve formě kmenových akcií na jméno v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 1 000 Kč. Statutárním orgánem je představenstvo společnosti, kde hlavní předseda je Ing. Michal Strcula a členové představenstva jsou Luboš Berkovec a Ing. Pavel Pfauser. V

dozorčí radě společnosti jsou tři členové a jejím předsedou je Mgr. Pavel Rozehnal a ostatní členové Ing. Radek Pluhař a Ing. Robert Štefl (justice.cz 2021).

1.3.2 Banka CREDITAS

Banka CREDITAS patří do investiční skupiny CREDITAS a jejím zakladatelem a majoritním akcionářem je Pavel Hubáček. Skupina CREDITAS se zabývá několika obory: finanční služby, reality, energetika a zdravotnictví.

V oblasti realit dlouhodobě investuje do administrativních, skladových budov, průmyslových areálů a obchodních center. V roce 2020 byla založena společnost Creditas Real Estate B.V., která realizuje developerské projekty nájemních bytů. Na začátku roku 2021 má aktuálně jeden projekt ve výstavbě, v němž se bude nacházet 95 jednotek s celkovou plochou 6 021 m². Do skupiny patří také společnost V INVEST a.s., která se pohybuje na českém trhu od roku 1996 a v současnosti zrealizovala více jak 800 jednotek a v roce 2021 je připraveno dalších 14 projektů. Skupina CREDITAS vlastní několik administrativních budov, a to budovu Javor v Praze v Karlíně, administrativní budovu S9 v pražské Florenci a nemovitosti v Olomouci.

Skupina CREDITAS je distributorem alternativní energie prostřednictvím skupiny UCED, která byla založena finančníkem Pavlem Hubáčkem v roce 2013 pod názvem investiční skupiny UNICAPITAL. Energii dodává ve 120 odběrných soustavách až pro 6000 odběratelů. UCED je licencovaný distributor a současně patří mezi čtyři největší distributory v České republice. V rámci portfolia energetiky skupina vlastní jednu fotovoltaickou elektrárnu na území ČR s výkonem 5,79 MW. Mezi další činnosti banky patří již zmíněná oblast zdravotnictví, ve kterém prostřednictvím Alzheimercentrum pp s.r.o. provozuje skupina CREDITAS jednu z nejstarších specializovaných zařízení pro klienty s Alzheimerovou chorobou. Vlastní celkem 14 center s 1500 lůžky, které poskytují sociální služby a komplexní ošetrovatelskou péči v České republice i na Slovensku. Skupina vlastní rovněž zemědělskou farmu MORAVAN mléčná farma a.s. na produkci mléka s 900 kusy holštýnského skotu s průměrnou denní dodávkou 25000 litrů (creditasgroup.cz 2020).

Banka CREDITAS byla v České republice založena 26. února 1996 se sídlem společnosti Sokolovská 675/9, Karlín, 186 00 Praha 8. Dříve na českém trhu působila jako družstevní záložna a v roce 2017 se oficiálně stala bankou (justice.cz 2021). Banka se dlouhodobě soustředí na poskytování platebních styků, zhodnocení úspor s vyšší úrokovou

sazbou oproti klasickým bankám, poskytování investic a rovněž hypotečních úvěrů pro své klienty. Banka ve svém portfoliu služeb nabízí specializované firemní bankovníctví pro financování společností z České republiky. V roce 2018 jako první banka spustila tzv. multibanking, tedy obsluhování bankovních účtů od konkurence v internetovém bankovníctví. Aktuálně je s internetovým bankovníctvím propojena více než 20 českých a slovenských bank (creditas.cz 2020).

Základní kapitál společnosti je ve výši 3 202 753 203 Kč a je vydáno 55 560 426 ks akcií na jméno v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 57,64 Kč. Statutárním orgánem – představenstvem, ve kterém figurují čtyři členové a jejím předsedou je Ing. Vladimír Hořejší a místopředsedou Kamil Rataj. Ostatními členy jsou Miroslav Morháč s Ing. Josef Holubem. Předseda dozorčí rady Banky CREDITAS je JUDr. Alena Sikorová a členy jsou Ing. Kamila Valštyňová a Ing. Jitka Pláštílová (justice.cz 2021).

1.3.3 Česká spořitelna

Banka Česká spořitelna patří do rakouské skupiny Erste Group, která byla založena v roce 1819. V roce 1997 vstoupila na burzu s cílem zahájit expanzi do okolních států. Maďarsko a Chorvatsko se staly v roce 1997 prvními státy, kam směřovala její expanze. V roce 2001 se Erste bank stala majoritním akcionářem (87,18 %) Slovenské spořitelny. Aktuálně banka pracuje na sedmi klíčových trzích ve střední a východní Evropě (Rakousko, Chorvatsko, Maďarsko, Česká republika, Slovensko, Rumunsko, Srbsko), nepřímou přítomnost skupiny lze najít ve státech Moldávie a Černé hory (erstegroup.com 2020). Na začátku nového století získala skupina většinový podíl (52,07 %) v České spořitelně, které patřilo první místo v oblasti retailového bankovníctví v České republice (erstegroup.com 2020). O dva roky později Erste bank vykoupla minoritní akcie a stala se 98 % vlastníkem České spořitelny. Stoprocentním akcionářem České spořitelny se Erste bank stala 6. listopadu 2018 (csas.cz 2020).

Do celkové skupiny finanční skupiny České spořitelny patří dceřiné společnosti: CEE Property Development Portfolio 2 a.s. (csas.cz 2020), jedná se o holdingovou realitní společnost a společnost pro správu aktiv a hlavní investiční manažer realitního fondu Česká a Slovenský fond majetku B.V. (cpdp2.eu 2020). Mezi další součásti patří společnost ČS Seed Starter, a.s., která se zaměřuje na tzv. long-game startupy se silnými podnikatelskými záměry, vizí a hodnotou. Zatím jediným projektem, který firma zveřejňuje na svých

webových stránkách je projekt investown.cz tzv. mikroinvestice do nemovitostí (csas.cz 2020 & seedstarter.cz 2020), ačkoliv není v současné době oprávněn poskytovat služby v České republice (investown.cz 2020). Pro klienty České spořitelny nabízí přes dceřinou společnost Energie ČS produkty zaměřené na dodávky plynu a elektřiny. Dceřiná společnost na trhu působí již od roku 2012 a pro své klienty zprostředkovává 99 % elektřiny, která pochází z obnovitelných zdrojů (energie-cs.cz 2020). Faktoring České spořitelny je finanční společnost působící v oblasti Supply Chain Finance (SCF). Pro své klienty využívající služby nabízí financování, správu a inkaso pohledávek, ručení za nezaplacení vůči smluvně dohodnutým odběratelům a financování závazků z obchodního styku. Faktoring České spořitelny je členem největší sítě faktoringových společností Factors Chain International s více jak 200 členy z více než 60 zemí světa. Současně je zakládajícím členem Asociace faktoringových společností v České republice (factoringcs.cz 2020). Dceřiná společnost Erste Grantika Advisory, a.s. je českou konzultační a poradenskou společností, které se v této oblasti pohybuje od roku 2000. Klienty provází fázemi čerpání evropských dotací. Součástí služeb jsou i oblasti finančního řízení, optimalizace a strategického řízení organizací (grantika.cz 2020). Dalším členem finanční skupiny je společnost MOPET CZ a.s., která vznikla na podzim roku 2010 a její založení iniciovali Tomáš Salomon a Viktor Peška. MOPET CZ a.s. se zabývá implementací inovací, digitalizací do tradičního finančního světa (mopetcz.cz 2020). Firma pracovala na aplikaci Poketka, George, Blesk peněženka a mnoho jiných projektech (mopetcz.cz 2020).

Česká spořitelna byla v České republice založena dne 30. prosince 1991 se sídlem Olbrachtova 1929/62, 140 00 Praha 4. Jediný akcionář České spořitelny je Erste Group Bank AG se sídlem společnosti 1100 Vídeň, Am belvadere 1, Rakouska republika. Základní kapitál 15 200 000 000 Kč ve formě kmenových akcií na jméno v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 100 Kč. Statutárním orgánem je představenstvo se šesti členy. Předsedou představenstva je Ing. Tomáš Salomon, který je ve funkci od 2. ledna 2019, místopředsedou představenstva je od 1. srpna 2017 Wolfgang Schopf. Dalšími členy představenstva jsou Ing. Karel Mourek, Ing. Daniela Pešková, Ing. Pavel Kračmár a Ing. Petr Brávek. V dozorčí radě České spořitelny sedí devět členů a jejím předsedou od 26. června 2017 je Američan John James Stack. Dozorčí rada se rovněž skládá ze dvou místopředsedů, kteří byli shodně do funkce jmenováni 11. prosince 2019 a to Mag. Bernhard Spalt a Ing. Štefan Máj. Ostatními

členy dozorčí rady jsou Aleše Veverka, Ing. Petr Brázda, Dipl.-Ing. Stefan Dörfler, Dipl. Ing. Maximilian Hardegg a členky Ing. Zlata Gröningerová a Helena Černá (justice.cz 2021).

1.3.4 Československá obchodní banka (ČSOB)

Belgická KBC Bank NV skupiny KBC Group je stoprocentním vlastníkem Československé obchodní banky. Jedná se o bankopojišťovací skupinu, která se zaměřuje především na klienty v oblasti fyzických osob, privátního bankovníctví, malých a středních podniků a středně velkých korporací (csob.cz 2021). V roce 1998 se spojily dvě belgické banky (Kredietbank a CARA Bank) a pojišťovací společnosti (ABB) a společně vytvořily KBC Bank and Insurance Holding Company. O rok později společnost zahájila expanzi na trhy střední a východní Evropy akvizicí ČSOB v České republice a na Slovensku. Mezi lety 2000 a 2005 získala skupina své pozice na bankovních a pojišťovacích trzích ve střední a východní Evropě. Díky akvizicím v Polsku, Maďarsku, České republice a na Slovensku se stává jedním ze tří největších společností ve finančním sektoru v daném regionu. Současně zavádí domácí bankopojišťovací model v daných regionech. Banka KBC Bank and Insurance Holding Company se v roce 2005 spojila s mateřskou společností (Almanij) a vytvořila společnost KBC Group NV. Během následujících dvou let společnost posiluje postavení akvizicemi v Bulharsku, Rumunsku a Srbsku a současně zakládá přítomnost na ruském trhu. V roce 2009 byl zahájena strategie odprodeje, která se zaměřuje pouze na domácí trhy Belgie, České republiky, Slovenska, Maďarska, Polska a Bulharska. O rok později přišla změna strategického plánu společnosti, během kterého byla prodána akvizice v Polsku (kbc.com 2021). V roce 2017 získala KBC Group akvizici UBB a Interlease v Bulharsku. United Bulgarian bank byla založena v roce 1992 sloučením 22 bulharských regionálních komerčních bank a od roku 2000 byla součástí Řecké národní banky (NBG). Interlease v době akvizice působila na trhu již 21 let a současně byla třetí největší poskytovatel leasingových služeb v Bulharsku.

KBC již působila v bulharském bankovním sektoru od roku 2007 prostřednictvím své dceřiné společnosti CIBANK. Spojením United Bulgarian Bank a CIBANK získala společnost třetí největší bankovní skupinu v této oblasti s celkovým tržním podílem 11 %. KBC Group je přítomna v pojišťovníctví sféře v Bulharsku prostřednictvím své dceřiné společnosti DZI Insurance, která působí v oblastí životního a neživotního pojištění. Společně

se United Bulgarian Bank, CIBANK a DZI Insurance stali největší pojišťovací skupinou v Bulharsku. Součástí fúze v Bulharsku je aktivizace již zmíněné Interlease, které v té době byla třetí největší poskytovatel leasingových služeb s 13% podílem na trhu. Johan Thijs, generální ředitel KBC Group, uvedl: „...*Stanovenou strategií KBC je být lídrem na hlavních trzích, tj. obsadit první tři pozice v bankovníctví a první čtyři v pojišťovnictví. Kombinace UBB a CIBANK vytvoří třetí největší bankovní společnost v zemi, což umožní posílit její pozici v zemi ze současné pozice devítky...*“ (newsroom.kbc.com 2016).

V roce 2019 došlo k akvizici zbývající části v ČMSS (kbc.com 2021). Českomoravská stavební spořitelna je největší stavební spořitelnou v České republice v roce 2018 s tržním podílem 42 % z úvěru ze stavebního spoření a 40 % u vkladů ze stavebního spoření. Českomoravská stavební spořitelna byla založena v roce 1993 jako společný podnik mezi ČSOB a Bouchsparkasse Schwäbisch Hall (newsroom.kbc.com 2019). Českomoravská stavební spořitelna aktuálně působí pod názvem ČSOB Stavební spořitelna, která je členem ČSOB skupiny a je jejím stoprocentním akcionářem od dubna 2019 (csobstavební.cz 2021). Akvizice slovenské banky OTB Banka Slovensko proběhla v roce 2020. Začátkem dubna 2021 se mezi KBC Group a Bank of Ireland dohodly na memorandu o dohodě, kdy se Bank of Ireland zavázala získat všechna aktiva a pasiva KBC Bank Ireland. Provedení této transakce mělo za následek odstoupení KBC Group z Irského trhu (kbc.com 2021).

ČSOB Pojišťovna vznikla 17. dubna 1992, pod současným názvem působí od 6. ledna 2003 a patří do skupiny ČSOB v České republice. ČSOB Pojišťovna nabízí komplexní pojišťovací služby občanům, živnostníkům, ale i rovněž malým podnikům až po velké korporace. Hlavní akcionář je z nadnárodní skupiny KBC, jímž je belgická pojišťovna KBC Verzekeringen NV. V České republice patří mezi největší pojišťovny, v roce 2019 předepsala pojistné o objemu 13,4 mld. Kč. Tržní podíl podle České asociace pojišťoven je na úrovni 8,1 % (csobpoj.cz 2021). Mezi další společnosti skupiny ČSOB patří ČSOB Leasing, Hypoteční banka, Poštovní spořitelna, ČSOB Penzijní společnost, Patria Finance, Top-Pojištění.cz s.r.o. a Ušetřeno.cz, s.r.o. ČSOB Leasing působí na trhu již od roku 2001, od té doby se pravidelně umísťuje na prvních příčkách mezi leasingovými společnostmi (csobstavební.cz 2021). Pro klienty poskytuje úplnou nabídku produktů (asset finance) pro pořízení dopravní techniky, stroji a zařízení (csobleasing.cz 2021) mj. je držitelem certifikátu jakosti dle normy ISO 9001:2000 (csobstavební.cz 2021). Hypoteční banka pod současným názvem funguje od roku 2006 a byla založena v roce 1991 v Hradci Králové.

Hypoteční banka byla první tuzemská banka, která v roce 2005 získala licenci na vydání hypotečních zástavních listů (Výroční zpráva Hypoteční banka 2019). Banka je úzce specializovanou bankou, která se zaměřuje na oblast poskytování hypotečních produktů v oblasti financování nemovitostí určeným k bydlení. Banka nabízí své služby prostřednictvím strategických partnerů – ČSOB, Poštovní spořitelna a ČSOB Stavební spořitelna, která dříve fungovala pod názvem ČMSS (hypotecnibanka.cz 2021). ČSOB Penzijní společnost fungovala do konce roku 2012 pod obchodním názvem ČSOB Penzijní fond Stabilita, a.s. Na trhu penzijního připojištění funguje již od roku 1994, přičemž původní název společnosti byl Českomoravský penzijní fond. K fúzi s členem skupiny ČSOB došlo v roce 2011 s ČSOB Penzijním fondem Progres, a.s. (csob-penze.cz 2021).

Skupina Patria zahrnuje celkově tři společnosti. Patria Finance, a.s. byla založena v roce 1994 jako první investiční banka v České republice (patria.cz 2021). Aktuálně zprostředkovává pro individuální investory obchody s cennými papíry na všech hlavních trzích a patří mezi největší obchodníky s akciemi v České republice a střední Evropě. Druhá ze tří společností je Patria Online, která poskytuje zpravodajství na ekonomickém a finančním portálu www.patria.cz. Patria Corporate Finance je poslední společností, která zajišťuje poradenství v oblasti akvizic a divestic společností a mj. se podílí na primárních emisích cenných papírů. Do skupiny ČSOB patří i dva internetové srovnávače finančních, energetických a telekomunikačních produktů. Top-pojištění.cz, která je součástí bankovní skupiny ČSOB od roku 2016 je největší prodejcem cestovního pojištění na českém online trhu a dále rovněž nabízí srovnání nabídek ostatních produktů z oblastí pojištění. Ušetřeno.cz je internetový portál k porovnávání nabídek služeb pro domácnosti. Nabízí bezplatné porovnání produktů více než 100 společností v oblastech energetiky, financí, pojištění a telekomunikací (csobstavební.cz 2021).

Obchodní firma Československá obchodní banka, a.s. působí v České republice od 21. prosince 1964 se sídlem společnosti Radlická 333/150, 150 57 Praha 5. Jediným akcionářem je KBC Bank N.V. se sídlem Belgické království, Havenlaan 2, 1080 Brusel. Základní kapitál společnosti 5 855 000 040 Kč je ve formě kmenových akcií na majitele v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 20 Kč. Statutárním orgánem je představenstvo se sedmi členy a v čele představenstva je předseda John Arthur Hollows. Dalšími členy jsou Marcela Suchánková, Jan Sadil, Petr Hutla, Héléne Goessaert, Ing. Petr Knapp a Jiří Vévoda. V dozorčí radě Československé obchodní banky je šest členů a jejím předsedou je Zdeněk

Tůma. Ostatními členy jsou Franky Depickere, Christine Van Rijseghem, Willy Kiekense, Ladislava Spielbergerová a Štěpán Stránský (justice.cz 2021).

1.3.5 Equa bank

Banka pod názvem Equa bank vstoupila na český trh v červenci 2011 (Výroční zpráva Equa bank 2020) a to díky bance, která na českém trhu působila od 6. ledna 1993, kdy tehdy vznikla International Commercial Bank Group, neboli IC Banka. Většinový podíl (92,4 %) patřil akcionáři z Kuala Lumpur v Malajsií Tan Sri Dato Robertu Tan Hua Choon a zbytek patřil bývalému československému premiérovi Mariánu Čalfovi. Oproti nynější Equa bank, která se soustředí především na klienty z retailového bankovníctví, IC Banka upřednostňovala firemní klientelu. Původní záměr IC Banky bylo zaměřovat se na podporu obchodování s asijskými a africkými zeměmi, nakonec se toto neuskutečnilo a zůstala pouze na českém trhu. V září 2007 banku koupila italská bankovní skupina Banco Popolare Società Cooperativa a stává se jejím jediným akcionářem. Avšak po dvou letech se italská bankovní skupina rozhodla, že banku v České republice prodá (Chvátal 2011).

Londýnský AnaCap Financial Partners LLP je jeden z největších evropských specializovaných soukromých kapitálových investorů v oboru finančních služeb. Fondy AnaCap spravují kapitál ve výši 5,1 mld. EUR po celém světě (anacapfp.com 2021). V prosinci 2009 oznámil zmíněný britský fond AnaCap, že provádí akvizici v České republice, ačkoliv licenci od České národní banky dostala až v červnu 2011. Banco Popolare se tedy v červenci mění na Equa bank, u které je stoprocentním vlastníkem Equa Group Limited (Chvátal 2011).

Jediným akcionářem Equa bank, a.s. je skupina Equa Group Limited sídlící CBD5030 Qormi, B2, Industry Street, Zone 5, Central Business District, Maltská republika. Equa Group Limited je ve vlastnictví fondů britské společnosti AnaCap Financial Partners LLP. Základní kapitál ve výši 2 260 000 000 Kč ve formě kmenových akcií na jméno v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 1 000 000 Kč s celkovým počtem 2 259 ks. A současně 10 ks kmenových akcií ve jmenovité hodnotě 100 000 Kč. Statutárním orgánem – představenstvo a v jejím čele předseda představenstva Petr Řehák s ostatními členy Brett Matthew Belcher, Monika Kristková, Pavel Sedláček, Tomáš Dvořák. Předseda dozorčí rady je brit Peter Bramwell Cartwright a členy dozorčí rady jsou Eric Verret a Ondřej Hák

(justice.cz 2021). RBI Group do které patří banka Raiffeisenbank podepsala v únoru 2021 dohodu o koupi 100 % akcií Equa bank (Equa bank a.s. a Equa Sales and Distribution s.r.o.) od AnaCap Financial Partners LLP. Tímto krokem česká Raiffeisenbank získá kolem 488 000 zákazníků současné Equa bank s celkovými aktivy ke konci roku 2020 ve výši 2,8 mld. EUR. Pro srovnání za stejné období vykazala Raiffeisenbank celková aktivita za 15,7 mld. EUR (rb.cz 2021). Souhlas ke koupi vydala Česká národní banka 14. května 2021 a společně se souhlasem ÚOHS jsou splněny veškeré základní podmínky pro uskutečnění transakce (Tisková zpráva Raiffeisenbank 2021).

1.3.6 Fio banka

V roce 1993 se rozhodla skupina studentů a absolventů Matematicko-fyzikální fakulty Univerzity Karlovy založit firmu zaměřenou na obchodování s cennými papíry pod názvem Fio. V počátku spustili a vyvíjeli software pro snadnější a rychlejší realizaci obchodů na burzách. Tento systém začali nabízet klientům a díky rozumnému řízení nákladů a rizik a současně na důrazu dlouhodobé stability se po několika letech stala Fio největší on-line broker v České republice. Snahou absolventů Univerzity Karlovy bylo rozšíření poskytování finančních služeb, to vedlo k založení družstevní záložny. Dynamika a vývoj Fio banky vedl k tomu, že v roce 1998 spustila jako první z dnešních finančních institucí internetbanking. Velkou investicí bylo pro Fio banku koupě 100 % podílu akcií organizátora mimoburzovního trhu RM-SYSTÉM, které se povedlo české bance o 2 roky později transformovat na českou burzu cenných papírů. Fio burzovní společnost, a.s. v roce 1998 poprvé v České republice zpřístupnilo on-line obchodování v USA a během následujících pěti let rozšířila svoji působnost na trzích v Německu, Slovensku, Maďarsku a Polsku. Aktuálně je Fio banka největším českým obchodníkem s cennými papíry zaměřenými pro drobnou retailovou klientelu a v obchodování s akciemi přes internet má dominantní postavení v České republice.

Důležitým milníkem pro Fio, burzovní společnost, a.s. byl rok 2008, kdy požádala Českou národní banku o bankovní licenci. O dva roky později, v roce 2010, získala bankovní licenci a stala se Fio bankou a od 1. září začala mj. nabízet i tradiční bankovní produkty pro klienty.

Česká Fio banka své služby a produkty poskytuje na více než osmdesáti pobočkách po celé České republice, ve kterých nabízí služby a řešení pro osobní a firemní finance. Banka

se zaměřuje na dvě hlavní oblasti, kterými jsou: poskytování tradičních bankovních produktů a zprostředkování obchodů s cennými papíry. Současně je Fio banka členem České bankovní asociace a signatářem Kodexu mobility klientů, které usnadňuje přechod klientů mezi bankami (fiobanka.cz 2021). Fio banka se řadí mezi největší banky v České republice, na jaře 2020 dosáhla 1 000 000 klientů (Sochor 2021).

Datum vzniku a zápis do obchodní rejstříku v České republice je datovaný na 31. srpna 1994 se sídlem společnosti V Celnici 1028/10, Praha 1 117 21 Česká republika. Jediným akcionářem je Fio holding, a.s. se sídlem V Celnici 1028/10, Praha 1 117 21 Česká republika. Základní kapitál společnosti 760 000 000 Kč ve formě kmenových akcií na jméno v zaknihované podobě jmenovité hodnotě 1 000 Kč. Statutární orgán – představenstvo a jejím předsedou je Mgr. Jan Sochor a další čtyři členové jsou Mgr. Filip Novotný, Ing. Jan Bláha, Ing. Marek Polka a Mgr. Josef Valter. V dozorčí radě společnosti jsou 3 členové, přičemž jejím předsedou je Mgr. Romuald Kopún a jejím místopředsedou RNDr. Petr Marsa, MBA, LL.M a posledním členem je Ing. Ján Franek (justice.cz 2021).

1.3.7 mBank

Banka zahájila svoji činnosti v roce 1986 v Polsku jako Bank Rowoju Eksportu (BRE Bank) a v průběhu let systematicky budovala kompetence v poskytování služeb pro klienty. V listopadu 2013 banka sjednotila značky pod jednotný název mBank. mBank poskytuje komplexní služby v oblasti retailového, služby pro firmy, korporátního a privátního bankovníctví. Bank Rowoju Eksportu debutovala na varšavské burze v roce 1992 a během roku 1998 proběhla akvizice a fúze s Polski Bank Rozwoju SA. Toto převzetí bylo historicky prvním převzetím na polském kapitálovém trhu prostřednictvím veřejné soutěže. Ze začátku dceřiná společnost byla v Polsku spuštěna v roce 2000 a jednalo se o první internetovou banku v zemi. O rok později Bank Rowoju Eksportu založila druhou maloobchodní banku pod názvem MultiBank. Svoji činnost na českém trhu banka rozšířila v listopadu 2007, v tentýž roce zahájila aktivitu i na Slovensku. Důležitým milníkem pro banku byl rok 2013, kdy všechny značky Bank Rowoju Eksportu Group se sjednotili pod jediný název mBank. Během následujících let zahájila banka dlouhodobou spolupráci s pojišťovací skupinou AXA (mbank.pl 2021), která nabízí komplexní služby v oblasti pojištění osob a majetku (axa.cz 2021). Skupina AXA byla v roce 2020 převzata pojišťovací společností UNIQA a s

kupní cenou 1 mld. EUR se jednalo vůbec o největší akvizici v historii skupiny UNIQA Insurance Group AG (Tisková zpráva UNIQA 2020).

O rok později tj. v roce 2016 dceřiné společnosti mBank – Dom Maklersku mBanku a mWealth Management byly začleněny do organizační struktury banky (mbank.pl 2021). První zmíněná společnost se zaměřuje na makléřský obchod v oblasti investic a pro své klienty poskytuje široké poradenství v oblasti kapitálových trhů (mdm.pl 2021). Druhá zmiňovaná společnost mWealth Management působí na trhu od roku 2000, nejprve pod názvem BRE Asset Management SA a později jako Skarbiec Investment Management SA. Společnost poskytuje komplexní správu investic, ve kterých nabízí investiční poradenství, správu aktiv, optimální právní a daňová řešení. Současně v roce 2016 dochází ke spojení společností, která poskytuje finanční poradenství Aspiro se skupinou mBank a aktuálně působí pod názvem mFinanse (mbank.pl 2021).

Datum vzniku a zápis do obchodního rejstříku v České republice proběhl dne 14. srpna 2007 se sídlem společnosti Pernerova 691/42 Karlín, 186 00 Praha 8. Jedná se o odštěpený závod zahraniční právnické osoby mBank S.A. se sídlem společnosti 00-850 Varšava, Prosta 18, Polská republika a vedoucím odštěpeného závodu je Pawel Kucharski. Statutárním orgánem zřizovatele jsou zahraniční osoby a předsedou představenstva je Cezary Stypułkowski, dalšími členy jsou místopředsedové představenstva a těmi jsou Cezary Kocik, Krzysztof Dabrowski, Andreas Böger, Adam Pers a Marek Lusztyń (justice.cz 2021).

1.3.8 Hello bank!

Hello bank! je obchodní značkou francouzské banky BNP Paribas Personal Finance SA. V České republice od roku 1996 až do roku 2015 fungovala pod názvem Cetelem jako poskytovatel nebankovních úvěrů. Přičemž značka Cetelem se v roce 2015 transformovala na banku a o dva roky později došlo k přeměně na Hello bank! s kompletním portfoliem bankovních služeb (Hellobank.cz 2021). Banka BNP Paribas v České republice působí od roku 1992 a dnes je zastoupena plně licencovanou bankou BNP Paribas SA – pobočka Praha. Banka se zaměřuje především na korporátní a institucionální bankovníctví.

Banque Nationale de Paris (BNP) neboli francouzská národní banka byla vytvořena v roce 1966 a to spojením bank Comptoir National d'Escompte de Paris a Banque Nationale pour le Commerce et l'Industrie, které byly v roce 1945 znárodněny a vytvořily první

francouzskou národní banku. Vůbec první předchůdci skupiny byly *comptoirs d'escompte* neboli diskontní banky, založené v roce 1848 za účelem řešení hospodářské a bankovní krize. A to již zmíněná *Comptoir National d'Escompte de Paris* (CNEP) specializovaná na mezinárodní financování obchodu již v roce 1860 založila mezinárodní bankovní síť. V té době byla CNEP klíčovou společností v oblasti podnikových financí a finančních trhů nejen ve Francii. Mezi další diskontní banku, která stála ve zrodu banky BNP Paribas byla společnost *Comptoir d'Escompte de Mulhouse* (CEM). CEM byla založena z iniciativy textilních a manufakturních společností a v roce 1930 ji převzala její dceřiná společnost *Banque Nationale de Crédit*, která během krize 1932 zkrachovala a následně byla uvedena na trh pod názvem *Banque Nationale pour le Commerce et l'Industrie* (BNCI). Po znárodnění CNEP a BNCI byla banka *Banque Nationale de Paris* důležitým milníkem v historii bankovníctví ve Francii, kdy došlo k rozšíření přístupu k bankovnímu systému ve francouzské populaci. V roce 1993 byla BNP privatizována pod vedením Michela Pébureaua, který společnost transformoval.

V roce 1999 převzala BNP kontrolu nad Paribasem. Společnost Paribas, dříve působila pod názvem „*Banque de Paris et des Pays-Bats*“, byla založená v roce 1872 a stala se přední francouzskou investiční bankou. Paribas držela podíly ve velkém počtu společností specializovaných na finanční trhy a financování infrastruktury. V roce 1998 převzala Paribas společnost *Comagnie Bancaire*, která se zaměřovala na poskytování finančních služeb. O rok později po převzetí společnosti Paribas *Banque Nationale de Paris* založila skupinu BNP Paribas po integraci několika bank, které patřily mezi bankovní společnosti bohaté na historii. Tímto krokem se stala silným lídrem na evropském bankovním trhu. Do skupiny BNP Paribas patřily banky od roku 2001 *Bank of the West*, která byla založena ve Spojených státech amerických v roce 1874. Od roku 2005 společnost *Türk Ekonomi Bankasi* z Turecka, která byla vytvořena od roku 1927 a o rok později se do skupiny BNP Paribas přidala italská banka *Banca Nazionale del Lavoro*, jejíž počátky sahají do roku 1913. V roce 2009 se do skupiny integrovaly dvě banky, přičemž první banka byla vytvořená po fúzi mezi *Generale Bank* (dříve *Société Générale de Belgique*, založena v roce 1822) a *Caisse Générale d'Epergne et Retraite/Algemene Spaar en Lijfrentekas*, založena v roce 1865. Tyto banky vystupovaly pod názvem *Fortis bank*. BNP Paribas *Fortis*. *Banque Générale du Luxembourg* založena v roce 1919, byla druhou bankou, která se přidala do skupiny téhož roku

(bnpparibas.cz 2021). Dalšími akvizice proběhly v roce 2014, kdy skupiny posílala své silné postavení na evropském trhu, a to bankami v Polsku a dvěma bankami v Německu.

Začátek 21. století předznamenal digitální výzvu pro bankovníctví, ačkoliv skupina BNP Paribas byla průkopníky přechodu na vícekanálové bankovníctví, rostoucí tempo digitalizace na celém světě, rostoucí mobilita, fluktuace klientů a vznik nových bankovních společností vyžadovala stále aktivnější snahu banky. Tyto důvody vedly k založení Hello bank! a byla vůbec první bankou, která byla založena pro mobilní využití v celoevropském měřítku (group.bnpparibas 2021).

Datum vzniku a zápisu v obchodním rejstříku proběhl dne 20. února 2015, kdy byla založena Hello bank! v České republice. Se sídlem společnosti Karla Engliše 3208/5, Smíchov, 150 00 Praha 5. Zřizovatelem je zahraniční osoba BNP Paribas Personal Finance se sídlem společnosti 75009 Paříž, 1 boulevard Haussmann, Francouzská republika a vedoucím odštěpeného závodu je Bruno Leroux. Statutárním orgánem zřizovatele jsou zahraniční osoby a předsedou správní rady je Thierry Laborde. Pověřeni generální ředitelé jsou Janny Gerometta a Benoît Cavalier. Náměstkem generálního ředitele a současně členem správní rady jsou Charlotte Pascale Dufourcq Dennery a Jean-Marie Bellafiore. Ostatními členy správní rady jsou: Caroline Soetaert Tchekhoff, Gildas Guyot, Alain Van Groenendael, Sylvie David-Chino, Virginie Zisswiller Korniloff (or.justice.cz 2021).

1.3.9 Komerční banka

Komerční banka patří do skupiny francouzské společnosti Société Générale. Mateřská společnost byla založena dne 4. května 1864, kdy Napoleon III. podepsal zakládající dekret. Banka rozšiřovala pobočkovou síť a do roku 1940 jich měla na francouzském území až 1 500. První mezinárodní pobočku otevřela v Londýně v roce 1871 a současně začala budovat globální dosah financování, který byl zásadní pro rozvoj v řadě zemí Latinské Ameriky, Evropy a Afriky. Do první světové války měla banka zastoupení ve 14 zemích, a to buď přímo, nebo přes své dceřiné společnosti. Následovalo otevírání poboček v New Yorku, Buenos Aires, Abidjanu, Dakaru a získání podílů v bankovních domech ve střední Evropě.

Société Générale byla znárodněna francouzským zákonem 2. prosince 1945 a hrála důležitou roli při financování obnovy území po světové válce. Banka zastávala pozici lídra na trhu a přispívala v prosperující poválečné době, a to pomocí inovativních produktů pro podniky,

slevy na úvěr a financování pomocí leasingu. V červnu 1987 byla Société Générale privatizována zahájením akciového trhu a její akcie byly nabídnuty zaměstnancům bankovní společnosti.

Skupina vyvinula univerzální finanční a bankovní strategii pro korporátní a investiční bankovníctví na podporu celosvětové rozvoje. Ve Francii banka rozšířila síť retailového bankovníctví založením v roce 1995 společnosti Fimatex, které se později stala Boursorama a současně akvizicí Crédit du Nord v roce 1997. Postupně se banka rozšiřovala do střední a východní Evropy prostřednictvím Komerční banky v České republice, BRD v Rumunsku a v Rusku Rosbank. Růst probíhal rovněž v Africe, a to konkrétně v Maroku, Pobřeží slonoviny a Kamerunu (societegenerale.com 2021).

Komerční banka v České republice vznikla v roce 1990 vyčleněním obchodní činnosti bývalé Státní banky československé. V roce 1992 byly akcie Komerční banky zařazeny do kuponové privatizace, kdy došlo ke schválení privatizačního projektu vládou ČSFR se Státní peněžní ústav a Komerční banka se stala akciovou společností. Majitelem akcií KB jsou Fondy národního majetku České republiky a Slovenské republiky. Francouzka Société Générale se v roce 2001 ujímá manažerské kontroly v Komerční bance a Česká republika inkasovala od francouzské společnosti 40 miliard Kč. Vláda schválila prodej státních akcií již v roce 1997, avšak inzerát o prodeji zveřejnila o dva roky později, kde vyzývala potencionální investory o koupi státního podílu. V říjnu 2006 Komerční banka zvýšila svůj podíl ve společnosti Modrá pyramida stavební spořitelna ze 40 na 100 %. Podíl získala koupí od společností BHW a České pojišťovny a cena akvizice byla 144 milionů eur, což odpovídá přibližně 4,2 miliardám Kč. Tato transakce pro Komerční banku poskytla možnost oslovit více než 610 tisíc klientů, které dosud nebylo klienty Komerční banky (kb.cz 2021). Modrá pyramida stavební spořitelna je akciová společnost založena 16. prosince 1993 v Praze pod názvem Všeobecná stavební spořitelna. Modrá pyramida byla založena třemi společnostmi, a to Komerční bankou, německou společností BHW holding AG a Českou pojišťovnou. Za dobu působení na českém trhu půjčila bezmála 200 miliard korun a pomohla více než 400 tisícům klientů a jejich rodinám. Komerční banka a Modrá pyramida stavební spořitelna využívají synergie křížového prodeje pramenících z klientské základny MPSS a sítě vyškolených poradců pracujících výhradně pro Modrou pyramidu. Komerční banka jako první banka v České republice se zavázala udržet garantovanou úroveň služeb pomocí dodržování jasně definovaných postupů a principů a současně s tím umožnila

klientům nezávislé řešení sporu ustanovením funkce ombudsmana. Současně jako první banka v roce 2008 podepsala smlouvu o odběru „Zelené energie“. Připojila se k projektu, který umožňuje vyjádřit zodpovědnost k životnímu prostředí a podporuje rozvoj využití obnovitelných zdrojů pod záštitou Skupiny ČEZ. O rok později se přidala k některým bankám na českém trhu ke „Standardu České bankovní asociace o mobilitě klientů a postupu při změně banky“, který má za cíl zjednodušit přechod klientů mezi bankami.

V květnu 2011 podstoupila Komerční banka významný krok díky akvizici 50,1 % podílu ve společnosti SGEF, která je předním poskytovatelem financování zajištěného aktivity v České republice (kb.cz 2021). Société Générale Equipment Finance je finanční společnost v České republice a na Slovensku, která byla založena v roce 1996 pod názvem DB Leasing. Zabývá se investicemi v oblasti stavebnictví, zemědělství, high-tech technologií, nemovitostí, speciálních projektů a strukturovaného financování. Klientům nabízí podnikatelské úvěry, včetně využití podpory, které mohou být založené na dotacích a operačních programech provozovaných Evropskou investiční bankou a vládními institucemi. Součástí nabídky je finanční a operativní leasing a k tomu potřebné pojištění. V České republice je síť šesti poboček, které doplňují dvě pobočky na Slovensku. Société Générale Equipment Finance je součástí mezinárodní skupiny Société Générale a majitelé jsou Komerční banka a Société Générale Equipment SA. Rovněž je společnost členem České leasingové a finanční asociace (ČLFA) a Asociace leasingových společností Slovenské republiky (ALSSR). V roce 2020 společnost vykázala historicky největší tržní podíl v České republice a to 21,3 % (equipmentfinance.societegenerale.cz 2021).

Do skupiny Komerční banky patří také Komerční pojišťovna, a.s. (dále také Komerční pojišťovna nebo KP). KP je univerzální pojišťovací společností, která umožňuje poskytovat služby v životním i neživotním pojištění, a to nejen na území České republiky. Společnost mj. poskytuje služby mimo Skupinu KB, a to na trzích v Bulharsku, Rumunsku a v Německu, avšak Komerční pojišťovna spolupracuje především se společnostmi patřící do Skupiny KB, a to nejen z pohledu nejrozsáhlejší sítě Komerční banky, ale i společnosti ESSOX, s.r.o., Modrá pyramida stavební spořitelna, a.s. a Penzijní společnosti Komerční banky, a.s. Komerční pojišťovna využívá významný externí distribuční kanál z řad partnerů, kteří zprostředkovávají pojišťovací činnost (Výroční zpráva Komerční pojišťovna 2020). KP byla založena 1. září 1995 a majoritním vlastníkem Komerční pojišťovny je francouzská pojišťovna SOCECAP S.A. s podílem 51 %, která je 100% dceřinou společností Société

Générale. Komerční banka s celkovým podílem 49 % je minoritním akcionářem (kb-pojistovna.cz 2021). Již zmíněná společnost ESSOX s.r.o. vstoupila do skupiny Komerční banky a Société Générale deset let po jejím vzniku, tj. v roce 2003. Je vlastněna z 50,9 % Komerční bankou a 49,1 % Sociéte Générale Consumer Finance. ESSOX s.r.o. od roku 1993 vznikla jako poskytovatel leasingu a spotřebitelského financování a o tři roky později se společnost podílela na vzniku sdružení SOLUS, který má za cíl přispívat k prevenci a ochraně klientů proti předlužování tzv. odpovědného úvěrování. Od 1. července 2016 získala ze 100 % do svého portfolia společnost PSA Finance Česká republika, s.r.o. a PSA Finance Slovakia, s.r.o. a tímto krokem přidala společnost ESSOX produkty v oblasti financování automobilu. PSA Česká republika se stala součástí své mateřské společnosti, čímž zanikla. Avšak klíčové produkty Citroën financial services a Peugeot finance zůstaly mezi klíčové produkty. ESSOX je členem České leasingové a finanční asociace a současně patří mezi uživatele Nebankovního (NRKI) i Bankovního (BRKI) registru klientských informací (essox.cz 2021).

Mezi další již zmíněné dceřiné společnosti Komerční banky patří společnost Modrá pyramida stavební spořitelna (dále jen Modrá pyramida). Modrá pyramida byla založena 16. prosince 1993 v Praze a společnost začínala pouze s poskytováním úvěrů pro bydlení a současně pomáhala lidem s privatizací bytů, rekonstrukcemi bytového fondu a koupí nebo výstavbou nemovitosti. Od svého působení na českém trhu půjčila společnosti takřka 200 miliard korun více než 400 000 klientům a jejich rodinám. Aktuálně Modrá pyramida se nachází na 200 poradenských centrech po celé České republice a zaměstnává více než 1000 poradců v oblasti finančního poradenství (modrapyramida.cz 2021). Předsedou představenstva a generálním ředitelem je Michael Pupala, který začátkem srpna 2021 nahradil dosavadního předsedu a generálního ředitele Pavla Jiráka, které v Modré pyramida zůstává jako člen představenstva (Tisková zpráva Modré pyramidy 2021).

Datum vzniku a zápis do obchodního rejstříku Komerční banky v České republice proběhl 5. března 1992 se sídlem společnosti na Příkopě 33, č.p. 969, 114 07 Praha 1 – Staré město. Základní kapitál ve výši 19 004 926 000 Kč ve formě zaknihovaných akcií na majitele v jmenovité hodnotě 100 Kč. Statutárním orgánem je představenstvo se šesti členy a jejím předsedou je Jan Juchelka, který je ve funkci od 4. srpna 2021. Ostatními členy jsou Jitka Haubová, David Formánek, Miroslav Hiršl, Margus Simson, Didier Luc Marie Colin. V dozorčí radě Komerční banky sedí devět členů a jejím předsedou je od 3. května 2021

Giovanni Luca Soma a místopředsedou Petra Wendelová. Ostatními členy dozorčí rady jsou Jarmila Špůrová, Cécilie Camilli, Vojtěch Šmajer, Ondřej Kudrna, Sylva Kynychová.

Odštěpený závod Komerční banky, jako společnosti nástupnické byla díky přeshraniční fúzi sloučením sloučená s obchodní firmou Komerční banka Bratislava, a.s., pobočka zahraničnej banky, se sídlem společnosti Hodžovo náměstí 1A, 811 06 Bratislava. A vedoucím odštěpeného závodu je Katarína Kurucová (justice.cz 2021).

1.3.10 MONETA Money Bank

V roce 1990 po rozhodnutí Státní banky Československé byla založena jedna z prvních komerčních bank Agrobanka. Agrobanka se od svého založení potýkala s problémy, které pramenily především z financování rizikových odvětví. Krach neodvrátila ani finanční skupina Motoinvest, tehdy pod vedením Pavla Tykače. A proto také Česká Národní Banka v září 1996 uvalila na Agrobanku nucenou správu (archiv.hn.cz 2000). Americká korporace General Electric (GE) vstoupila se svou divizí v roce 1998 na český trh a založila GE Capital Bank. Za deset let prošla GE Capital Bank kompletní změnou vizualizace značky a z banky se stala GE Money Bank.

V roce 2016 se po rozhodnutí společnosti GE prodat své finanční divize a současně vstup české GE Money Bank na burzu se z ní stává opět čistě ryzí česká banka MONETA Money Bank. Dalším důležitým milníkem pro MONETA Money Bank je rok 2020, kdy banka vstoupila na trh stavebního spoření a zdvojnásobila svůj podíl na hypotečním trhu akvizicí společnosti Wüstnerot – stavení spořitelna a Wüstenrot hypoteční banka. V červenci téhož roku došlo k přejmenování stavební spořitelny na MONETA Stavební spořitelna a 1. ledna 2021 byla dokončena fúze hypoteční banky a stala se součástí MONETA Money Bank (moneta.cz 2021). MONETA Money Bank financovala tuto akvizici z přebytečného kapitálu a likvidačních zdrojů. Celková kupní cena za 100% podíl ve společnosti Wüstenrot dosahovala 175 mil. EUR neboli téměř 4,5 mld. korun. Akvizice vylepšila tržní podíl společnosti v segmentu retailového bankovníctví o klientskou základnu přibližně o 344,5 tisíce klientů a své hypoteční portfolio navýšila o 37,8 miliardy Kč. (Výroční zpráva MONETA Money Bank 2020).

Jako většina ostatních bank působící v České republice, tak MONETA Money Bank má své dceřiné a přidružené společnosti. První z nich jsou MONETA Leasing, s.r.o. a MONETA Auto, s.r.o., které se zaměřují na financování vozidel v oblasti úvěrů a leasingů.

Společnost MONETA Leasing byla založena již v roce 1995 a to pod názvem VB Leasing CZ, spol. s.r.o. MONETA Money Bank resp. v 31. října 2014 GE Money Bank získala 100% obchodní podíl VB Leasing CZ, spol. s.r.o. od společnosti VB Leasing International Holding GmbH (monetaleasing.cz 2021). Další již zmíněnou společností v koncernu MONETA je společnost MONETA Auto, s.r.o. V roce 1994 vstoupila společnost na český trh pod značkou IMP Leas a zabývala se financováním vozidel. A tři roky později se IMP Leas stává součástí skupiny GE Consumer Finance tj. předchůdce MONETY (monetauto.cz 2021).

Datum vzniku a zápisu do obchodního rejstříku akciové společnosti MONETA Money Bank se uvádí 9. června 1998 se sídlem společnosti Vyskočilova 1442/1b, Michle, 140 00 Praha 4. Základní kapitál je ve výši 10 220 000 000 Kč ve formě kmenových akcií na jméno v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 20 Kč. Celkem je vydáno 511 000 000 ks kmenových akcií. Statutárním orgánem je představenstvo a v její čele sedí předseda představenstva Tomáš Spurný a místopředsedou je Carl Normann Vökt. Ostatními členy představenstva jsou Jan Novotný, Jan Friček a Klára Starková. Dozorčí rada má devět členů a předsedou dozorčí rady je Gabriel Eichler a místopředsedou Ing. Miroslav Singer, PhD. Ostatními členy dozorčí rady jsou Jana Výbošťoková, Zuzana Filipová, Klára Escobar, Denis Arthur Hall, Clare Ronald Clarke, Ing. Tomáš Pardubický a Ing. Michal Petrman (justice.cz 2021).

1.3.11 Raiffeisenbank

Friedrich Wilhelm Raiffeisen byl německý sociální reformátor, který se zabýval ekonomickými a sociálními problémy. Pracoval jako starosta obce v regionu Westewald, kde byl konfrontován s problémy zemědělců, dělníků, obchodníků a řemeslníků. Je považován za zakladatele úvěrových družstev na podporu rolníků a v souladu s jeho modelem farmáři zakládali družstva pro udržení svého podnikání.

První Raiffeisen banka byla založena v roce 1886 v Rakouském městě Mühlendorf. Není divu, že mezi původní členy patřili zemědělci, řemeslníci, dělníci a obchodníci, a to z důvodu, že v roce 1848 byl v Rakousku přijat zákon o agrární reformě. To mělo za následek prudký pokles cen obilí až o 80 procent. Jelikož společnosti dováželi levnější zboží ze sousedních Čech a Maďarska. Tímto každoročně končilo pět až deset tisíc farem vlastněných zemědělci postiženými závazky.

Samotné založení banky mělo podporu i mezi regionálními zemskými parlamenty, které chtěli s členy vyřešit agrární krizi, kterou Rakousko postihlo. V roce 1898 bylo podle systému Raiffeisen založení ústřední sdružení družstev, které působilo pod názvem „Allgemeiner Verband landwirtschaftlicher Genossenschaften in Österreich“. Raiffeisen Zentralbank Österreich byla založena v roce 1927, avšak původní název banky byl Genossenschaftliche Zentralbank. V rámci Raiffeisen Banking Group byla v roce 1961 založena Raiffeisen Bausparkasse (stavební spořitelna), která byla první ze specializovaných institucí v rámci celé skupiny. Mezi lety 1970 – 1986 bankovní skupina Raiffeisen zahájila všeobecnou modernizaci a zavedla nové přístupy ke sponzoringu a marketingu. Stratégové společnosti Raiffeisen důsledně uzavírali smlouvy o sponzorství. Vůbec prvním fotbalovým klubem, který byl v Rakousku sponzorován se stal klub Rapid Wien, ale rovněž s předními sportovci v zemi např. Niki Lauda, Gerhard Berger, Thomas Muster, Hermann Maier a Marcel Hirscher. Během tohoto období proběhla řada fúzí v mlékárenském a vinařském průmyslu.

Skupina v roce 1986 založila v Maďarsku svou první dceřinou banku a po pádu Berlínské zdi Raiffeisen iniciovala rozšíření své přítomnosti v zemích střední a východní Evropy. Na začátku 21. století skupina byla přítomna v patnácti zemích v Evropě a patří mezi významné finanční instituce na kontinentu. V roce 2013 zahájila skupina optimalizaci struktur a procesů, aby posílila pozici jedničky na rakouském trhu. Tento projekt měl za cíl optimalizovat strukturu a pracovní toky mezi kompletní skupinou Raiffeisen Banking Group, kam patří: Raiffeisen Wohnboubank, Raiffeisen Factor Bank, Raiffeisen Versicherung, Valida Holding, Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft a Raiffeisen Bausparkasse a téměř po dvou letech byl projekt úspěšně ukončen (rbinternational.com 2021).

Zakladatelská smlouva o působnosti Raiffeisenbank na českém trhu byla podepsána dne 5. května 1993 ve Vídni a v Linzu. Podle celkových aktiv se jedná aktuálně o pátou největší banku v České republice a současně vizí Raiffeisenbank je být nejrychlejší rostoucí banka na trhu a první alternativa pro klienty tradičních bank (rb.cz 2021). Banka se zaměřuje na poskytování služeb retailového bankovníctví a firemní klientele, přičemž si zakládají na vysokém standardu poskytování servisu, aktivnímu managementu služeb a aktivní správě financí. V roce 2020 Raiffeisenbank obsluhovala celkem 680 000 klientů v síti 119 poboček a klientských centrech a zaměstnává téměř 2700 zaměstnanců. Mezi dceřiné společnosti

skupiny Raiffeisen v České republice patří Raiffeisen Leasing, s.r.o., Raiffeisen stavební spořitelna, Raiffeisen investiční společnost.

Raiffeisen – Leasing, s.r.o. působí na českém trhu od roku 1994 a současně je členem České leasingové a finanční asociace (ČLFA). Společnost poskytuje financování investičních potřeb v oblasti zařízení, technologií, strojů, dopravních prostředků a nemovitostí. Pro oblast nemovitostí v roce 2001 vzniká v rámci skupiny nová společnost Raiffeisen – Leasing Real Estate zaměřená na financování nemovitostí. Financování vozidel v portfoliu společnost datuje od roku 2006, kdy v rámci svého rozvoje Raiffeisen – Leasing Real Estate koupila společnost MB Leasing. O šest let později došlo k propojení managementů a týmů obou skupin. Fúze proběhla v roce 2015 a sloučení Raiffeisen Leasing Real Estate a Raiffeisen Leasing, která je společností nástupnickou.

Aktuálně se jedná o čtvrtou největší leasingovou společnost na českém trhu podle celkového objemu portfolia a současně první místo v oblasti nebankovních úvěrů financování nemovitostních projektů, kde společnost dosahuje až 70% tržní podíl (rl.cz 2021).

V roce 1993 byla založena vůbec první stavební spořitelna v České republice, a to Raiffeisen Stavební spořitelna, které se o pět let později stala součástí finanční skupiny Raiffeisen. Důležitým milníkem je rok 2008, kdy se společnost sloučila s HYPO stavební spořitelna (rsts.cz 2021). V roce 2020 se 100% vlastníkem spořitelny stala Raiffeisenbank a.s. (rb.cz 2021).

Významné partnerství pojí tradiční a dlouhodobá spolupráce mezi UNIQA pojišťovna, a.s. a skupinou Raiffeisen. Spolupráce je ve vztahu preferovaného partnerství a vyvíjí se v řadě dalších evropských zemích. Společnost UNIQA připravuje a vyvíjí exkluzivní produkty právě pro účel finančních služeb skupiny. Podobně jako Raiffeisen se jedná o rakouský mezinárodní koncern UNIQA Insurance Group se sídlem ve Vídni. A na českém pojistném trhu zahájila pojišťovací a zajišťovací činnost v roce 1993 (rb.cz 2021) do roku 2001 pod názvem Česko-rakouská pojišťovna. Jedná o univerzální pojišťovnu, která se zabývá potřeby občanů i firem v oblasti životního a neživotního pojištění. Aktuálně se nachází na osmnácti trzích celého Evropského kontinentu a pod značkou UNIQA obsluhuje téměř deset milionů klientů (uniqa.cz 2021). V únoru 2020 byla oznámena akvizice společnosti AXA v České republice, Slovensku a v Polsku, která byla potvrzena a odsouhlasena closingem v říjnu 2020. Tímto spojením se UNIQA dostala do první pětky

pojišťovacích značek ve střední a východní Evropě. Díky integraci společností AXA získala UNIQA téměř 800 tisíc klientů a celkový tržní podíl díky spojení dosahuje 8 % na českém trhu. UNIQA pojišťovna mimo jiné převzala penzijní a investiční společnosti AXA, kterými UNIQA nedisponovala (rb.cz 2021).

Dalším důležitým milníkem Raiffeisenbank v České republice je koupě Equa bank ze strany Raiffeisenbank. Česká národní banka 14. května 2021 odsouhlasila společně s Útvarem pro ochranu hospodářské soutěže transakci mezi oběma společnostmi. Tímto krokem získala Raiffeisenbank kolem 488 000 klientů s celkovými aktivy Equa bank ke konci roku 2020 ve výši 2,8 mld. EUR. Za stejné období byla celková aktiva Raiffeisenbank ve výši 15,7 mld. EUR (Tisková zpráva Raiffeisenbank 2021).

Raiffeisenbank a.s. byla v České republice zapsána v obchodním rejstříku 25. června 1993 se sídlem společnosti Hvězdova 1716/2B, 140 78 Praha 4. Základní kapitál ve výši 15 460 800 00 Kč ve formě zaknihovaných akcií na jméno ve jmenovité hodnotě 10 000 Kč. Statutárním orgánem je představenstvo a jejím předsedou je Ing. Igor Vida a členy představenstva jsou PhDr. Vladimír Kreidl, Ing. Miloš Matula, Tomáš Jelínek, Ing. František Ježek, Mag. Dr. Martin Stotter a Ing. Vladimír Matouš. V dozorčí radě sedí dvanáct členů a její předsedou je Lukasz Janusz Januszewski a místopředsedou je Mag. Peter Lennkh. Ostatními členy dozorčí rady jsou Mag. Dr. Hannes Mösenbacher, Andrii Stepanenko, Reinhard Schwendtbauer, Mgr. Pavel Hruška, Ing. Helena Horská, Ing. Michal Přádka, Ing. Kamila Štastná, Dr. Johann Strobl a Ta'ána Le Moigne (justice.cz 2021).

1.3.12 Sberbank

Sberbank je historickým nástupcem spořitelen, založených 12. listopadu 1841 císařem Mikulášem I., který současně nařídil vytvoření poboček spořitelny ve dvou největších městech v Rusku – Petrohradu a v Moskvě. Období rozkvětu ruského bankovního sektoru bylo označováno obdobím od roku 1862, kdy Alexandr II. nařídil, aby pobočky spořitelen byly vytvořeny ve všech městech, vesnicích a osadách. Z toho důsledku se spořitelna ze dvou poboček rozšířila na celostátní síť a do roku 1895 bylo otevřeno až 3 875 poboček. V roce 1919 byla spořitelna sloučena s People's Bank of the RSFSR. S heslem „Vše pro frontu, všechno pro vítězství“ pomáhala spořitelna financovat vojenské půjčky druhé světové války, které pokryly až 15 % vojenských výdajů země. Během poválečných let se rozšířil počet poboček na 40 tisíc, avšak bankovní sektor v SSSR musel počet poboček

zdvojnásobit. Během let 1953–1986 se zvýšil počet vkladů až 12x, hodnota 100x a současně banka začala přijímat platby za bydlení, daně a ostatních finančních služeb. To vedlo k tomu, že téměř každý občan se stal zákazníkem spořitelny. Koncem 20. století se banka mění na akciovou společnost a akcionáři schválili novou koncepci rozvoje banky. Tímto krokem se snaží banku transformovat na univerzální komerční banku a současně s tím, je založen nestátní penzijní fond SberBank.

Prvním krokem Sberbank na mezinárodní scéně je akvizice Kazašské banky v roce 2006. Důležitým jménem pro SberBank byl předseda výkonné rady Herman Gref se schválením dozorčí rady přijal novou strategii banky. Cílem bylo, že do roku 2014 se z konzervativní banky v Rusku se stane hi-tech finanční instituce. Mimo jiné tímto krokem se banka během let 2009 – 2016 stává jednou z dvaceti největších finančních skupin na světě. Sberbank působí na trhu v několika zemích střední a východní Evropy. Aktuálně banka působí v Kazachstánu, Bělorusku, Ukrajině, Rakousku, Švýcarsku, Německu, Bosně a Hercegovině, Maďarsku, Srbsku, Slovinsku, Chorvatsku, Číně, Indii, ale také v České republice (sberbank.com 2021).

V České republice Sberbank působí od roku 1993, přičemž pod značkou Sberbank působí od 28. února 2013, kdy došlo ke změně názvu z původní Volksbank CZ, a.s. na již současnou Sberbank CZ, a.s. Nová značka je již formálním zakončení procesu prodeje mezi Volksbank International AG a představiteli mezinárodní skupiny Sberbank (sberbank.cz 2013). V rámci této akvizice Sberbank převzala od Volksbank International AG banky skupiny DZ BANK, která je součástí německé finanční sítě, které zahrnuje více než 1 100 místních družstevních bank a jednou z největších německých organizací ve finančním sektoru ve soukromé sféře. Do skupiny DZ BANK patří banky Bausparkasse Schwäbisch Hall, DH HYP, DZ PRIVATBANK Group, R+V Versicherung, TeamBank, Union Investment Group, VR Leasing aj. V rámci akvizice Sberbank převzala nejen banky skupiny DZ BANK, ale i WGZ Bank, která byla od roku 1884 ústřední institucí Volksbanken a Raiffeisenbanken v Düsseldorfu. Součástí akvizice bylo i převzetí 2. největší finanční skupiny ve Francii skupiny BPCE s více než 36 miliony zákazníků ze sítě 19 bank Banque Populaire, Caisses d'Epargne a Crédit Foncier (sberbank.at 2012).

Od 1. ledna 1997 působí na českém trhu jako samostatná akciová společnost s majoritním vlastníkem Sberbank Europe AG se sídlem ve Vídni. A Sberbank Group je více než z 50 % vlastněná Ministerstvem financí Ruské federace (sberbank.cz 2021). Zápis do

obchodního rejstříku v České republice proběhl 31. října 1996 se sídlem společnosti U Trezorky 921/2 Jinonice, 158 00 Praha 5. Základní kapitál Sberbank CZ, a.s. je ve výši 2 805 990 000 Kč ve formě akcií na jméno v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 5 000 Kč s celkovým počtem 561 198 ks akcií. Statutárním orgánem je představenstvo společnosti a jejím předsedou je Marijana Vasilescu, MBA a místopředsedou představenstva je Mgr. Dušan Baran, MBA. Ostatními členy představenstva jsou András Kaliszky, Daniel Krumpolc, Ing. Jindřich Horníček. Dozorčí rada společnosti má devět členů a jejím předsedou je Arndt Röchling. Ostatními členy dozorčí rady jsou Petr Podaný, Branko Sušić, Sonja Sarközi, Aleksei Mikhailov, Alexander Witte, Martin Vakoč a Dirk Hinze (justice.cz 2021).

1.4 Charakteristika sociální sítě Facebook

Facebook byl z počátku známý jako The Facebook a jedná se o sociální síť, kterou v roce 2004 založil Mark Zuckerberg (Lodha et. Al. 2019) se spoluzakladateli Dustinem Moskovitzem, Eduardem Severinem, Andrewem McCollumem a Chrisem Hughesem (Dans 2019). V počátku se jednalo pouze o sociální síť pro studenty Harvardské University, ale od roku 2006 je k dispozici pro všechny osoby, jedinou podmínkou bylo, že daná osoba musela dosahovat třinácti let a stabilní připojení k internetu (Lodha et al. 2019). Facebook se stal univerzální komunikační aplikací, která je využívána celou řadou firem, institucemi, politickými stranami nebo i neziskovými organizacemi pro komunikaci se svým publikem a zákazníky. V neposlední řadě je čím dál více používána jako velmi účinná forma propagace (Bednář, 2011). Facebook může sloužit k několika účelům, ovšem jedna z nejvýznamnějších funkcí je posílání zpráv. Na tuto funkci existuje samostatná aplikace Messenger, která je dostupná pro všechny chytré mobilní telefony. Zprávy se mohou posílat soukromě pouze dotyčnému uživateli či mohou být vytvořeny skupiny pro více lidí. Další základní vlastností je sdílení textové zprávy, tzv. stavy nebo „statusy“, ostatních uživatelů. Na stejném principu funguje i sdílení odkazů či multimediálních obsahů (Bednář, 2011). Tato zpráva je veřejně dostupná pro takový okruh uživatelů, který je zvolen v nastavení uživatele (např.: pouze přátelé, přátelé přátel, veřejný). Každá sociální síť je založena na vztahy mezi uživateli, což se na Facebooku označuje jako „přátelství“. Tento vztah slouží k tomu, že dva uživatelé chtějí mezi sebou komunikovat a sdílet své informace. Je samozřejmě umožněno posílat zprávy i lidem, které nejsou ve vašem okruhu přátel, ovšem spíše probíhá komunikace mezi přáteli (Bednář, 2011). Tak jako každá sociální síť i Facebook má tlačítko, kterým uživatelé mohou ohodnotit snažení jiného uživatele/firmy u nějakého konkrétního příspěvku. Tento nástroj se nazývá „likes“ neboli „to se mi líbí“. Původně se jednalo pouze o zdvižený palec, ale dnes můžeme reagovat pomocí široké škály emotikonů (Sterne, 2011).

1.4.1 Marketing na sociálních médiích

Žijeme v době, kdy je jedno co se prodává a jakým způsobem. Nejdůležitějším faktorem, který může být stěžejní pro tvorbu zisku, je to, co si o tom myslí ostatní uživatelé sociálních médií. Dá se říct, že je to důležitější jak reklama, jelikož sociální média se staly nedílnou součástí marketingu každé společnosti (Sterne, 2011). Tento fakt prokazuje i rozkvět

Facebooku apod., jelikož mnoho lidí má potřebu něco neustále sdílet. Mezi příspěvky daného uživatele může být právě zkušenost s nějakým konkrétním podnikem, ať už negativní či pozitivní, což může alespoň z malé části daný podnikem ovlivnit. Sociální sítě berou v potaz tuto zálibu, a tak vylepšují a zjednodušují přidávání příspěvků, aby každý uživatel se mohl podělit o svůj názor během několika vteřin. A také během chvíle se může daný příspěvek začít nekontrolovaně šířit, což osloví nespočetně velké množství lidí. Každý podnik by si měl dát pozor, co na sociálních sítích zveřejňuje, ale také starat se o své zákazníky v podobě komunikace s nimi (Treadaway, Smithová, 2011).

1.4.2 Společnosti a facebookové reklamy

Firmy si zakládají vlastní facebookové stránky, kde mají umožněno tvořit svůj vlastní obsah, samozřejmě za dodržení podmínek stanovených Facebookem. Uživatelé sítě a případně potenciální zákazníci mohou firmu sledovat na jejím profilu, nejedná se tedy o klasickou formu „přátelství“ jako mezi dvěma uživateli, ale možnost posílání zpráv, komentování či sdílení příspěvků je zachována. Společnosti si tvoří na síti vlastní obsah a záleží pouze na nich, zda využijí i formu placené reklamy, kterou sociální síť nabízí (Linc 2014).

Facebook spustil možnost reklam v roce 2012 a od začátku se to ukazuje jako veliký úspěch a dnes již patří k největším reklamním systémům. K oblíbenosti vede spousta faktorů, ale nejzásadnější 2 jsou relativně nízká cena a přesné cílení (Semerádová, Weinlich, 2019). Výhoda facebookových reklam je skutečnost, že se mohou zobrazovat kdekoli na této sociální síti (od přihlašovací stránky až po tu odhlašovací). Je uváděno, že newsfeed (hlavní výpis příspěvků) patří k nejdůležitějšímu místu, kam by měla být směřována reklama, jelikož zde tráví uživatelé až 90 % svého času. Nicméně sem zde umístit pouze reklamu v podobě příspěvku z firemní facebookové stránky (Linc 2014). Ovšem proniknutí do newsfeed je nejnižším (nejsnazším) cílem, kterým by společnosti měli začínat, pokud chtějí proniknout do světa facebooku (Treadaway, Smithová, 2011). S případnou reklamou na Facebooku souvisí fakt, že jsou zde přítomni všechny vzdělanostní i příjmové skupiny. Z tohoto důvodu by si firma měla analyzovat případné publikum hlavně co se týče pohlaví a věku (Bednář, 2011). Reklamy tvoří hlavní finanční příjem Facebooku, a tak není divu, že mají mnoho vychytávek, které umožňují společnostem lépe reklamu cílit. Jedno z možných zacílení je regionálně (s přesností až na konkrétní místo) či demograficky, kde je to soustředěno na věk,

pohlaví ale je možno cílit i dle vztahu. Cílit se dá i podle zájmů (Pavlíček, 2010). Samozřejmostí je zacílení na fanoušky stránky jejich přátele. Pomocí retargetingu se reklama může taktéž zobrazovat lidem, kteří si prohlíželi firemní stránky a tím se lidem připomínat. Možností je uživatelům zobrazovat právě ty produkty, které na webové anebo facebookové stránce vyhledávali (Semerádová, Weinlich, 2019). Další usnadnění pro inzerci je, že Facebook nabízí odhad velikosti cílové skupiny. Reklama funguje na principu „pay per click“, kdy si uživatel sám nastavuje maximální cenu za proklik (Pavlíček, 2010). Cílení na potencionální zákazníky neprobíhá tak, že Facebook „prodá“ data o svých uživatelích. Společnost Facebook nesdílí s ostatními firmami osobní údaje jako je: jméno, email anebo jiné kontaktní údaje, ale dá inzerentům k dispozici informace o zájmech a aktivitách. Pro ujasnění, požadavek při cílení poté může vypadat například takto: „lidé ve věku 18-35 let se zájmem o cyklistiku“. Reklama by se pak měla zobrazovat pouze lidem v této věkové kategorii, kteří uvedli, že mají zájem o cyklistiku, případně z jejich účtu probíhá určitá integrace se stránkami zabývající se tímto tématem. Po skončení propagace jsou společností poskytovány reporty, kde je vyobrazeno, jak lidé na jejich reklamy reagují, což pomáhá k lepšímu pochopení potencionálních zákazníků. (Facebook, 2020).

Mnoho značek vycítilo příležitost zviditelnit se skrz Facebook poměrně ještě v začátcích této sociální sítě. Zatímco dříve tuto možnost propagace využívali spíše velké společnosti jako např.: Coca Cola, Starbucks anebo Ikea, tak v dnešní době patří Facebook neodmyslitelně skoro ke každé značce či firmě, jelikož i malým podnikům se aktivní účast na Facebooku může vyplatit. Než se ovšem společnost přidá na sociální síť, měla by si uvědomit proč se chce připojit, co od aktivní účasti očekává a pro koho chce obsah tvořit. Facebooková propagace může být velmi účinná, ale je potřeba zvážit a brát v potaz všechny aspekty, které ovlivňují finální úspěšnost. Každý příspěvek by měl být uživatelsky přívětivý a dobře rozpoznatelný od ostatních. V zásadě by se mělo dodržovat „krátký, stručný, výstižný“, jelikož žijeme v rychle měnícím se světě, což se odráží i na sociálních sítích, které k tomu přispívají (Zarrella, D, Zarrella A, 2010)

1.4.3 Business Suite

Hned na začátku je dobré zmínit, že existují 2 způsoby, jak je možné spustit reklamu. Nejjednodušším způsobem, který se doporučuje pro úplné nováčky, je zadání reklamy přímo ze stránky. Pro pokročilejší uživatele, což mohou právě větší korporátní podniky jako například banky, existuje nástroj „Správce reklam“. Jedním z těchto správců je Business Suite (dříve Business Manager), který nabízí přesnější funkce reklam (Semerádová, Weinlich, 2019). Tento správce reklam umožňuje navíc spravovat nejen Facebook, ale zároveň i Instagram, což je velké usnadnění (Facebook). Původní Business Manager byl vyvinut pro firmy, které se snaží vytěžit z facebookové propagace maximum, jelikož zahrnuje několik vylepšených funkcí jako je například: větší možnosti cílení, více druhů reklam a lepší správa výdajů, osob, událostí a celkově reklam. Principem je, že vše se dá pohodlně řídit z jednoho místa (Semerádová, Weinlich, 2019).

Business Suite dává k dispozici řadu nástrojů, které usnadňují celkové fungování společnosti na Facebooku. Mezi tyto výhody řadíme třeba:

1. Přehledné zobrazení stavu firmy – Na hlavní obrazovce jsou vidět aktualizace, přehledy či nedávné reklamy. Dá se zde také vytvořit příspěvek či propagace
2. Zobrazení aktivity – Nová upozornění nejen z Facebooku, ale také z Instagramu
3. Doručené zprávy – Zde najdeme všechny zprávy a komentáře z Facebooku a Instagramu.
4. Vytváření reklam
5. Zobrazení přehledů
6. Přístup k dalším nástrojům (Facebook)

Novější funkcí je možnost plánování příspěvků, případně příběhů, na Facebooku a Instagramu. Uživatel vytvoří příspěvek a následně zvolí jaký den a v kolik proběhne zveřejnění. Vychytávkou je taktéž ukládání příspěvků jako koncepty, což napomáhá k flexibilitě (Adgully, 2021).

1.4.4 Měření výkonnosti reklam

Než se jakákoliv firma pustí do světa online marketingu, musí mít správně definované cíle, kterých chce dosáhnout. Následně je poté důležité vybrat vhodné ukazatele, což nemusí být vždy jednoduché. Špatně určené cíle a k tomu nemístně zvolené indikátory jsou největší zrádností internetového měření, a proto by si firma měla dát velký pozor, než se do světa

online marketingu pustí (Sterne, 2011). V online světě se nabízí několik možných metrik, ale každá může být užitečná v kontextu rozdílných marketingových cílů (Treadaway, Smithová, 2011).

Konečný úspěch není to, zda má facebooková stránka nejvíce sledujících, likes, sdílení apod., ale jsou to postupné kroky, které mohou vést k dosažení vyšších cílů. Tyto prvotní mety by měly být sledovány a měl by na ně být brán ohled, ale jejich efektivita se ukazuje na základě toho, jestli vedou třeba k dosažení obchodním záměrům. Existují 3 cíle, ke kterým je směřována veškerá činnost firmy a to: zvyšovat výnosy, snižovat náklady a zvyšovat spokojenost zákazníků (Sterne, 2011).

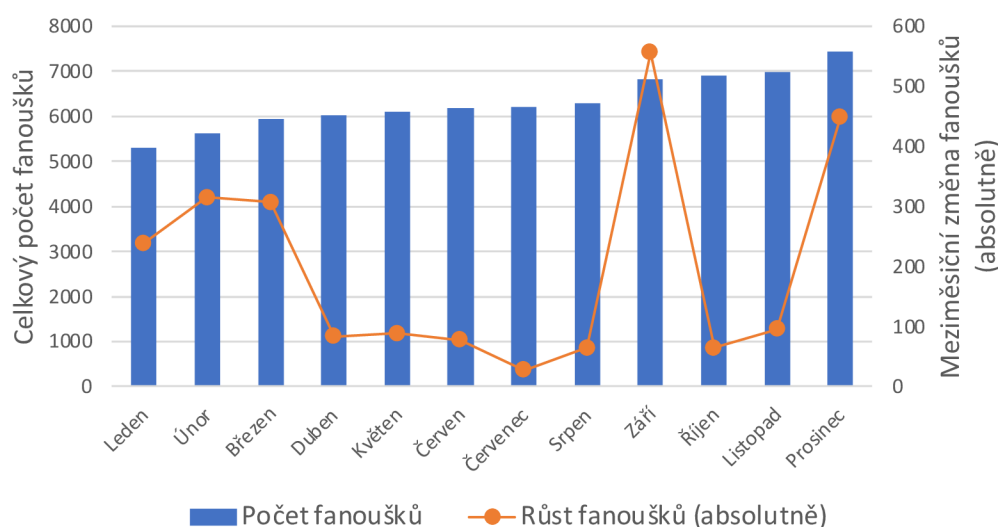
Vlastní práce

1.5 Hodnocení facebookových stránek jednotlivých bankovních společností v České republice za rok 2020

1.5.1 Air bank

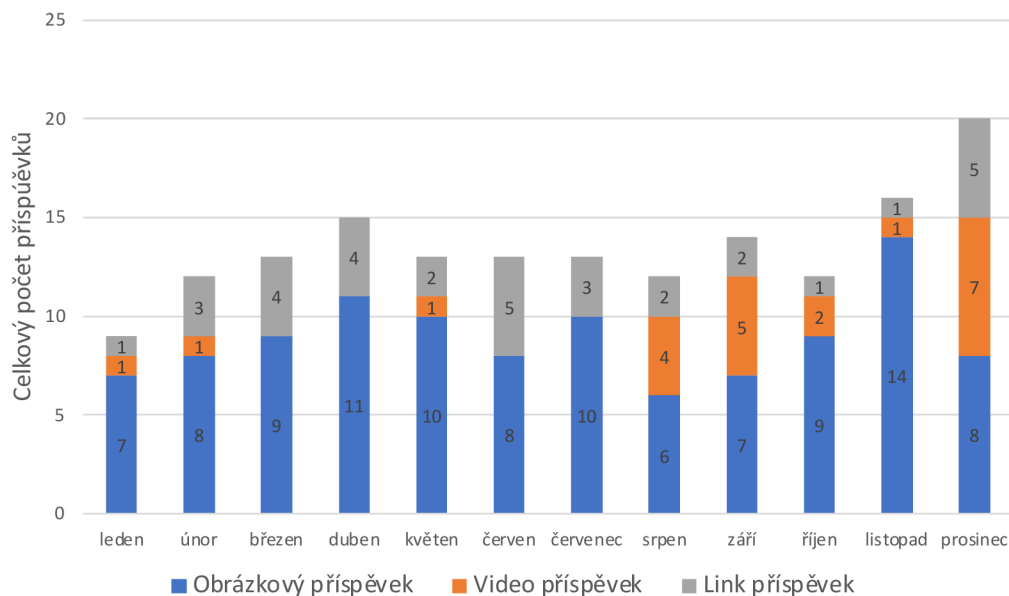
Na grafu č. 1 můžeme sledovat měsíční vývoj růstu počtu fanoušků bankovní společnosti. Za celkový rok 2020 si Air bank připsala 2 873 (6,91 %) nových sledujících na celkový počet 44 536. Měsíční maximum bylo dosaženo hned první měsíc v roce 2020, kdy banka získala celkem 550 nových fanoušků (1,32 %). Druhým nejúspěšnějším měsícem byl březen. V této době si Air bank připsala v absolutním vyjádření 465 nových fanoušků (1,09 %). Naopak nejméně úspěšným měsícem bylo září, kdy si Air bank připsala pouze 100 nových sledujících.

Graf č. 1 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Air bank



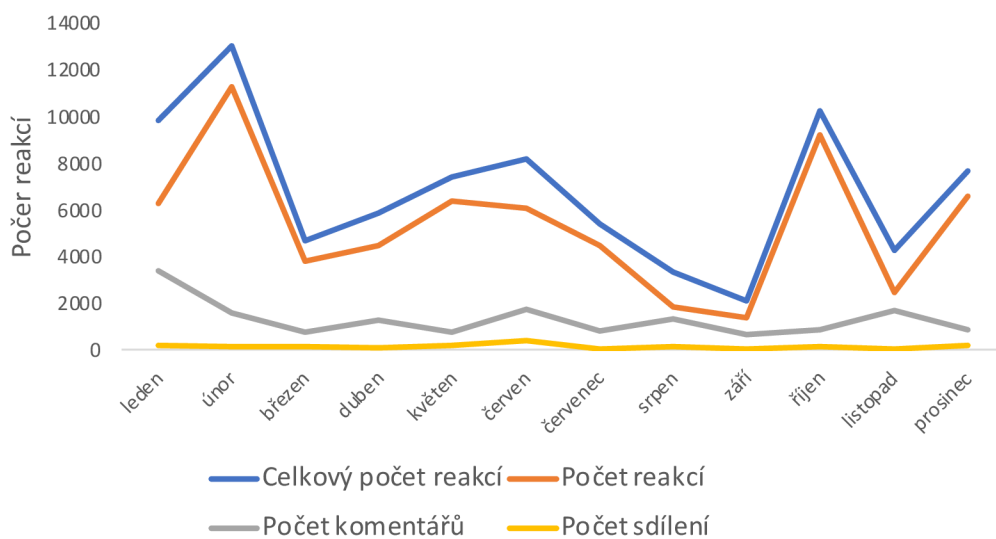
Na grafu č. 2 můžeme pozorovat, že neaktivnějším měsícem v rámci zveřejňování příspěvků na sociální síti byl pro Air bank prosinec. V prosinci banka zveřejnila v celkovém součtu 20 příspěvků. Z hlediska struktury jednotlivých příspěvků se banka zaměřovala především na obrázkový typ, který banka zveřejnila ve 107 příspěvcích z celkových 169.

Graf č. 2 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020– Air Bank



Nejvíce aktivní měsíc ze strany uživatelů byl u příspěvků Air bank únor, kdy v absolutním vyjádření banka získala celkem 13 060 reakcí. Druhým nejúspěšnějším měsícem se stal říjen, kdy uživatelé reagovali v 10 265 případech. Naopak nejméně celkových reakcí získala banka v září v celkovém součtu 2 137.

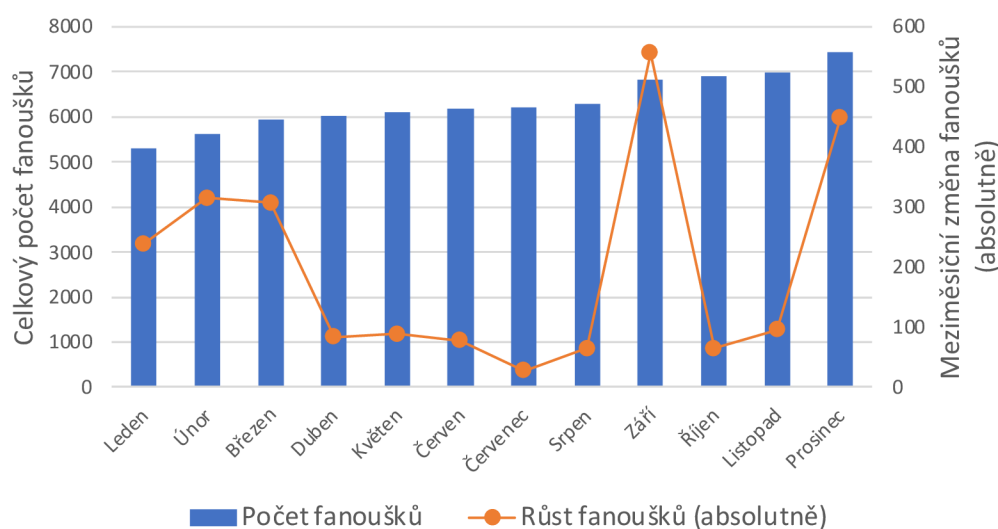
Graf č. 3 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Air bank



1.5.2 Banka CREDITAS

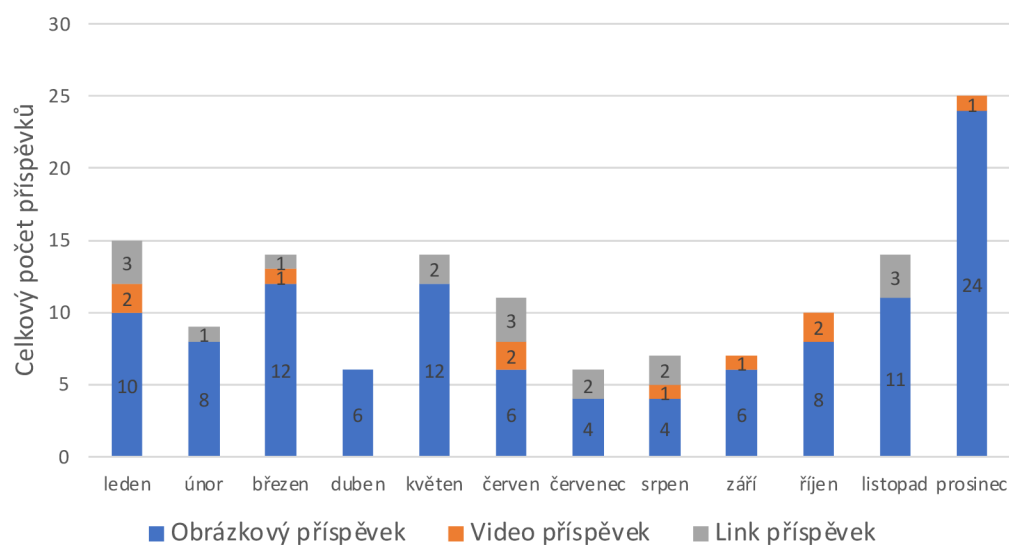
Na následujícím grafu můžeme pozorovat vývoj fanoušků v jednotlivých měsících Banky CREDITAS. Nejúspěšnějším měsícem Banky CREDITAS bylo září, ve kterém banka získala 556 nových fanoušků (8,85 %). V prosinci získala stránka na sociální síti Facebook 449 nových fanoušků, což bylo pro banku druhé nejúspěšnější období v získávání počtu fanoušků. Naopak nejméně úspěšným měsícem byl pro banku červenec, kde získala v absolutním vyjádření pouze 27 nových fanoušků (0,44 %).

Graf č. 4 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Banka CREDITAS



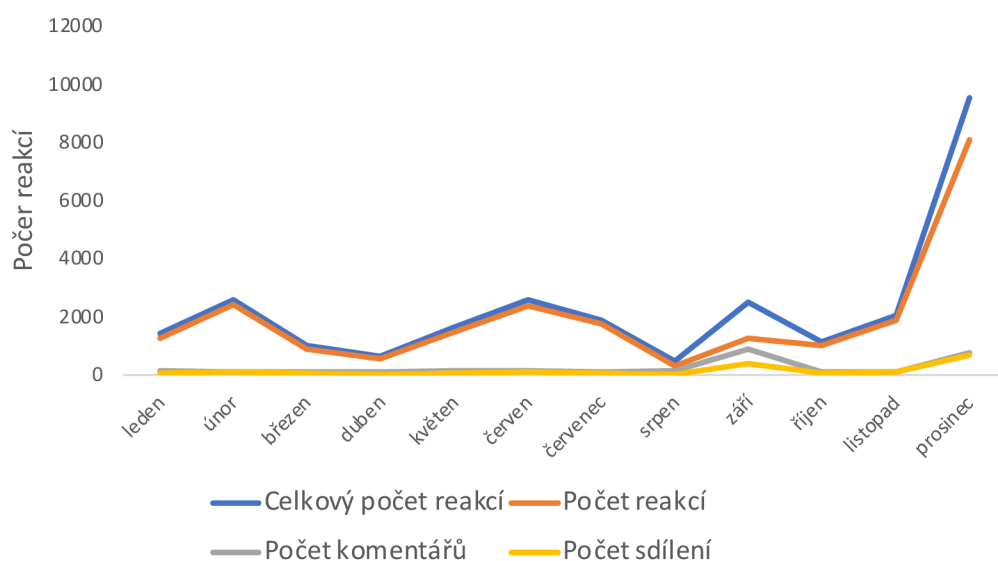
Graf č. 5 znázorňuje aktivitu Banky CREDITAS v oblasti zveřejňování jednotlivých typů příspěvků na sociální síti Facebook. Nejaktivnějším měsícem v počtu zveřejněných příspěvků byl prosinec, ve kterém banka zveřejnila v celkovém počtu 25 příspěvků (24 obrázkového typu a 1 video příspěvek). Za rok 2020 Banka CREDITAS zveřejnila celkově 139 příspěvků z toho jich bylo 111 obrázkového typu. Nejméně využívaný video příspěvek banka využila za rok 2020 v 10 případech.

Graf č. 5 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020– Banka CREDITAS



Celkový počet a jednotlivou strukturu reakcí můžeme pozorovat na grafu č. 6. Banka CREDITAS za rok 2020 získala 27 373 celkových reakcí zveřejněných příspěvků na sociální síti Facebook. Uživatelé byli nejvíce aktivní u příspěvků Banky CREDITAS v posledním měsíci roku 2020 s celkovým počtem 9 535 reakcí. Nejvyšší počet komentářů (860) a sdílení (386) získaly příspěvky v září.

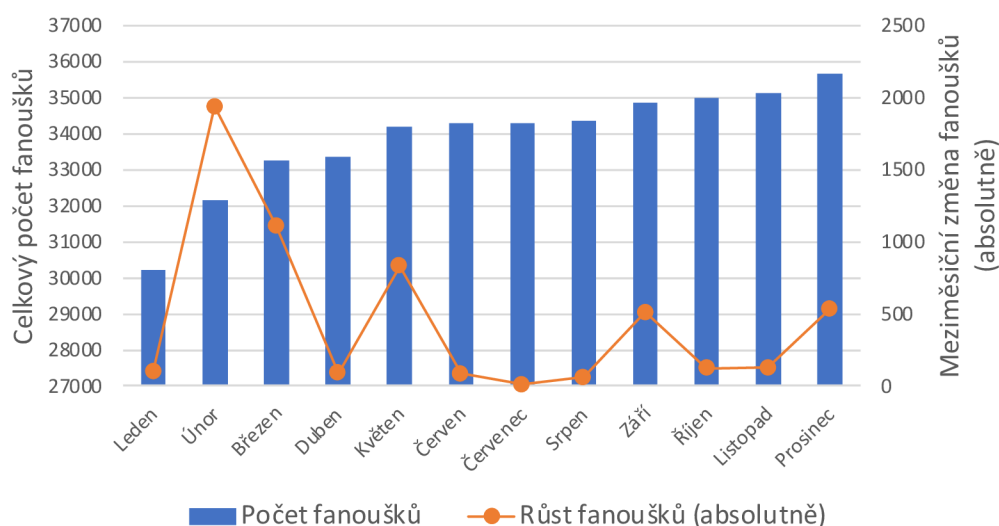
Graf č. 6 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Banka CREDITAS



1.5.3 Equa Bank

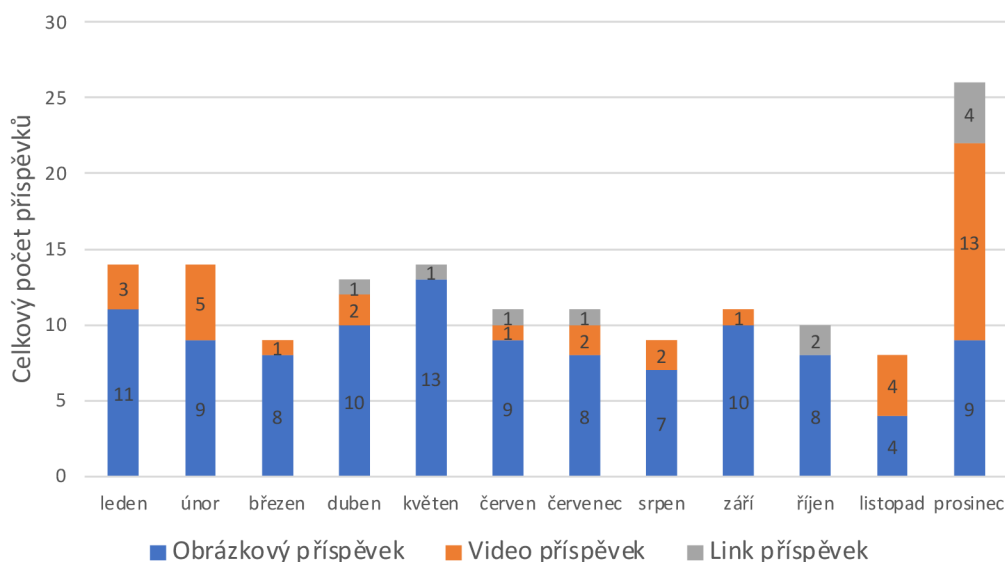
Na následujícím grafu můžeme pozorovat meziměsíční vývoj fanoušků na sociální síti Facebook bankovní společnosti Equa Bank. Banka za rok 2020 získala v celkovém součtu 5530 nových fanoušků na celkový počet 35 655 příznivců. Nejúspěšnějším měsícem z hlediska absolutního vyjádření byl únor, kdy banka získala 1 939 nových sledujících (6,42 %). Následují měsíce březen a květen, kde byl růst 1 114 resp. 833 nových fanoušků. Červenec 2020 byl naopak pro banku nejméně úspěšným měsícem, banka v tomto období získala pouze 12 nových fanoušků.

Graf č. 7 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Equa Bank



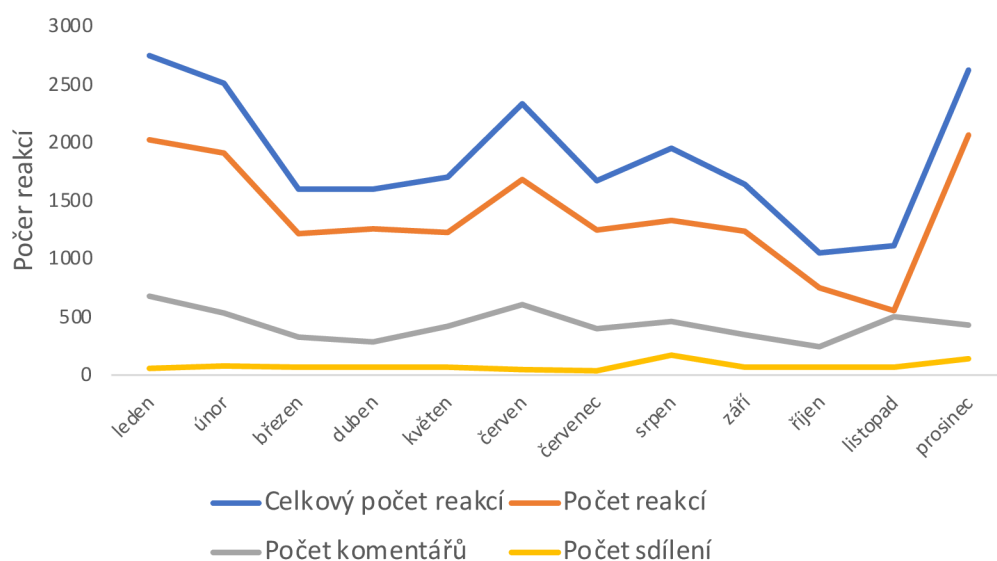
Equa bank za rok 2020 zveřejnila 151 příspěvků na sociální síti Facebook z toho, 106 obrázkového typu příspěvků, 34 video příspěvků a 10 link příspěvků. Nejaktivnějším měsícem byl prosinec. V tomto měsíci banka zveřejnila celkově 26 příspěvků (9 příspěvků obrázkového typu, 13 video příspěvků a 4 link příspěvky).

Graf č. 8 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – Equa Bank



Graf č. 9 znázorňuje aktivitu fanoušků a strukturu reakcí na zveřejněných příspěvků na sociální síti Facebook banky Equa bank. Nejvíce aktivní měsíce s 2 751 a 2 621 reakcemi byly leden a prosinec 2020. Na pomyslném třetím místě v počtu celkových reakcí za jeden měsíc se umístil červen s počtem 2 331. Za celý rok 2020 banka získala 22 508 celkových reakcí a z toho 5 181 komentářů a 864 sdílení.

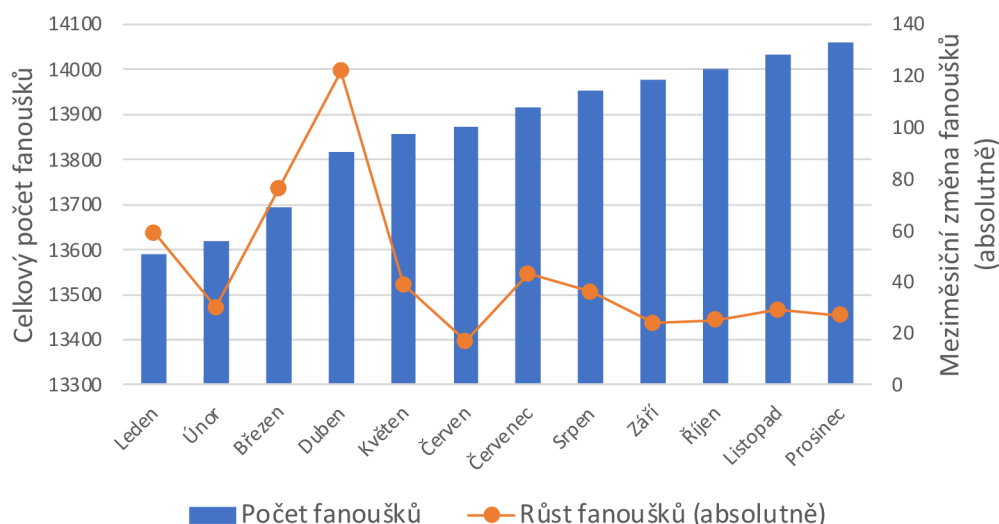
Graf č. 9 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Equa bank



1.5.4 Fio banka

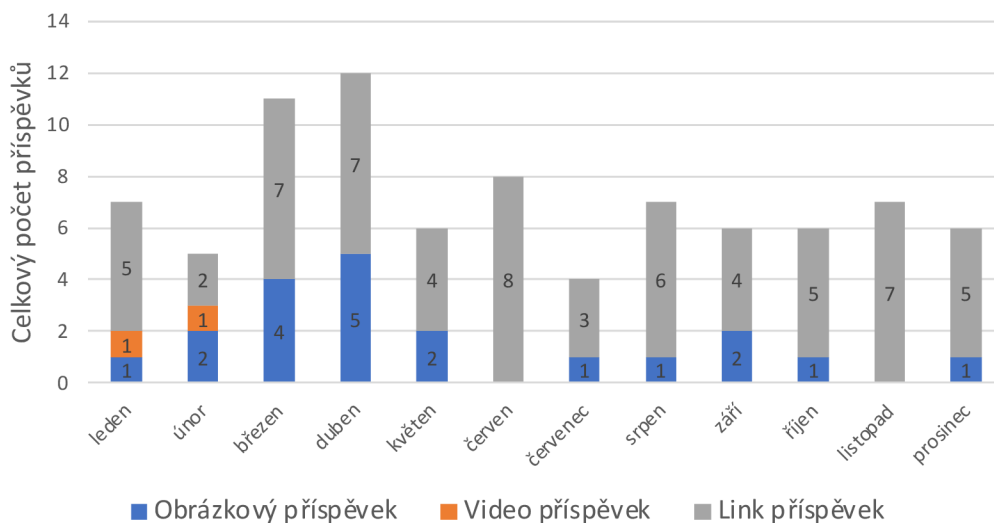
Nejúspěšnějším měsícem v roce 2020 z hlediska počtu nových fanoušků byl pro Fio banku duben. V dubnu banka získala 122 nových fanoušků v procentuálním vyjádření 0,89 %. Březen byl ve znamení druhého nejvyššího nárůstu v počtu nových fanoušků stránky Fio bank na sociální síti Facebook. V absolutním vyjádření banka získala v březnu 76 nových fanoušků. Následuje měsíc leden s nárůstem 59 fanoušků. V červnu získala sociální stránka banky 17 nových fanoušků a jedná se o nejméně úspěšný měsíc za rok 2020. V celkovém součtu banka získala 527 nových fanoušků a na konci roku 2020 čítala její fanouškovská základna 14 059 celkových fanoušků.

Graf č. 10 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Fio banka



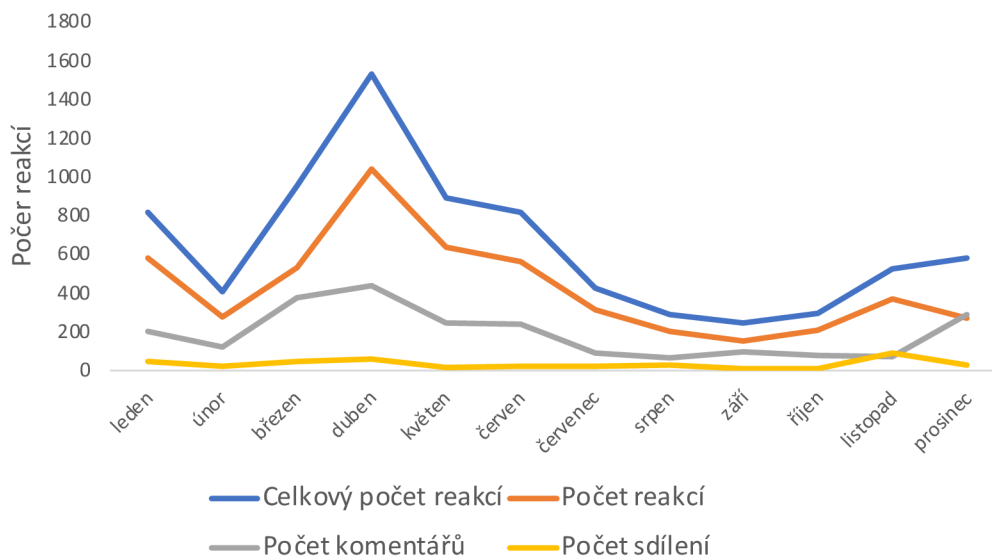
Na grafu č. 11 můžeme pozorovat, že Fio banka na sociální síti Facebook komunikuje s fanoušky především pomocí link příspěvků. Link příspěvek byl bankou využit v 63 příspěvcích z celkového počtu 86 příspěvků. Nejaktivnější měsíc z hlediska počtu zveřejněných příspěvků byl v roce 2020 duben s celkovými 12 příspěvky, následuje měsíc březen, ve kterém banka zveřejnila o jeden příspěvek méně.

Graf č. 11 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – Fio banka



Fio banka u svých příspěvků získala za rok 2020 celkem 7 757 reakcí, z toho 2 278 komentářů a 365 sdílení. Na grafu č. 12 můžeme pozorovat, že neaktivnějším měsícem z hlediska fanoušků byl měsíc duben, kdy příspěvky banky získaly 1 532 celkových reakcí. Tento měsíc byl rovněž nejúspěšnější v počtu celkových komentářů (438), avšak nejvíce sdílení získaly od uživatelů listopadové příspěvky (87).

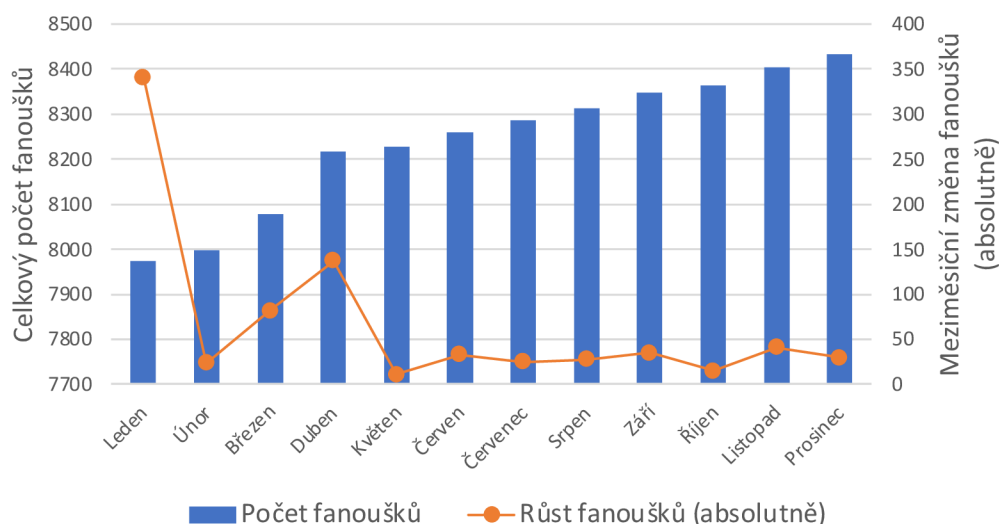
Graf č. 12 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Fio banka



1.5.5 Hello bank!

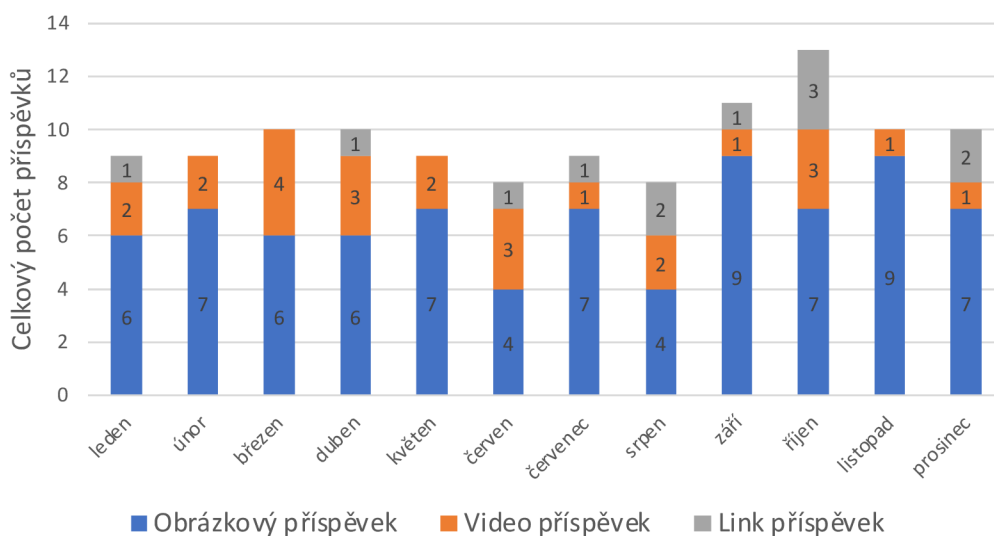
Na grafu č. 13 můžeme pozorovat meziměsíční vývoj fanoušků za rok 2020 bankovní společnosti Hello bank!. Nejúspěšnějším měsícem za rok 2020 byl leden, kdy v absolutním vyjádření získala banka 341 nových fanoušků (4,47 %). Následuje měsíc duben s nárůstem 1,7 % se ziskem 137 nových fanoušků na facebookové stránce banky. Naopak měsícem, ve kterém banka získala nejméně fanoušků, byl měsíc květen. V květnu banka získala 11 nových fanoušků. Celkový počet fanoušků se v roce 2020 zvýšil o 802 na celkový počet 8 434.

Graf č. 13 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Hello bank!



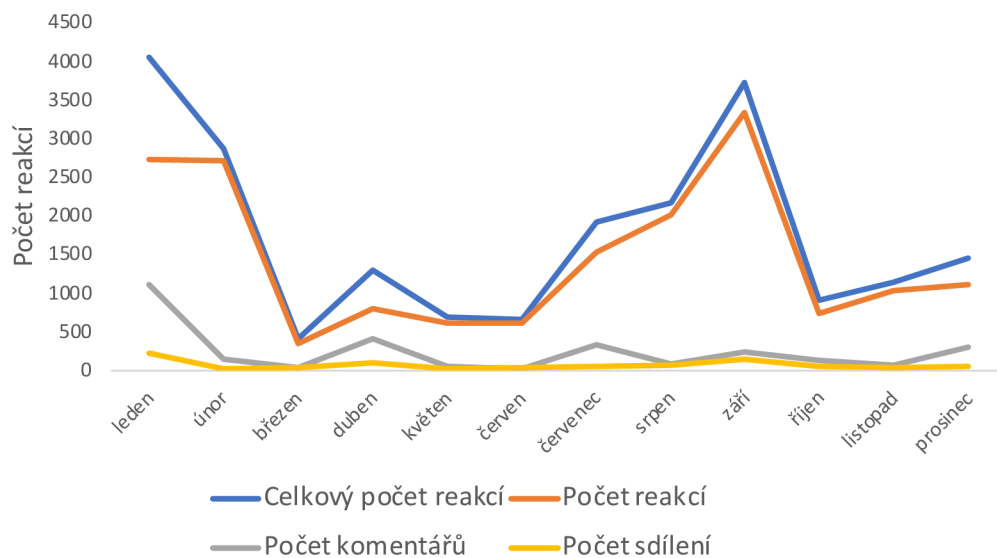
Graf č. 14 znázorňuje strukturu jednotlivých zveřejněných příspěvků na sociální síti Facebook společnosti Hello bank!. Obrázkový typ příspěvku byl bankou za rok 2020 nejvíce využívaný (79) především během neaktivnějších měsíců září a listopad, ve kterých bylo shodně zveřejněno 9 příspěvků. Během sledovaného období banka zveřejnila celkem 25 příspěvků obsahující video a 12 link příspěvků.

Graf č. 14 - Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – Hello bank!



V roce 2020 banka získala od příznivců 21 200 celkových reakcí, z toho 2 869 komentářů a příspěvky Hello bank! byly sdíleny celkem 794x. Na grafu č. 15 můžeme pozorovat, že z hlediska aktivity uživatelů byl za rok 2020 nejúspěšnější leden (4 042 celkových reakcí), ve kterém byly příspěvky nejvíce komentované a sdílené. Na pomyslném druhém místě se umístilo září, avšak měsíční maximum v počtu reakcí (3 332) získaly příspěvky v tomto měsíci.

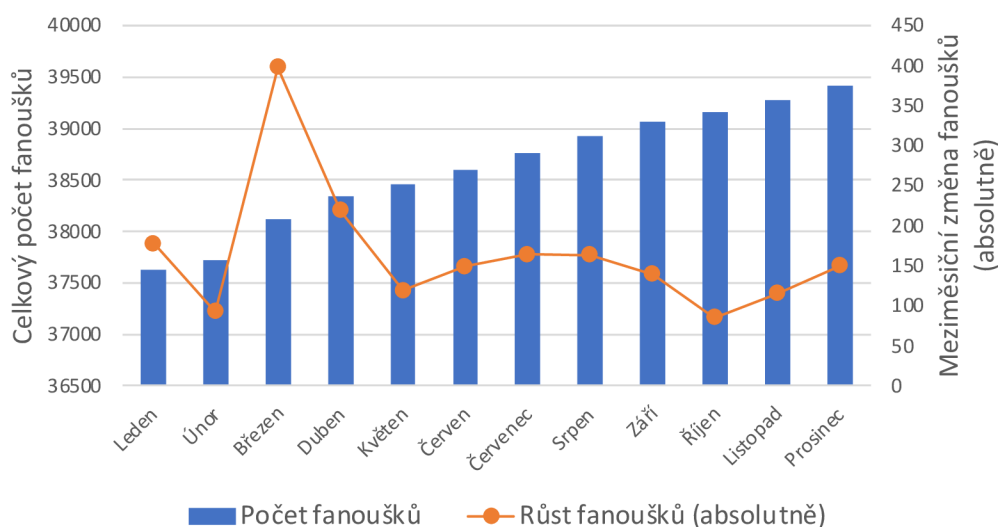
Graf č. 15 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Hello bank!



1.5.6 Komerční banka

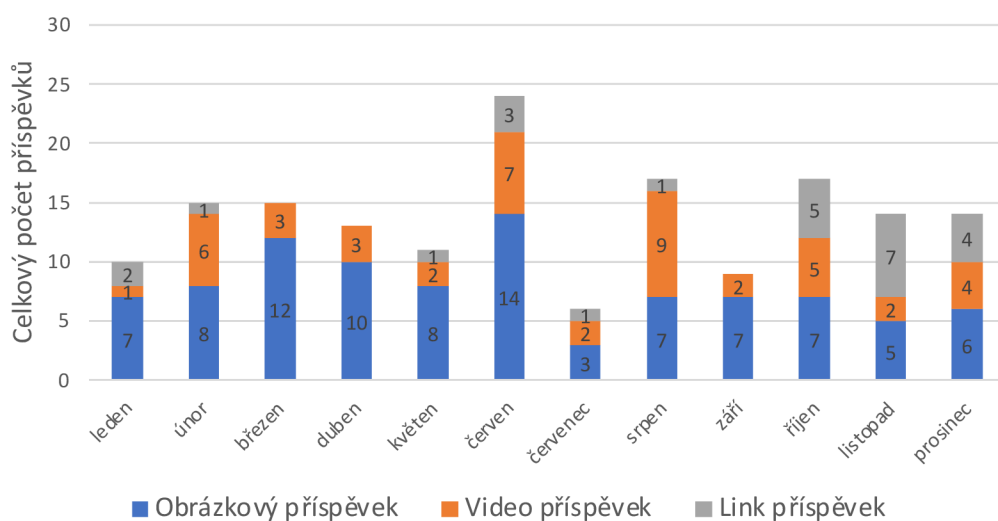
Graf č. 16 znázorňuje celkový počet fanoušků Facebookové stránky Komerční banky a její meziměsíční změnu v počtu fanoušků v absolutních číslech. Komerční banka za rok 2020 získala 1 972 nových fanoušků, přičemž největší nárůst můžeme pozorovat v březnu. V tomto měsíci banka získala 398 nových fanoušků, v procentuální vyjádření 1,06 %. Pouze dva měsíce v roce získala banka více než 200 nových fanoušků. Po nejvyšším nárůstu v březnu následuje měsíc duben s nárůstem 219 nových fanoušků. Naopak nejmenší nárůst banka zaznamenala v říjnu s celkovým měsíčním nárůstem 85 nových fanoušků facebookové stránky na sociální síti banky.

Graf č. 16 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Komerční banka



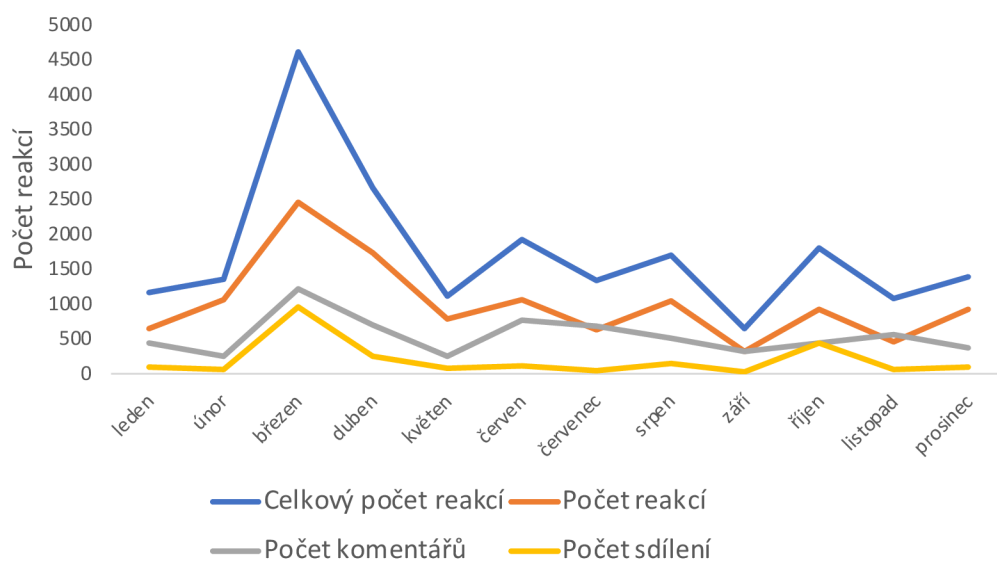
Na grafu č. 17 můžeme pozorovat, že neaktivnějším měsícem z hlediska zveřejňování příspěvků na sociální síti Facebook byl pro Komerční banku červen. V tomto měsíci banka zveřejnila v celkovém součtu 24 příspěvků. Naopak nejméně aktivním měsícem se stal s 5 zveřejněnými příspěvky následující měsíc – červenec. Komerční banka v roce 2020 zveřejnila v celkovém součtu 165 příspěvků, z toho 94 obrázkového typu a 46 obsahující video.

Graf č. 17 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – Komerční banka



Nejvíce aktivní měsíc ze strany sledujících byl u zveřejněných příspěvků Komerční bankou březen, kdy v absolutním vyjádření banka získala celkem 4 608 reakcí. Ve třetím měsíci roku 2020 byli fanoušci nejvíce aktivní z hlediska komentování (1 209) i v počtu sdílení (953). Na grafu č. 18 můžeme sledovat, že druhé nejúspěšnější období byl duben s celkovými 2 652 reakcemi. Naopak méně úspěšné bylo září s 633 reakcemi.

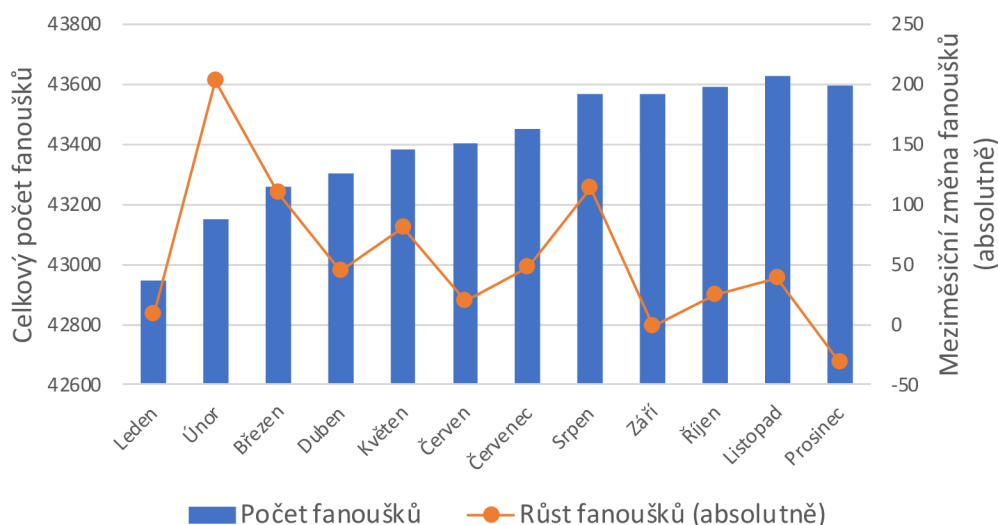
Graf č. 18 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Komerční banka



1.5.7 mBank

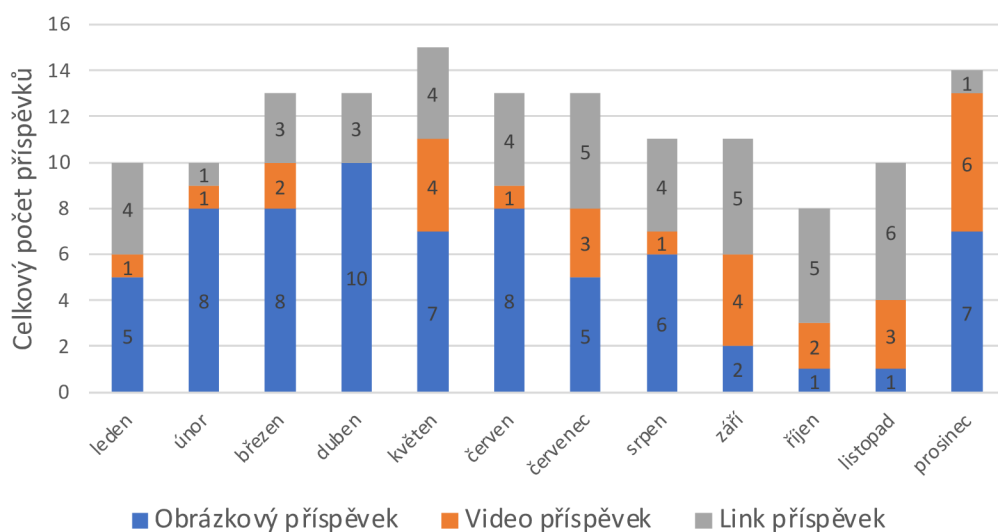
Největší meziměsíční nárůst můžeme sledovat u společnosti mBank na grafu č. 19 ve druhém měsíci roku 2020. V absolutním vyjádření si banka připsala 203 nových fanoušků. Druhým nejúspěšnějším měsícem s nárůstem 114 nových fanoušků byl srpen, následuje březen se 103 novými fanoušky. V září a v prosinci naopak mBank ztratila na atraktivitě a počet fanoušků se snížil o 1 resp. o 31 fanoušků. Za rok 2020 mBank získala v celkovém součtu 662 fanoušků na celkový počet 43 596.

Graf č. 19 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – mBank



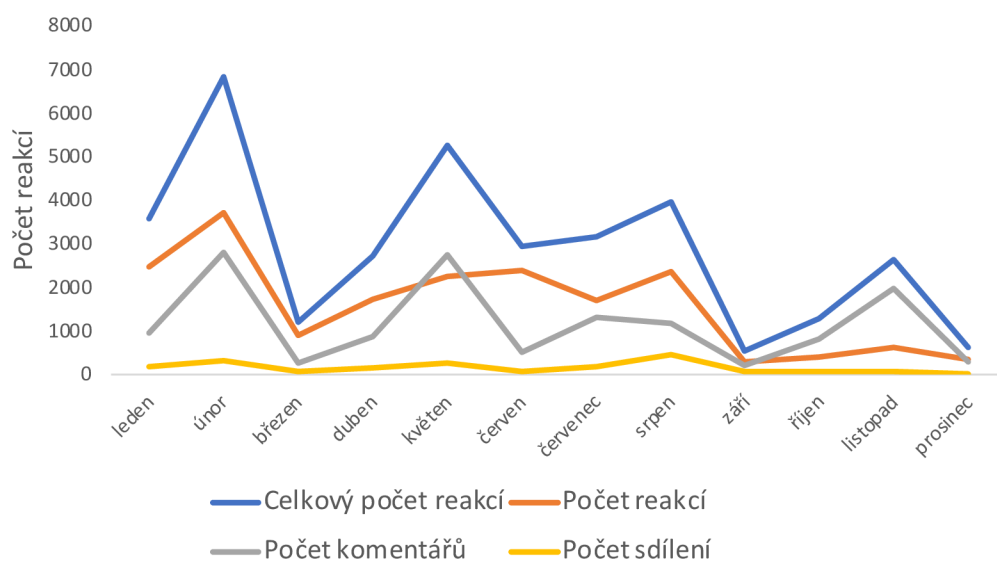
Graf č. 20 znázorňuje aktivitu mBank v oblasti zveřejňování jednotlivých typů příspěvků na sociální síti Facebook. Banka za rok 2020 zveřejnila celkem 141 příspěvků z toho jich bylo 68 obrázkového typu, 28 příspěvků obsahující video a link příspěvek byl zveřejněn ve 45 případech. Neaktivnějším měsícem ze strany mBank byl květen, ve kterém banka na své stránce sdílela 15 příspěvků. Naopak nejméně aktivní byl říjen.

Graf č. 20 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – mBank



Celkový počet a strukturu reakcí můžeme pozorovat na grafu č. 21. Sledovaná banka získala za rok 2020 34 604 celkových reakcí u zveřejněných příspěvků na sociální síti Facebook. Nejvíce aktivní byli uživatelé v únoru s celkovým počtem 6 815 reakcí a následuje květen s 5 248 reakcemi. Současně s tím byly příspěvky v těchto měsících nejvíce komentované s celkovým počtem komentářů 2 793 resp. 2 744.

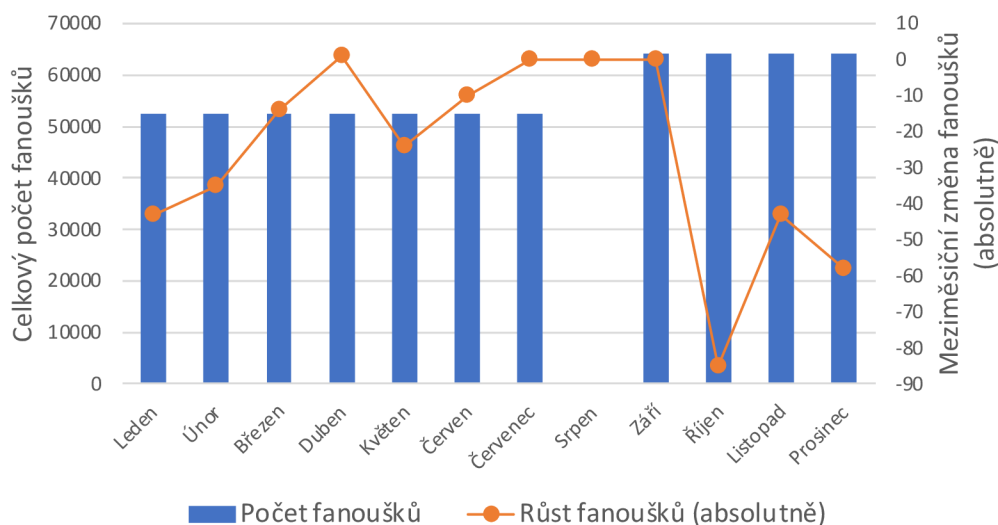
Graf č. 21 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – mBank



1.5.8 MONETA Money Bank

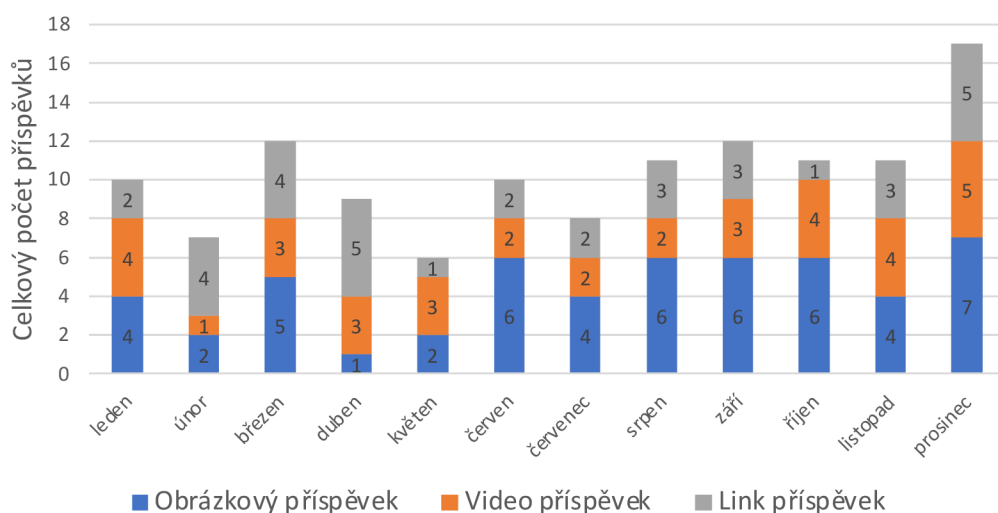
Následující graf č. 22 byl poznamenán chybou softwaru společnosti Fanpagekarma, kde můžeme pozorovat chybějící data za srpen 2020. Pokud pomíneme zvýšení fanoušků v září o 11 771, tak můžeme pozorovat, že v ostatních měsících vždy fanouškovská základna klesala. Za tento rok bance klesl počet fanoušků o 311 a pouze jeden měsíc (duben) byla společnost v kladných číslech.

Graf č. 22 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – MONETA Money Bank



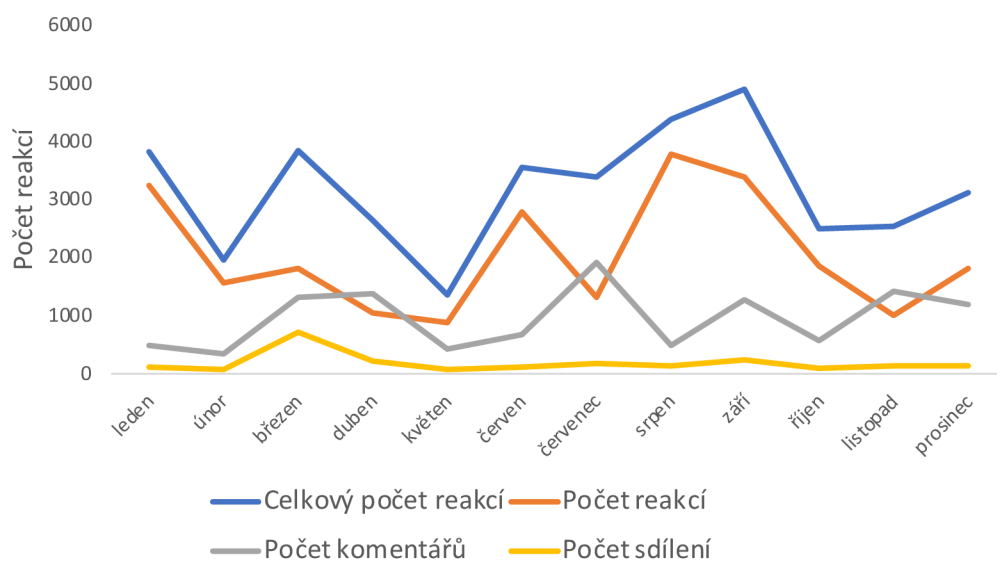
MONETA Money Bank za rok 2020 zveřejnila 124 příspěvků na sociální síti Facebook, z toho 54 obrázkového typu, 36 video příspěvků a 35 link příspěvků. Neaktivnějším měsícem byl prosinec, ve kterém banka sdílela 17 příspěvků. Následují březen a září s 12 zveřejněnými příspěvky.

Graf č. 23 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – MONETA Money Bank



Vývoj aktivity a strukturu jednotlivých reakcí můžeme sledovat na grafu č. 24. Fanoušci facebookové stránky MONETA Money Bank byli nejvíce aktivní v září s celkovým počtem 4 887 reakcí. V červenci získaly příspěvky 1 907 komentářů, což je nejvíce za sledované období. Za celý rok 2020 byly obrázky, videa nebo link příspěvky sdílené 2 110krát, avšak nejúspěšnějším měsícem se stal březen se 716 sdíleními.

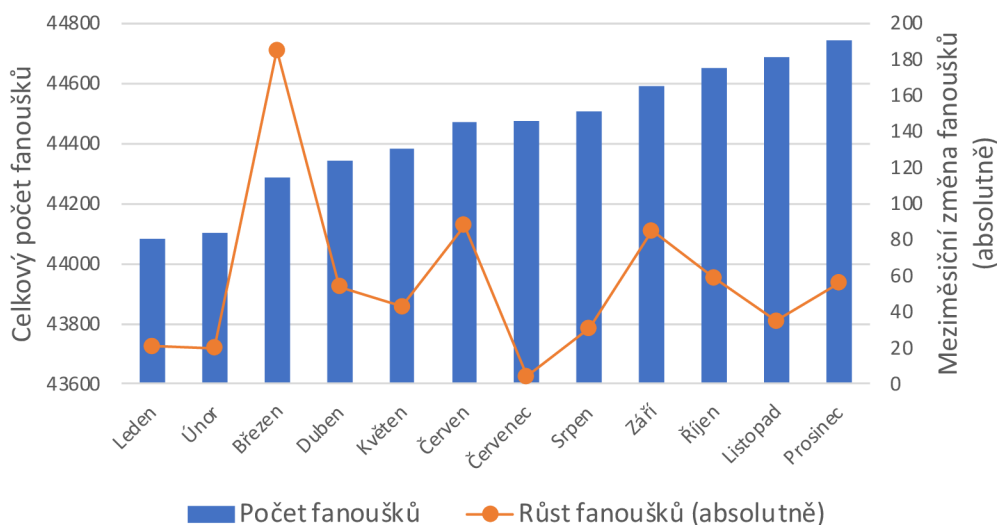
Graf č. 24 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – MONETA Money Bank



1.5.9 Raiffeisenbank

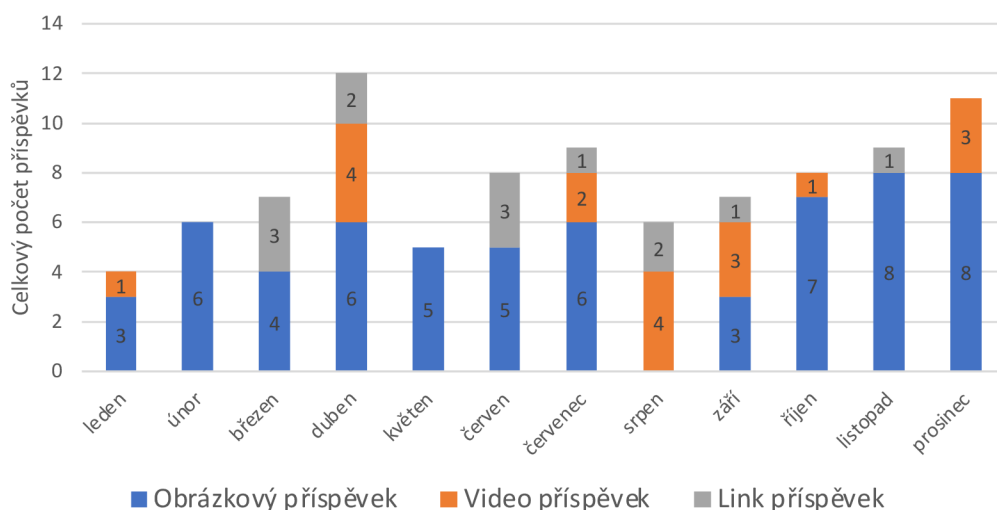
Na grafu č. 25 můžeme pozorovat vývoj počtu fanoušků a meziměsíční srovnání Raiffeisenbank. Za rok 2020 Facebooková stránka banky získala 681 nových fanoušků na celkový počet 44 745 a nejúspěšnější měsíc v absolutním vyjádření byl březen se ziskem 185 fanoušků. Naopak nejméně úspěšným měsícem se ziskem 4 fanoušků byl červenec.

Graf č. 25 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Raiffeisenbank



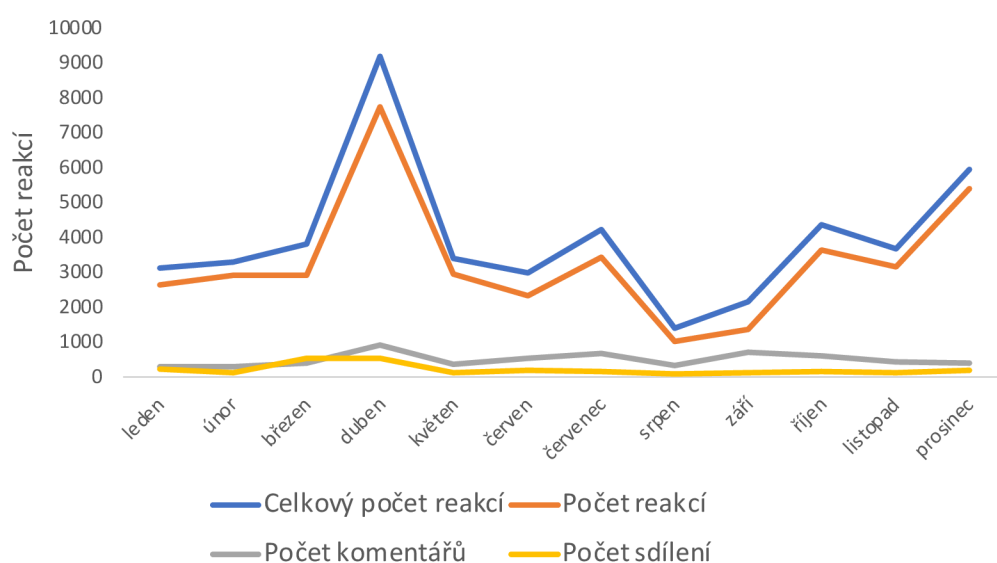
Z hlediska struktury jednotlivých příspěvků se banka zaměřovala především na příspěvky obrázkového typu, které Raiffeisenbank zveřejnila v 62 příspěvcích z celkových 92. Video příspěvek byl bankou za rok 2020 publikován v 18 případech a link příspěvek 13. Na grafu č. 26 můžeme pozorovat, že neaktivnějším měsícem v rámci sdílení příspěvků byl pro banku duben. V tomto období banka zveřejnila v celkovém součtu 12 příspěvků.

Graf č. 26 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – Raiffeisenbank



Nejvíce aktivní měsíc ze strany fanoušků byl u Raiffeisenbank duben, v tomto období, jak můžeme pozorovat na grafu č. 26, zveřejnila banka nejvíce příspěvků. Graf č. 27 znázorňuje měsíční vývoj a strukturu jednotlivých reakcí na zveřejněné příspěvky. Za rok 2020 příznivci reagovali na aktivitu banky 47 448krát. Neaktivněji v dubnu, kdy banka získala 9 181 celkových reakcí. Naopak nejmenší aktivita byla monitorována v srpnu s celkovými 1 375 reakcemi.

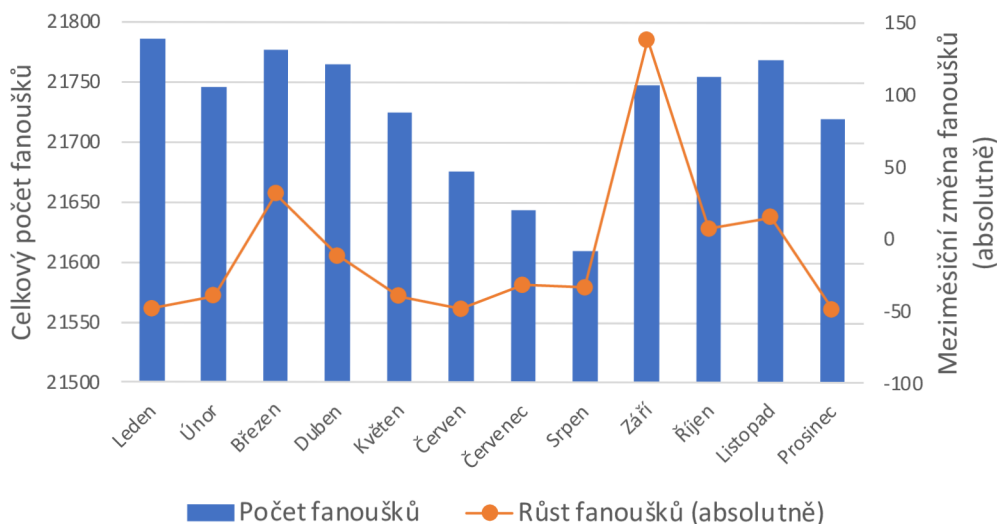
Graf č. 27 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Raiffeisenbank



1.5.10 Sberbank

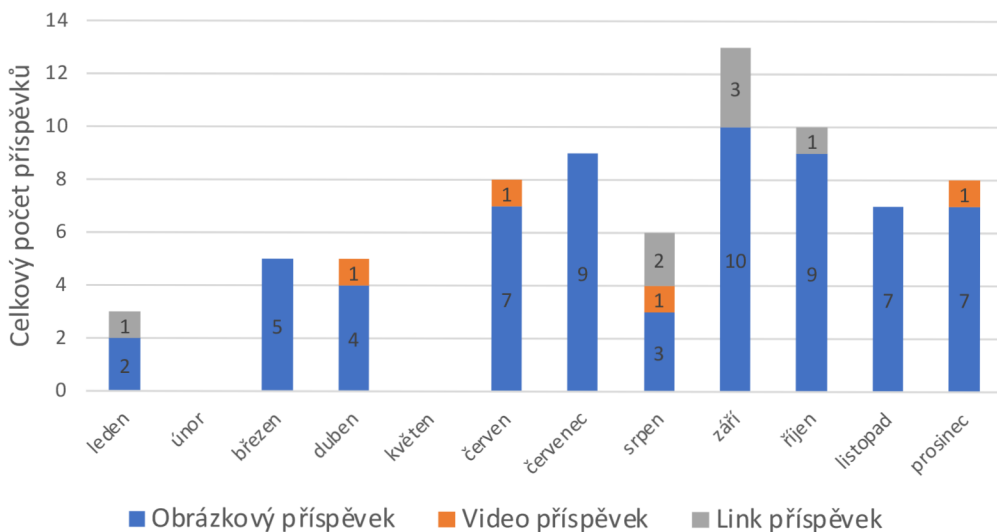
Celkový počet a meziměsíční vývoj počtu fanoušků banky Sberbank můžeme sledovat na grafu č. 28. Fanouškovská základna na sociální síti Facebook Sberbank, jako jediné sledované bankovního subjektu za rok 2020, klesl. Společnosti v tomto sledovaném období klesl počet fanoušků o 114, avšak nejméně úspěšným měsícem bylo se ziskem 138 fanoušků září. Největší úbytek fanoušků banku zastihl v prosinci, kdy facebookovou stránku přestalo sledovat 49 uživatelů.

Graf č. 28 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Sberbank



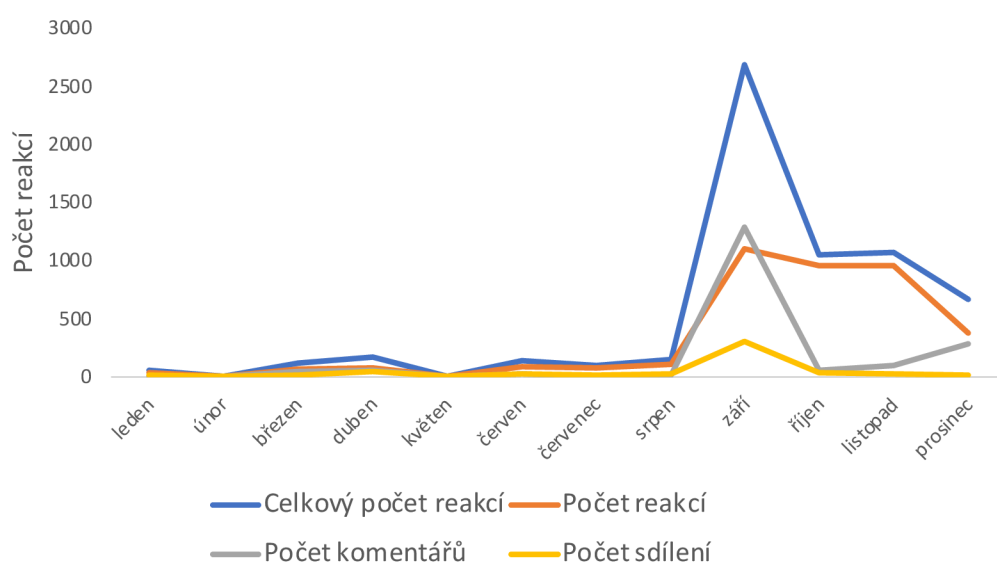
Na následujícím grafu č. 29 můžeme pozorovat, že Sberbank v únoru a květnu nezveřejnila na sociální síti Facebook žádný příspěvek. Naopak nejvíce aktivní byla banka v září a v tomto období banka sdílela celkem 13 příspěvků (10 obrázkového typu a 3 link příspěvky).

Graf č. 29 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – Sberbank



Nejvyšší aktivita ze strany fanoušků byla u zveřejněných příspěvků Sberbank v září, kdy v absolutním vyjádření získala banka 2 686 reakcí. Od příznivců za rok 2020 získala v celkovém součtu 6 167 reakcí (1 849 komentářů a 498 sdílení). Na grafu č. 30 můžeme pozorovat, že v únoru a květnu neproběhla na sociální síti Facebook ze strany sledujících žádná reakční aktivita.

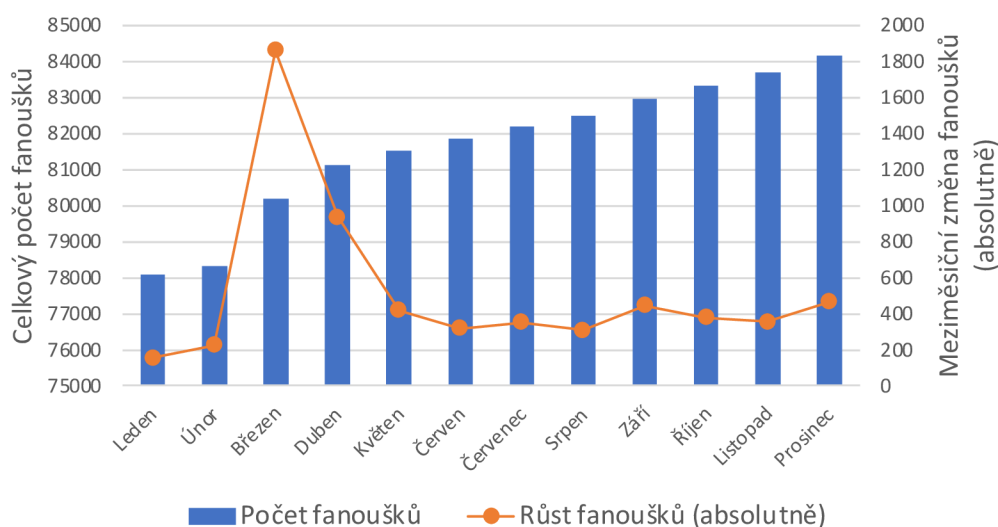
Graf č. 30 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Sberbank



1.5.11 Česká spořitelna

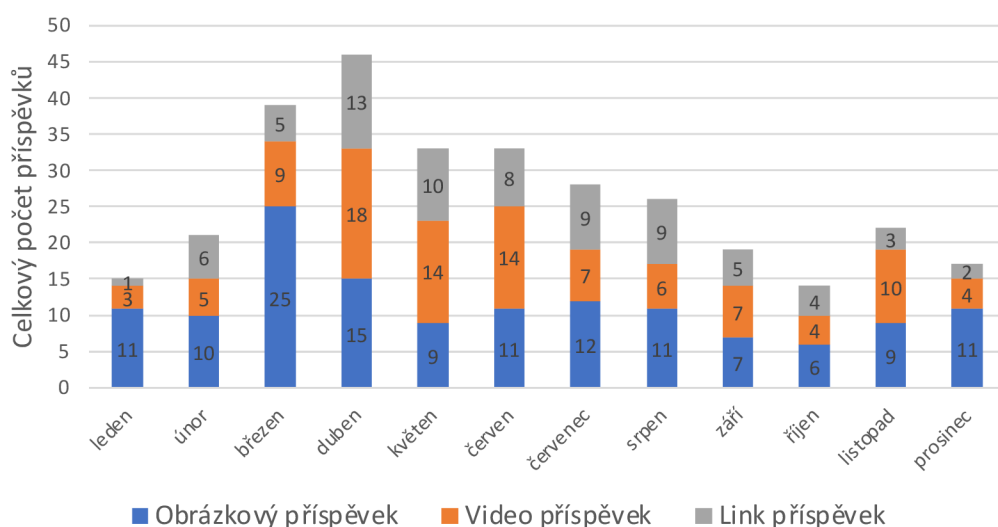
Na grafu č. 31 můžeme pozorovat celkový počet fanoušků a meziměsíční změnu počtu fanoušků České spořitelny. Za rok 2020 banka získala v absolutním vyjádření 6 220 nových fanoušků (7,99 %). Nejúspěšnějším měsícem se stal měsíc březen s celkovým nárůstem 1 862 nových fanoušků (2,38 %), následuje měsíc duben (936) a prosinec (465). Naopak nejméně úspěšným měsícem se ziskem 154 sledujících byl měsíc leden, což je v procentuálním vyjádření navýšení 0,20 %.

Graf č. 31 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – Česká spořitelna



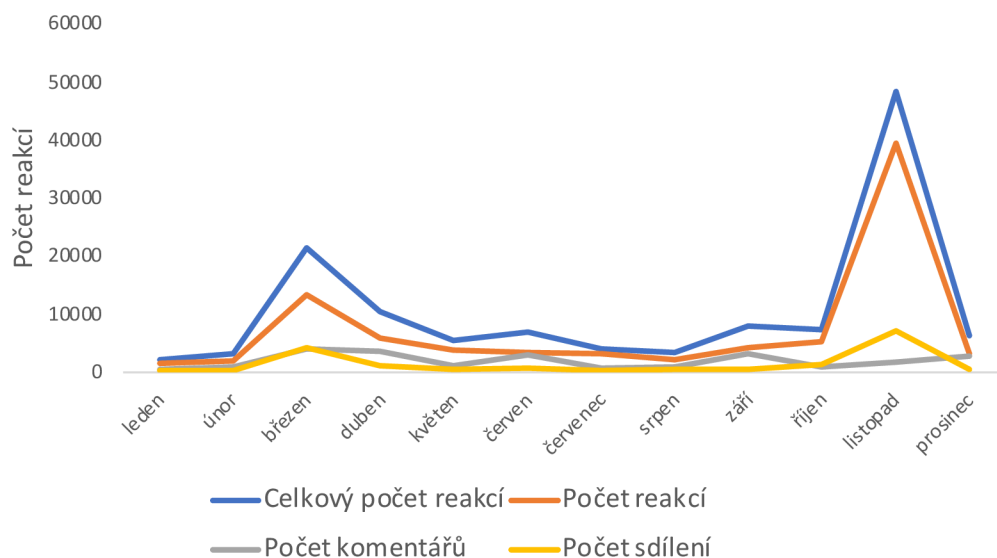
Na grafu č. 32 můžeme sledovat srovnání počtu zveřejněných příspěvků a jejich typ na sociální síti Facebook České spořitelny za rok 2020. Banka za celý rok zveřejnila 313 příspěvků (137 obrázkového typu, 101 video příspěvků a 75 příspěvků obsahující link). Vůbec neaktivnějším měsícem v počtu sdílení příspěvků byl pro Českou spořitelnu duben, v tomto období banka zveřejnila 46 příspěvků. Naopak nejméně aktivním měsícem z pohledu banky byl říjen (14).

Graf č. 32 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – Česká spořitelna



Celkový počet a jednotlivou strukturu reakcí můžeme pozorovat na grafu č. 33. Česká spořitelna za rok 2020 získala v celkovém vyjádření 126 070 reakcí u bankou zveřejněných příspěvků na sociální síti Facebook. Z hlediska aktivity byl neaktivnější listopad, ve kterém příznivci reagovali na příspěvky ve 48 250 případech (39 357 reakcí, 1 754 komentářů a 7 139 sdílení). V listopadu byl právě Českou spořitelnou zveřejněný vůbec nejúspěšnější příspěvek v počtu celkových reakcí napříč sledovanými subjekty za rok 2020. Druhým nejúspěšnějším měsícem byl pro banku březen s celkovým počtem 21 420 reakcí, v tomto období rovněž příspěvky získaly nejvíce komentářů (3 983).

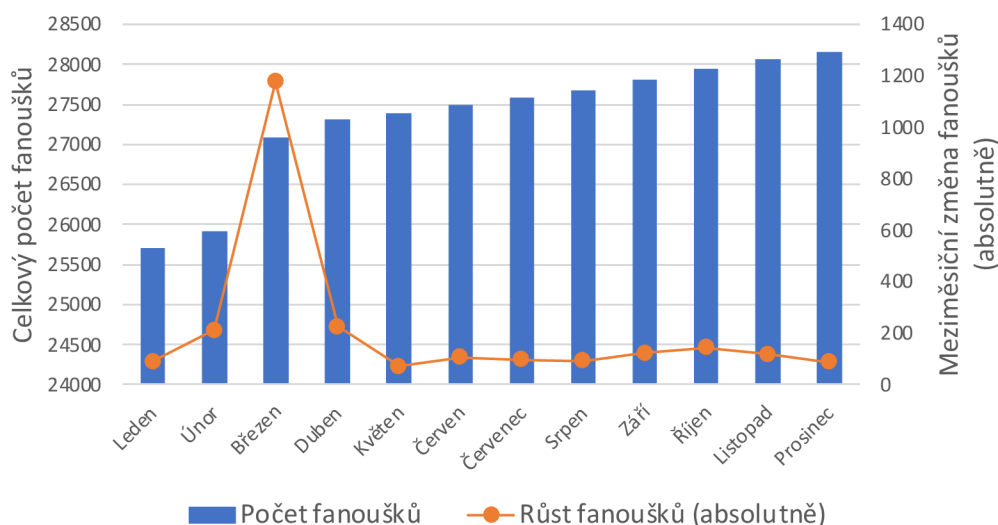
Graf č. 33 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – Česká spořitelna



1.5.12 ČSOB

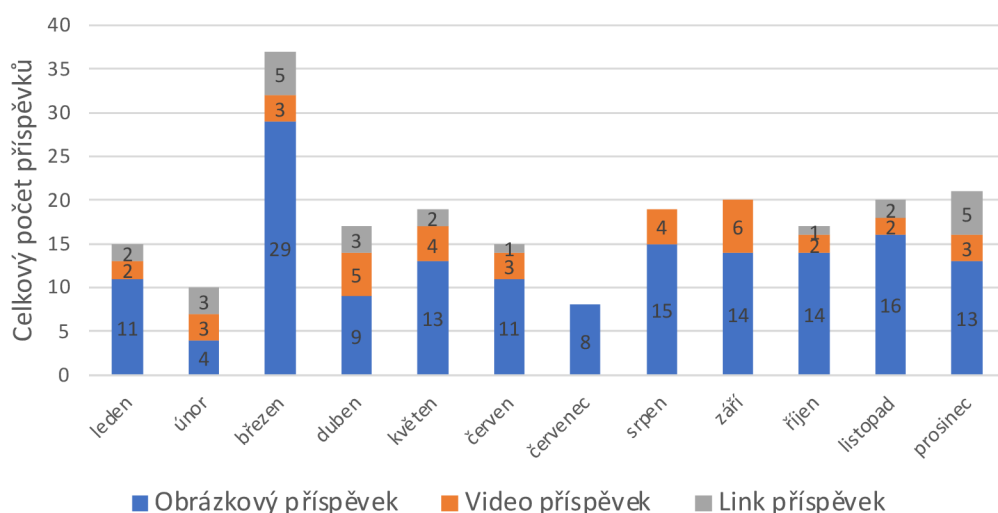
ČSOB za rok 2020 získala na sociální síti Facebook 2 543 nových fanoušků, což v procentuálním vyjádření je 9,95 %. Na grafu č. 34 můžeme sledovat, že nejúspěšnějším měsícem v počtu nárůstu nových fanoušků byl březen s nárůstem 1 172 (4,54 %). Naopak nejméně fanoušků banka získala v květnu, přičemž se její fanouškovská základna rozrostla o 72 nových fanoušků (0,26 %).

Graf č. 34 – Celkový počet fanoušků a meziměsíční změna v absolutních číslech – ČSOB



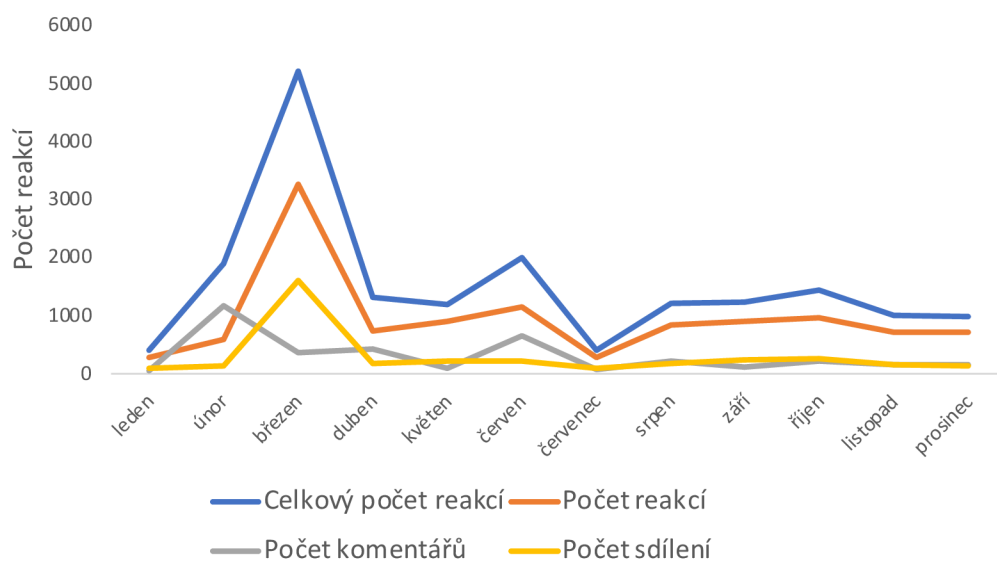
ČSOB za rok 2020 zveřejnila 218 příspěvků na sociální síti Facebook, z toho 157 příspěvků obsahující obrázek. Nejaktivnějším měsícem byl pro banku březen. V tomto měsíci banka zveřejnila v celkovém součtu 37 příspěvků a současně sdílela nejvíce příspěvků obrázkového typu (29). Naopak nejméně aktivním měsícem byl pro ČSOB červenec, ve kterém byly zveřejněny pouze obrázky v 8 případech.

Graf č. 35 – Měsíční srovnání počtu zveřejněných příspěvků na sociální síti a jejich typ za rok 2020 – ČSOB



V roce 2020 získala ČSOB od příznivců 18 207 celkových reakcí, z toho 3 583 komentářů a 3 377 sdílení. Na grafu č. 36 můžeme sledovat strukturu a celkový počet reakcí v jednotlivých měsících v roce 2020. Nejaktivnějším měsícem ze strany fanoušků u příspěvku ČSOB se stal březen. V tomto období získala banka v celkovém vyjádření 5 204 reakcí. Oproti tomu se stal leden nejméně aktivním měsícem ze strany fanoušků, jelikož reagovali pouze ve 400 případech.

Graf č. 36 – Měsíční vývoj struktury reakcí na zveřejněné příspěvky za rok 2020 – ČSOB

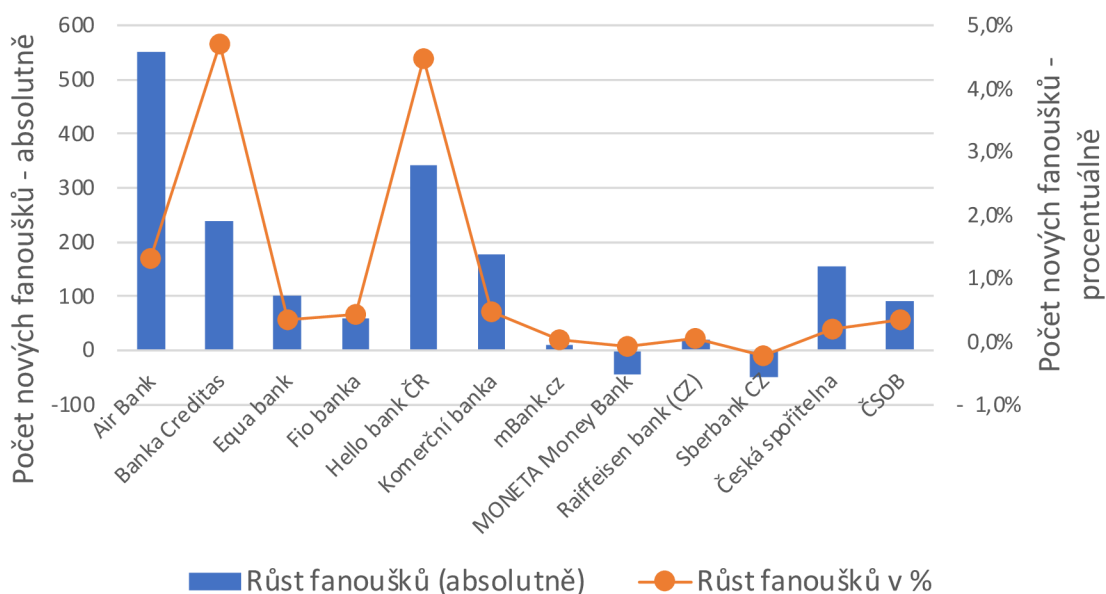


1.6 Měsíční srovnání sociální sítě Facebook bankovních společností v České republice za rok 2020

1.6.1 Leden

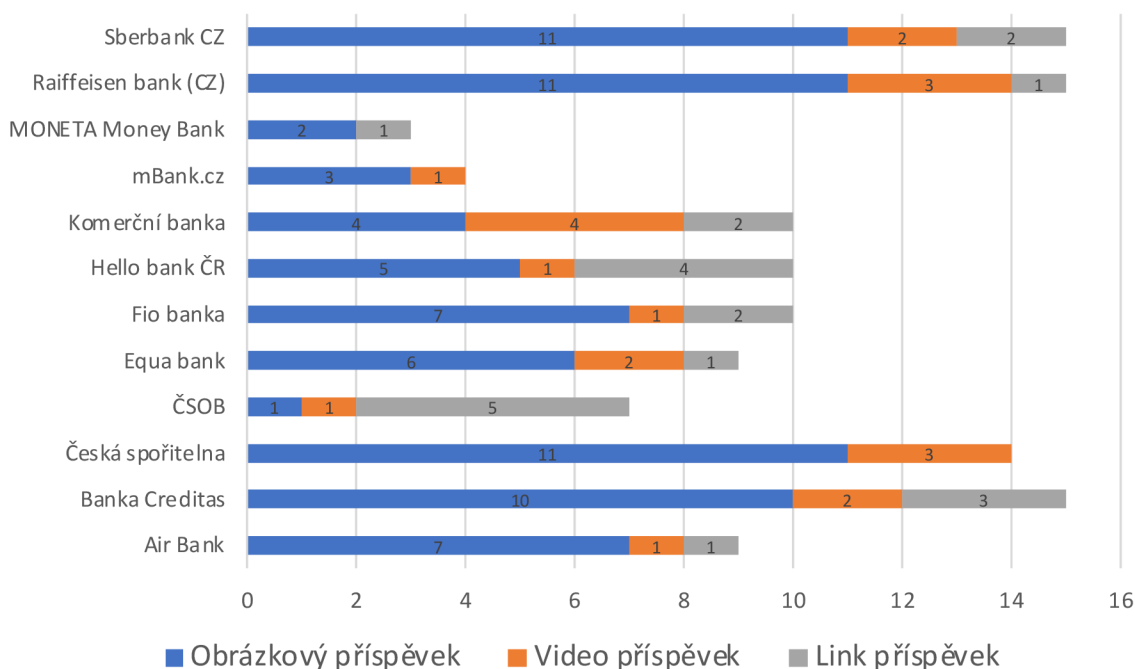
Na grafu č. 37 můžeme pozorovat, že banka Air bank si připsala nejvyšší počet nových fanoušků za měsíc leden 2020 s celkovým počtem 550. Na pomyslném druhém místě se umístila banka Hello bank! ČR s 341 novými fanoušky, která současně zaznamenala druhý nejvyšší procentuální nárůst za měsíc leden (4,47 %). Na třetím místě v absolutních číslech a souběžně na prvním v procentuálním nárůstu se stala Banka CREDITAS s 239 novými fanoušky s měsíčním nárůstem 4,71 %. Naopak pokles za měsíc leden můžeme pozorovat u bank MONETA Money Bank a Sberbank se ztrátou 43 resp. 49 fanoušků.

Graf č. 37 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – leden



Graf č. 38 nám ukazuje, že nejaktivnější bankou v počtu zveřejněných příspěvků se v lednu stala banka ČSOB s celkovými 16 příspěvků. Česká spořitelna a Banka CREDITAS byly rovněž v lednu velice aktivní na sociální síti, totožně zveřejnily 15 příspěvků. Naopak Raiffaisenbank a Sberbank zveřejnili vůbec nejméně příspěvků za sledované období (4 resp. 3 příspěvky). Nejaktivnější bankou v počtu zveřejňování video příspěvků se v tomto období stala MONETA Money Bank se zveřejněnými 4 videi, nejvíc link příspěvků sdílela na sociální síti Fio banka. ČSOB, Česká spořitelna a Equa bank byly nejaktivnější v počtu zveřejněných příspěvků obsahující obrázek.

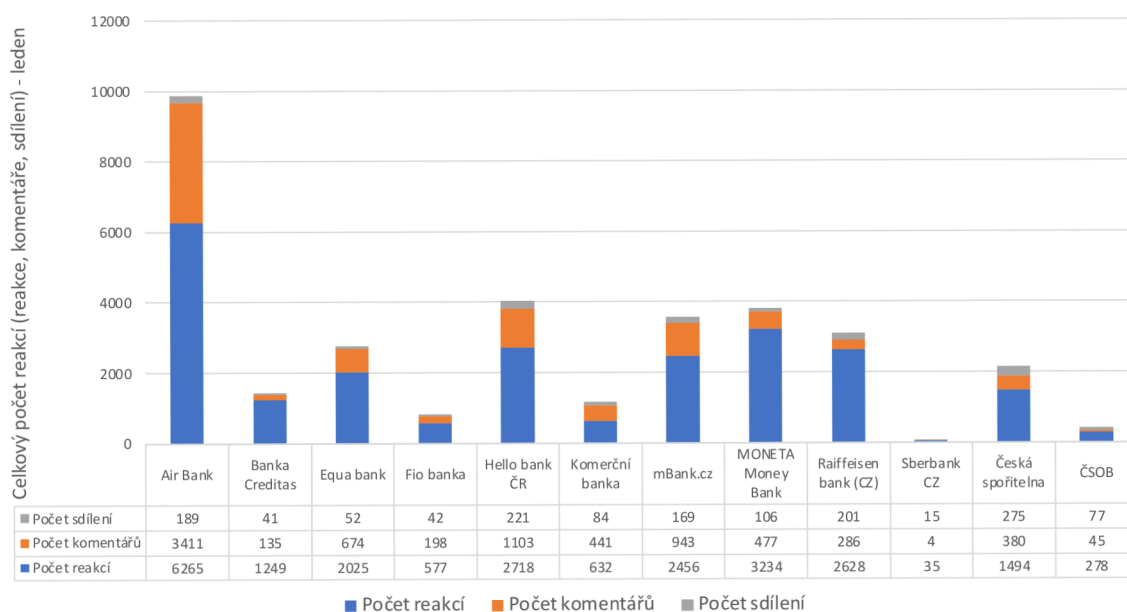
Graf č. 38 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – leden



Ve sledovaném období za měsíc leden, byli nejvíce aktivní uživatelé sociální sítě Facebook u příspěvků bankovní společnosti Air bank s celkovým počtem 9 865 reakcí. Současně můžeme pozorovat na grafu č. 39, že zveřejněné příspěvky Air bank byly nejvíce komentované, současně banka dosáhla i nejpočetněji reakcí (like, love, haha, thankful, wow, sad, angry) s počtem 6 265. Na pomyslném druhém místě se umístila banka Hello bank! s celkovými 4 042 reakcemi, byly příspěvky v lednu nejvíce komentované (1 103) a nejvíce ze všech sledovaných subjektů sdílené uživateli sociální sítě Facebook (221). MONETA Money Bank se umístila na třetím místě v počtu celkových reakcí (3 817) a na druhém místě

v počtu komentářů. Naopak bankou, u které byla zaznamenána nejmenší aktivita, je banka Sberbank, dosáhla za sledované období v součtu 54 celkových reakcí a z toho 4 komentáře, 15 sdílení a 35 reakcí.

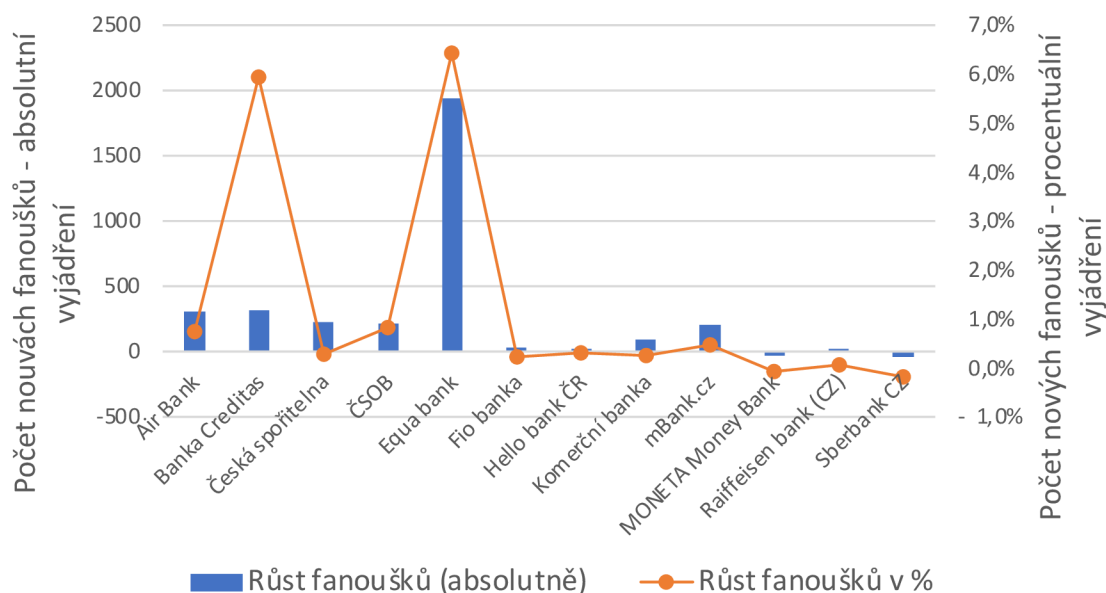
Graf č. 39 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – leden



1.6.2 Únor

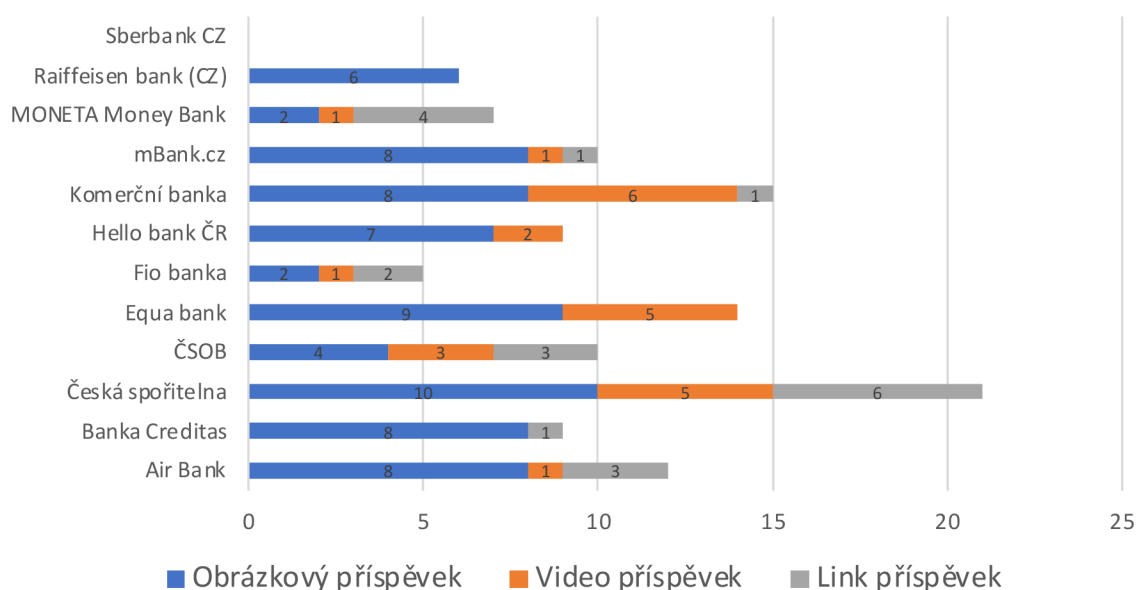
Graf č. 40 znázorňuje procentuální a absolutní vyjádření v nárůstu počtu nových sledujících na sociální síti Facebook. Equa bank si v únoru 2020 připsala nejvyšší nárůst v počtu fanoušků, jak z absolutního hlediska (1 939), tak i z procentuálního vyjádření (6,42 %). Na druhé pozici se umístila s nárůstem 310 nových sledujících Banka CREDITAS, která současně zaznamenala druhý nejvyšší procentuální nárůst (5,93 %). Fio banka, Hello bank!, Komerční banka a Raiffeisenbank v únoru nezískaly více než 100 nových fanoušků. Pokles můžeme sledovat u bank Sberbank a MONETA Money Bank s celkovým snížením o 40 resp. 35 sledujících.

Graf č. 40 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – únor



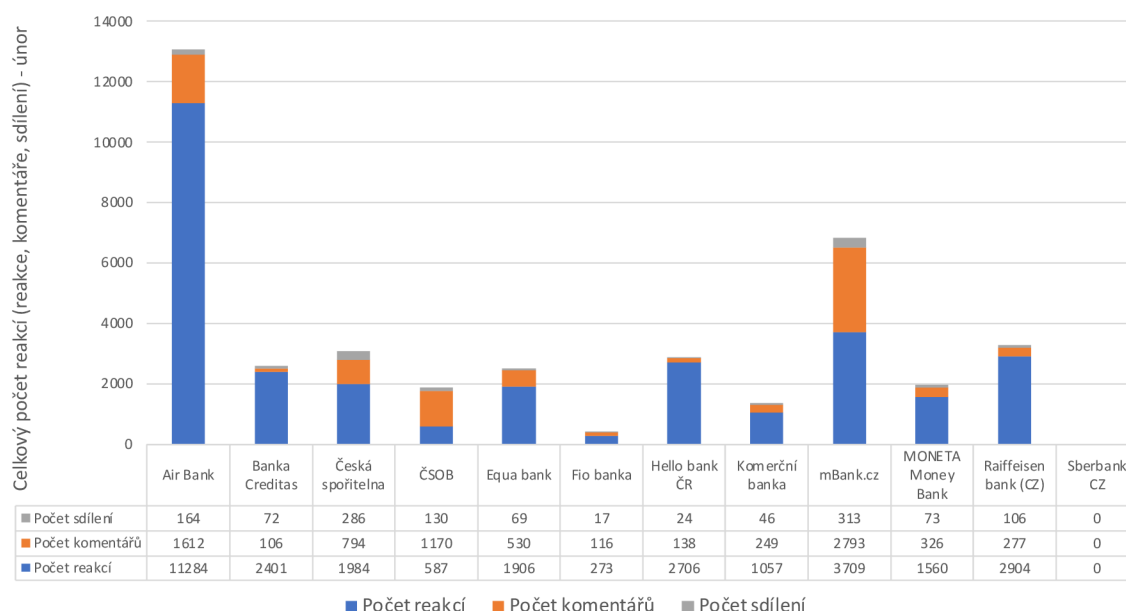
Nejaktivnější bankou v únoru 2020 v počtu zveřejněných příspěvků se stala Česká spořitelna s celkovými 21 příspěvků, která současně sdílela nejvíce obrázkový typ. Na grafu č. 41 můžeme pozorovat, že mezi nejaktivnější banky v únoru patří Komerční banka (15) a Equa bank (14). Sberbank v tomto období nezveřejnila na své facebookové stránce jediný příspěvek. Komerční banka obsadila pomyslné první místo v počtu sdílených video příspěvků.

Graf č. 41 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – únor



Graf č. 42 nám znázorňuje, že nejvyšší aktivita ze strany uživatelů sociální sítě získal za únor bankovní subjekt Air bank s celkovým počtem 13 060 reakcí. I přesto, že Air bank získala nejvyšší počet reakcí (like, love, haha, thnakful, wow, sad, angry) s počtem 11 284, tak nejvíce komentované a sdílené byly příspěvky mBank. V tomto období se mBank umístila na pomyslném druhém místě v celkovém součtu všech reakcí 6 815 s 2 793 komentáři a 313 sdíleními. Nulová aktivita byla zaznamenána u Sberbank, která současně v únoru nezveřejnila jediný příspěvek.

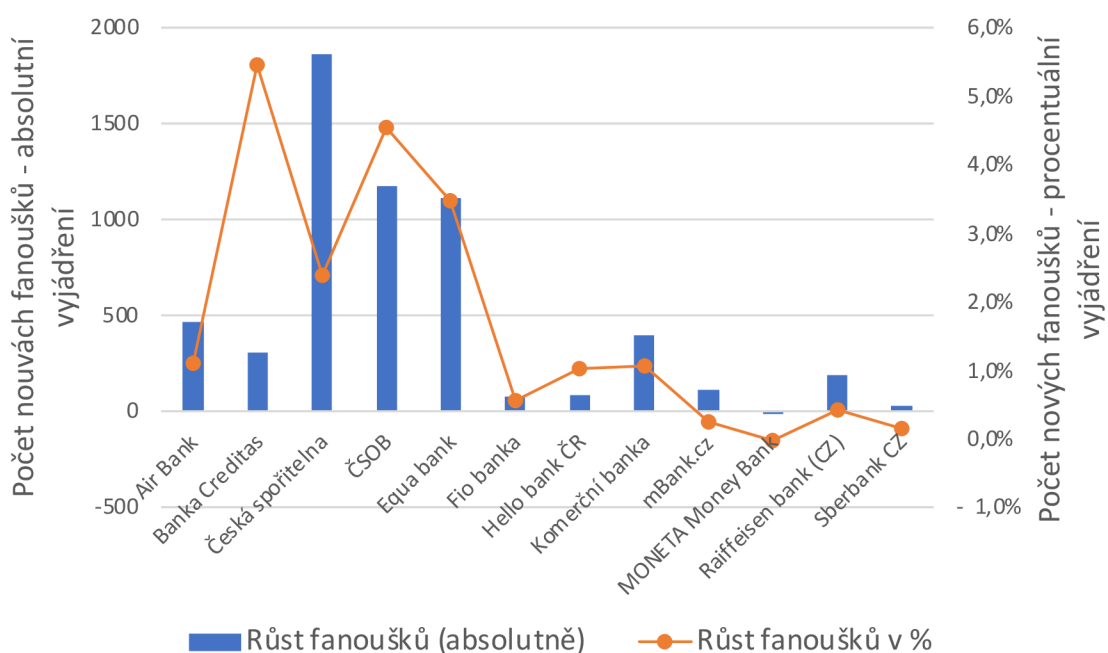
Graf č. 42 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – únor



1.6.3 Březen

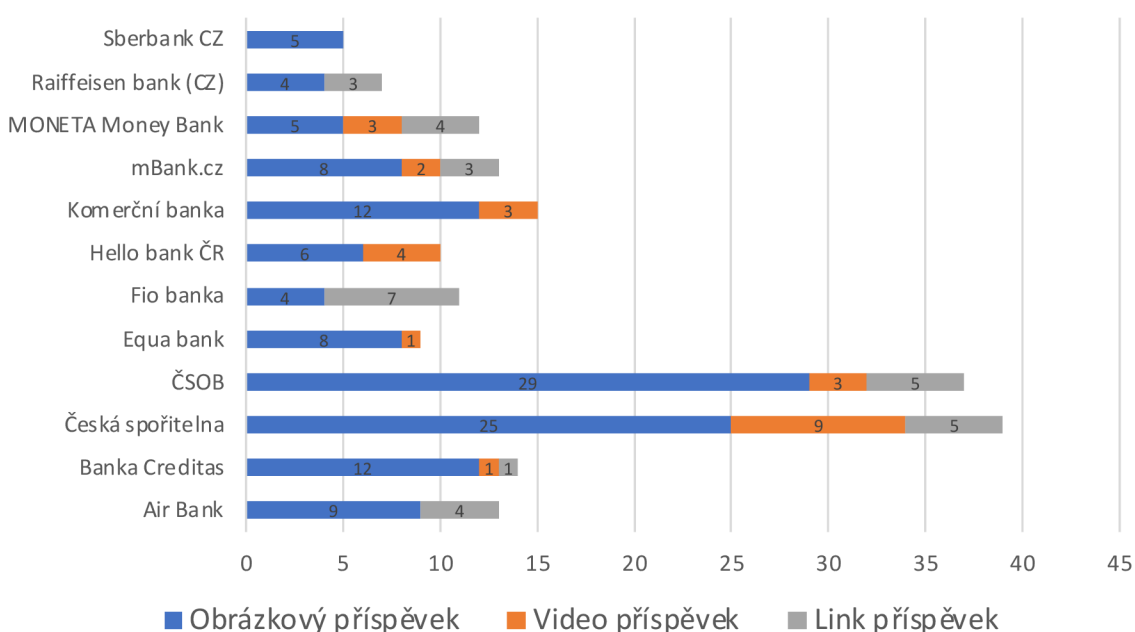
Na následujícím grafu č. 43 můžeme sledovat, že Česká spořitelna si připsala nejvyšší počet fanoušků v absolutním vyjádření za březen 2020 s celkovým počtem 1 862. Nejvyšší procentuální nárůst byl v tomto období zaznamenán u Banky CREDITAS (5,42 %) se ziskem 307 nových fanoušků. Na druhé pozici v absolutním i procentuálním vyjádření se umístila banka ČSOB s 1 176 novými příznivci (4,54 %). Třetí v pořadí v obou sledovaných parametrech se stala společnost Equa bank, která získala 1 114 nových sledujících s procentuálním nárůstem 3,46 %. Nejmenší nárůst můžeme pozorovat na facebookových stránkách společnosti Sberbank (31), Fio banka (76) a Hello bank! s celkovým nárůstem o 82. Pokles v březnu zaznamenala MONETA Money Bank, která v tomto období ztratila 14 fanoušků.

Graf č. 43 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – březen



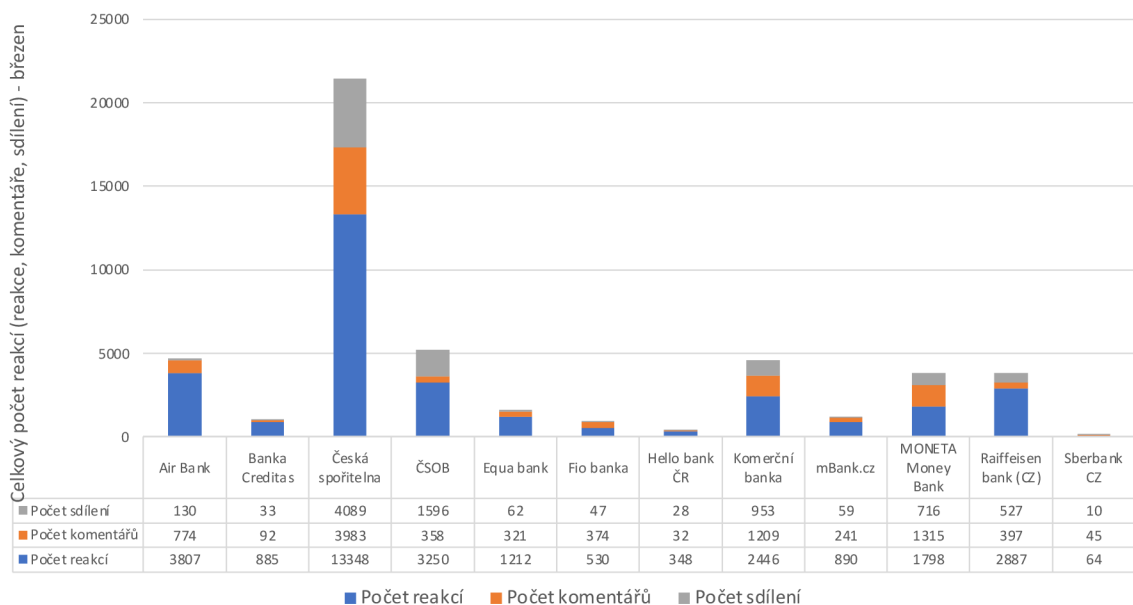
Z graf č. 44 je patrné, že nejvyšší publikační aktivitu v březnu 2020 zaznamenala Česká spořitelna s celkovými 39 příspěvky. Současně se Česká spořitelna stala bankou, která zveřejnila nejvíce příspěvků obsahující video (9). Československá obchodní banka byla v tomto období druhou neaktivnější bankou v počtu zveřejněných celkových příspěvků na sociální síti s počtem 37. Nejméně příspěvků za sledované období zveřejnily banky Sberbank (5) a Raiffeisenbank (7). Fio banka v březnu sdílela, ze všech monitorovaných společností nejvyšší počet příspěvků obsahující link (7).

Graf č. 44 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – březen



Ve sledovaném období za měsíc březen můžeme pozorovat, že nejvíce aktivní byli uživatelé sociální sítě Facebook byli u příspěvků České spořitelny s celkovým počtem 21 420 reakcí. Současně, jak můžeme sledovat na grafu č. 45, byly příspěvky banky nejvíce komentované, sdílené a získala více než trojnásobný počet reakcí (like, love, haha, thankful, wow, sad, angry) oproti ostatním společnostem. Na pomyslném druhém místě se umístila ČSOB s celkovým počtem 5 204 reakcí. Další bankou, která v březnu získala od fanoušků nejvíce reakcí, se stala Air bank (4 711). Bankou, jenž ve sledovaném období získala nejnižší počet reakcí, se potřetí v řadě stala Sberbank.

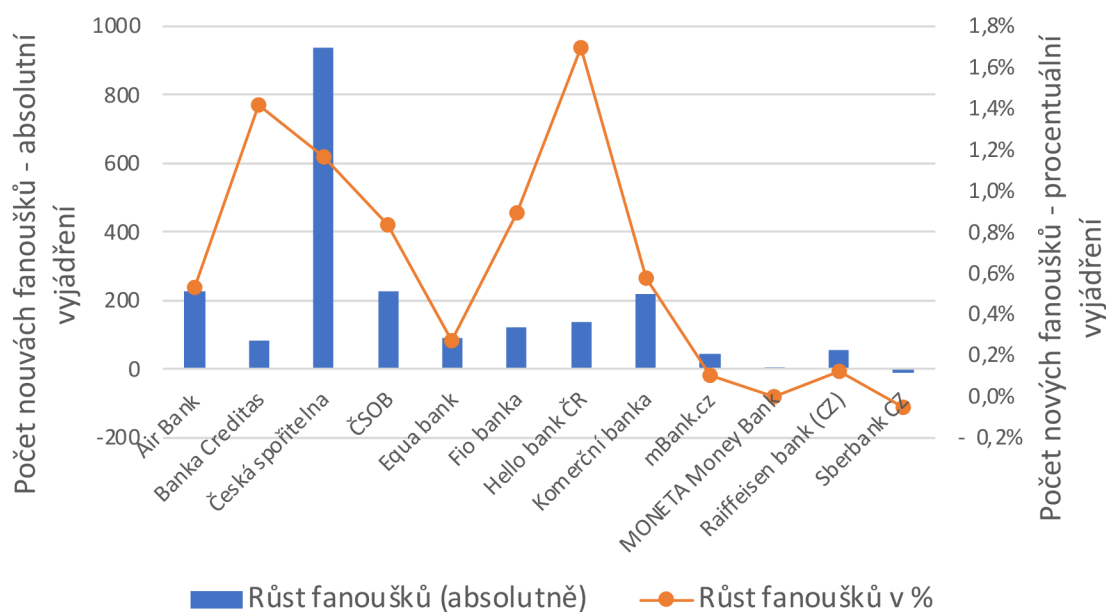
Graf č. 45 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – březen



1.6.4 Duben

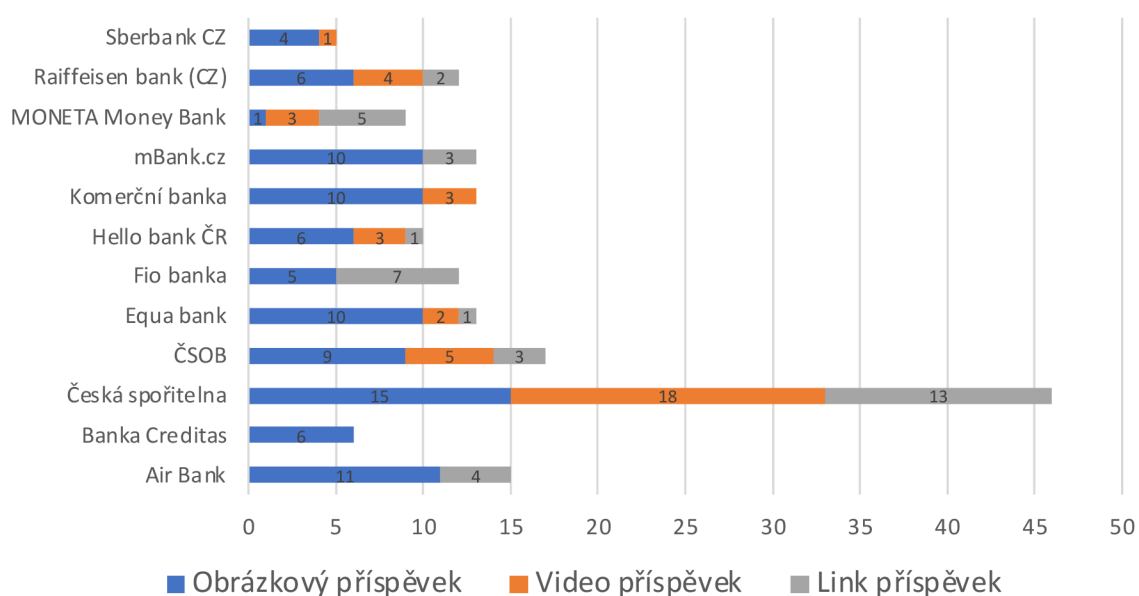
Na grafu č. 46 můžeme pozorovat, že Česká spořitelna si v absolutním vyjádření připsala nejvyšší nárůst nových fanoušků za duben 2020 s celkovým počtem 936. V procentuálním vyjádření vytěžila Česká spořitelna třetí nejvyšší nárůst za toto období (1,17 %). Následují banky Air bank (227), ČSOB (226) a Komerční banka s absolutním nárůstem 219 nových příznivců. Nejvyšší procentuální nárůst na sociální síti Facebook zaznamenala v dubnu Hello bank! s nárůstem 1,69 %, v tomto období získala 137 nových příznivců. Na pomyslném druhém místě s nárůstem 1,41 % se umístila Banka CREDITAS. Fanouškovská základna MONETA Money Bank se v dubnu rozrostla o jednoho sledujícího a Sberbank za toto období ztratila 12 fanoušků.

Graf č. 46 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – duben



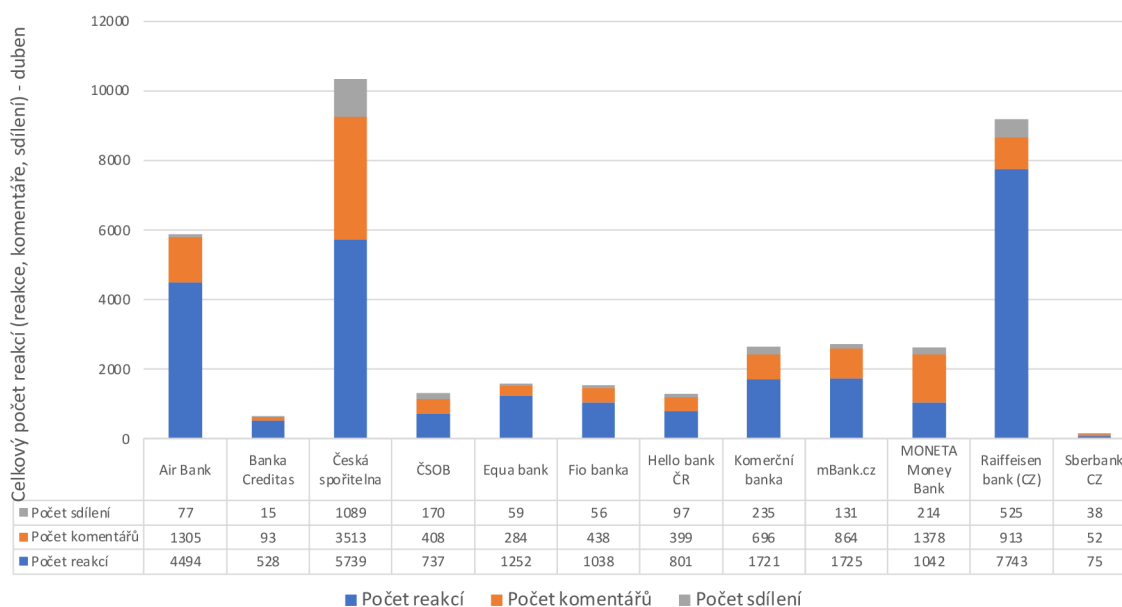
Během dubna byla neaktivnější Česká spořitelna, která zveřejnila skoro trojnásobně více příspěvků (46) oproti bance ČSOB (17), jež se umístila na druhém místě. Z grafu č. 47 je patrné, že nejméně aktivní byl bankovní subjekt Sberbank (5). Tato společnost alespoň zveřejnila 2 různé typy příspěvků (obrázkový i video), což se nedá říct u druhé, nejméně aktivní bance CREDITAS (6) - pouze obrázkové typy. Na pomyslné třetí místo v aktivitě vystoupala Air Bank, která zveřejnila o 2 příspěvky více oproti minulému měsíci.

Graf č. 47 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – duben



Jelikož Česká spořitelna zveřejnila nejvíce příspěvků za měsíc duben, tak není překvapení, že její fanoušci byli nejaktivnější (celkem 10 341 reakcí). Oproti březnu to je ale propad o polovinu. Příznivci Raiffeisenbank stanuli na druhé příčce s celkovým počtem reakcí 9 181, ovšem získali prvenství v počtu reakcí typu: like, love, haha, thankful, wow, sad, angry (7 743). Druhá nejaktivnější banka ČSOB v dubnu nezískala až takovou odezvu od svých sledujících, a proto se svými celkovým počtem reakcí (1 315) nachází čtvrtá od konce. Z grafu č. 48 je patrné, že fanoušci Sberbank nadále pokračují ve velké pasivitě (celkem 165 reakcí).

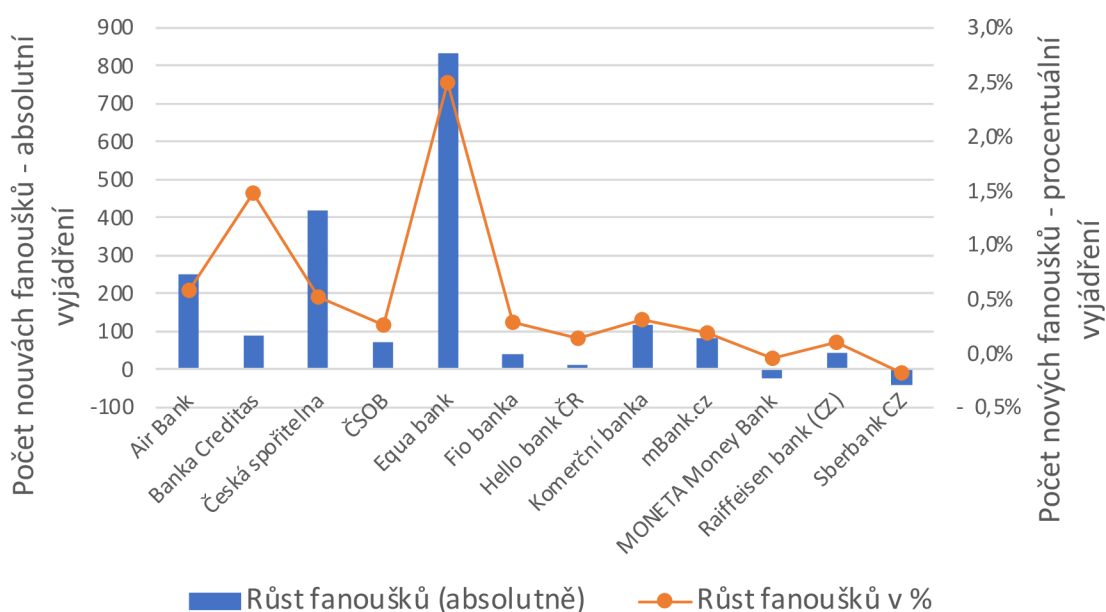
Graf č. 48 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – duben



1.6.5 Květen

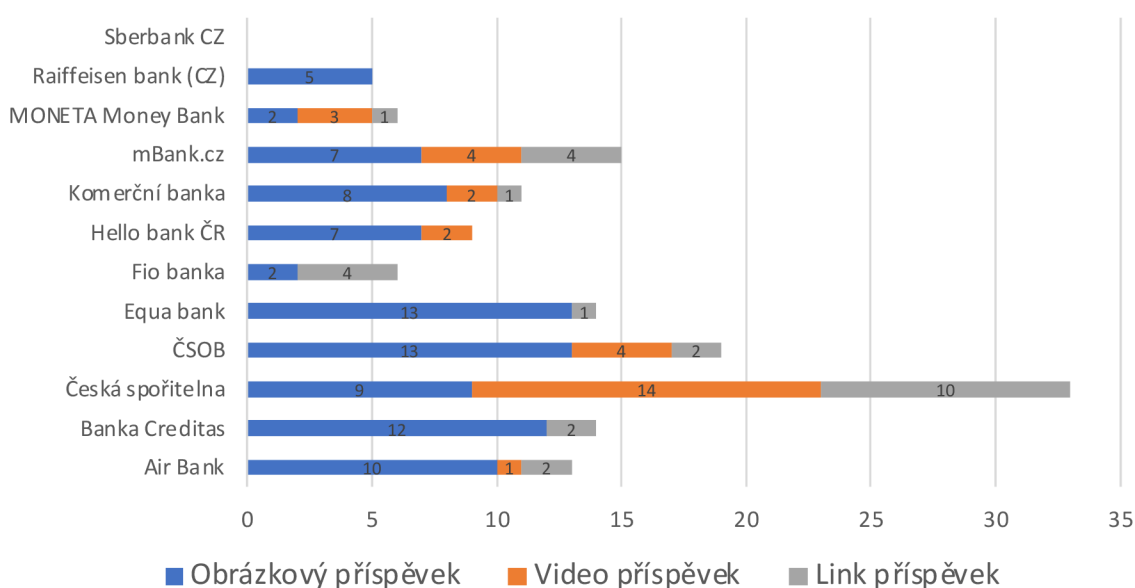
Graf. č. 49 znázorňuje absolutním a procentuální vyjádření v počtu nových sledujících na sociální síti Facebook. Equa bank si v květnu 2020 připsala nejvyšší nárůst v počtu nových fanoušků z absolutního hlediska (833), i v procentuálním vyjádření 2,5 %. Česká spořitelna v tomto období získala 419 nových sledujících. Na fiktivní třetí pozici se umístila Air bank s nárůstem 250. Druhý nejvyšší procentuální nárůst (1,48 %) zaznamenala Banka CREDITAS s nárůstem 89 příznivců. Pokles fanoušků byl v květnu 2020 sledován u MONETA Money Bank a Sberbank.

Graf č. 49 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – květen



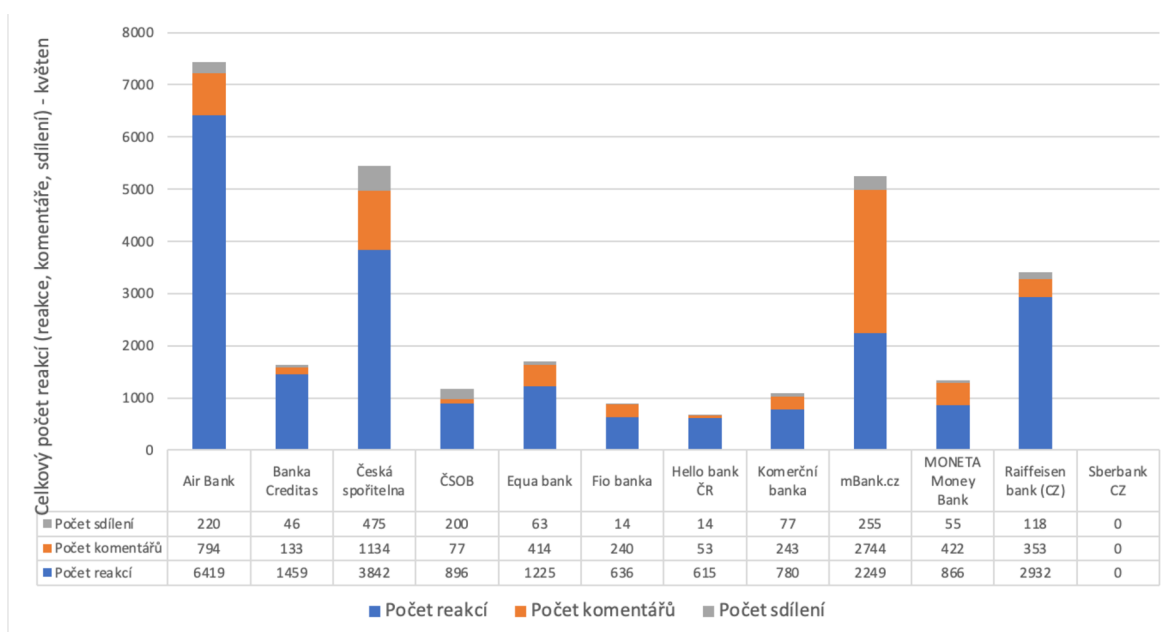
Květen poměrně kopíroval předchozí měsíc duben, jelikož z grafu č.50 je patrné, že své prvenství obhájila opět Česká spořitelna s 33 příspěvky. Změna nenastala ani na druhé pozici, kde můžeme znovu vidět banku ČSOB s 19 příspěvky, z nichž 13 je obrázkového typu – nejvíce ze všech pozorovaných subjektů. Pomyslnou bronzovou medaili bere mBank (15). Žádná aktivita nenastala u Sberbank, což se rozhodně odrazí i v následujícím grafu. Každá banka, kromě Sberbank a Raiffeisen bank, zveřejnila alespoň 2 druhy příspěvků, proto není divu, že tyto 2 banky jsou na posledních 2 pozicích.

Graf č. 50 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – květen



Z grafu č. 51 vyplývá, že pasivita banky Sberbank má vliv i na své sledující, jelikož za květen nezískala ani jednu reakci. Na prvním místě se neobjevuje Česká spořitelna (celkem reakcí 5 451), nýbrž Air bank s celkovým počtem reakcí 7 433, z nichž velká většina je v podobě reakce: like, love, haha, thankful, wow, sad, angry. V těsném závěsu za druhou Českou spořitelnou můžeme vidět mBank, která získala 5 248 celkových reakcí, a zároveň nejvíce komentářů (2 744) ze všech sledovaných subjektů za daný měsíc.

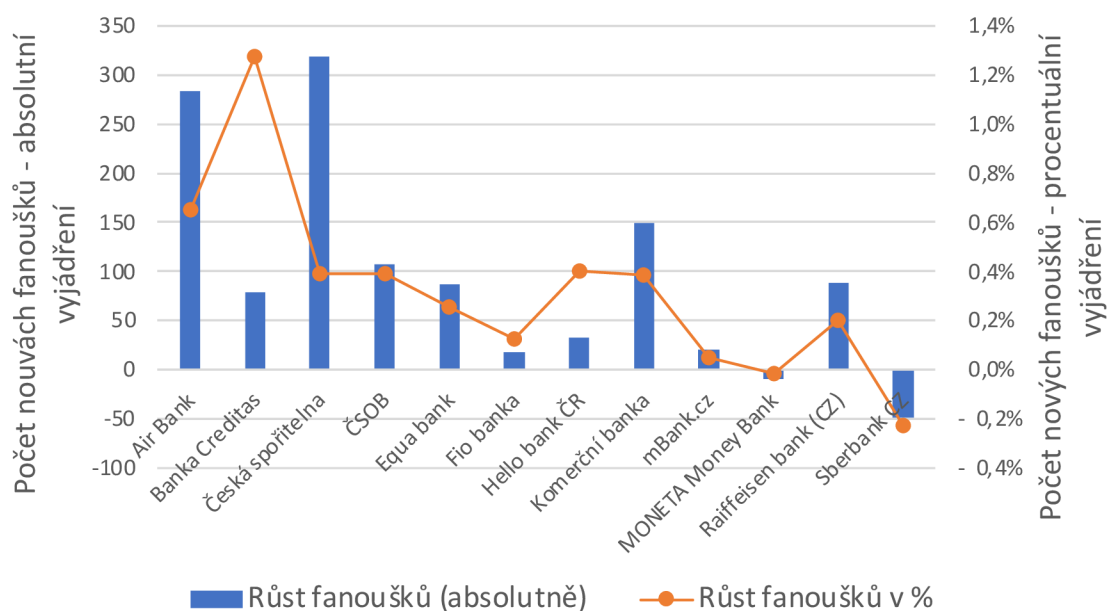
Graf č. 51 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – květen



1.6.6 Červen

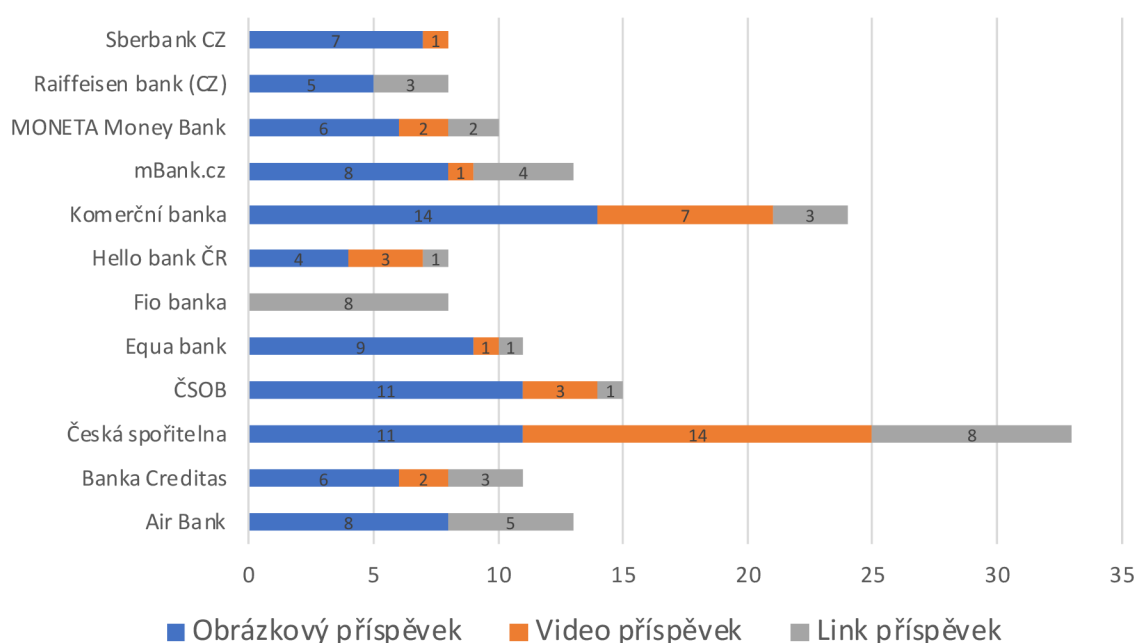
Na následujícím grafu č. 52 můžeme sledovat, že Česká spořitelna si připsala nejvyšší nárůst fanoušků v absolutním vyjádření za červen 2020 s celkovým počtem 319. Nejvyšší procentuální nárůst byl zaznamenán u Banky CREDITAS (1,28 %) se ziskem 78 nových příznivců. Na druhém místě v absolutním i procentuálním vyjádření se umístila Air bank s 284 novými sledujícími (0,65 %). Nejnižší nárůst fanouškovské základny v tomto období můžeme pozorovat u Fio banka a mBank. Pokles sledujících byl zaznamenán, jako v předešlém měsíci, u MONETA Money Bank (10) a Sberbank (49).

Graf č. 52 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – červen



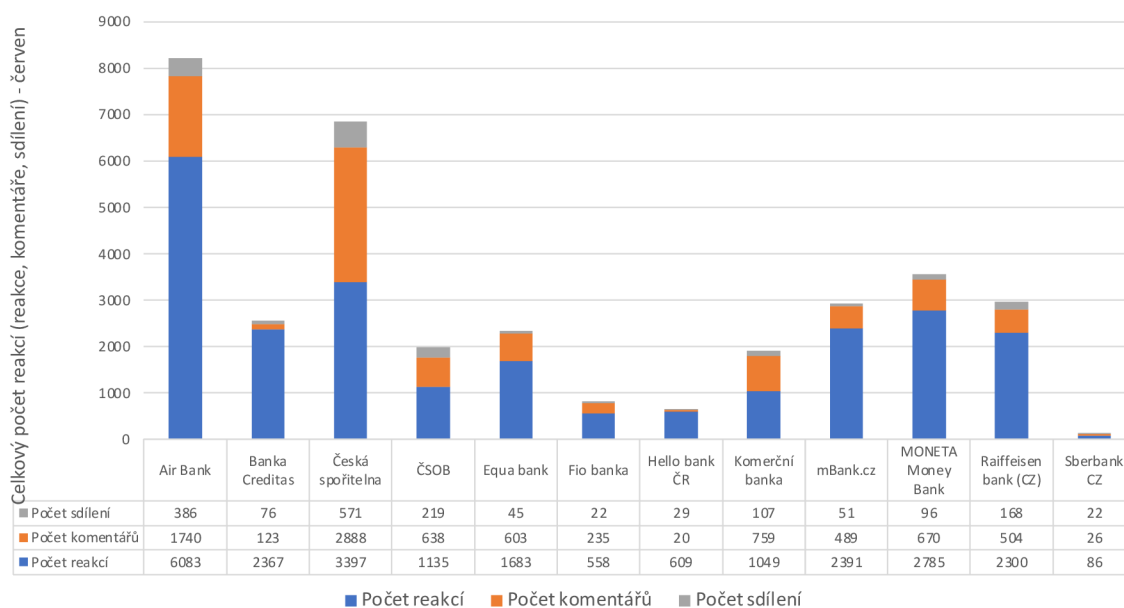
I v červnu pokračují správci facebookové stránky České spořitelny ve velké aktivitě, jelikož s 33 příspěvky se stávají opět vítězi. Z grafu č. 53 můžeme pozorovat změnu na stříbrné pozici, kde se ve sledovaném měsíci objevila Komerční banka (24 příspěvků). Ostatní sledované subjekty nemají mezi sebou velké rozestupy, ale na třetí místo dosáhly hned 2 banky – mBank a Airbank (shodně 13 příspěvků). Jednoznačné není ani poslední místo, kde se nachází celkem 3 subjekty. Mezi ně patří Sberbank, Raiffeisen bank a Fio banka. Nutno podotknout, že kromě Fio banky se ostatní peněžní ústavy snažily o různorodost příspěvků.

Graf č. 53 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – červen



Měsíc červen nezaznamenal změnu na prvních dvou příčkách oproti květnu. Air bank dominuje s celkovým počtem reakcí 8 209 a Česká spořitelna obhájila druhou příčku s celkovým počtem reakcí 6 856. Z grafu č. 54 je vidět velký rozestup těchto dvou bank od ostatních subjektů. Sberbank získala celkem 134 reakcí, což ji ovšem stále neposouvá z poslední pozice. U všech subjektů byla nejrozšířenější reakce v podobě: like, love, haha, thankful, wow, sad, angry – vítězem se stává Air bank s číslem 6 083.

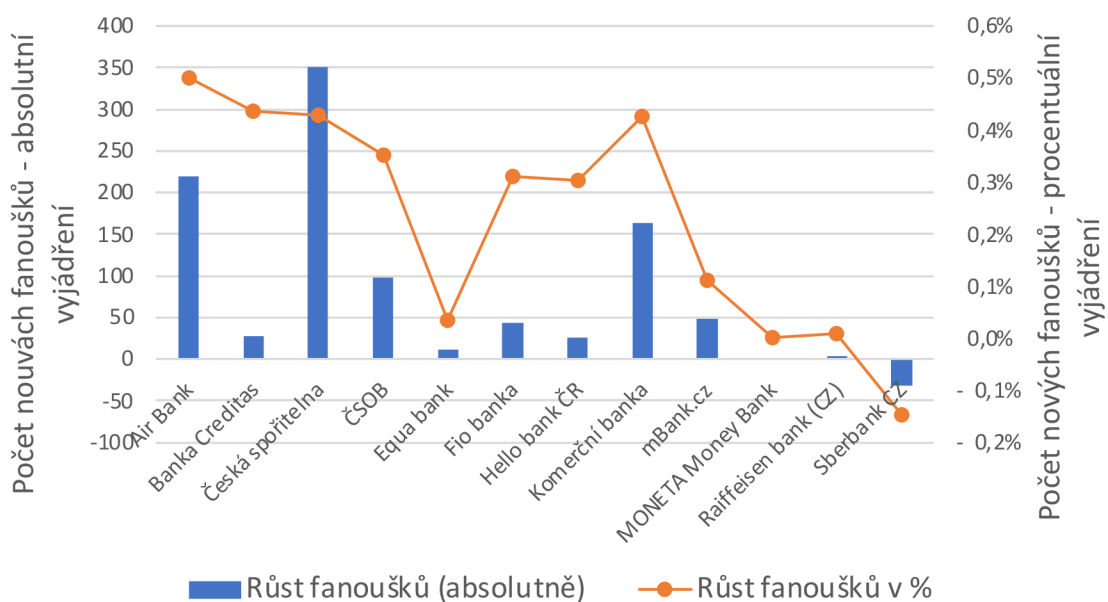
Graf č. 54 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – červen



1.6.7 Červenec

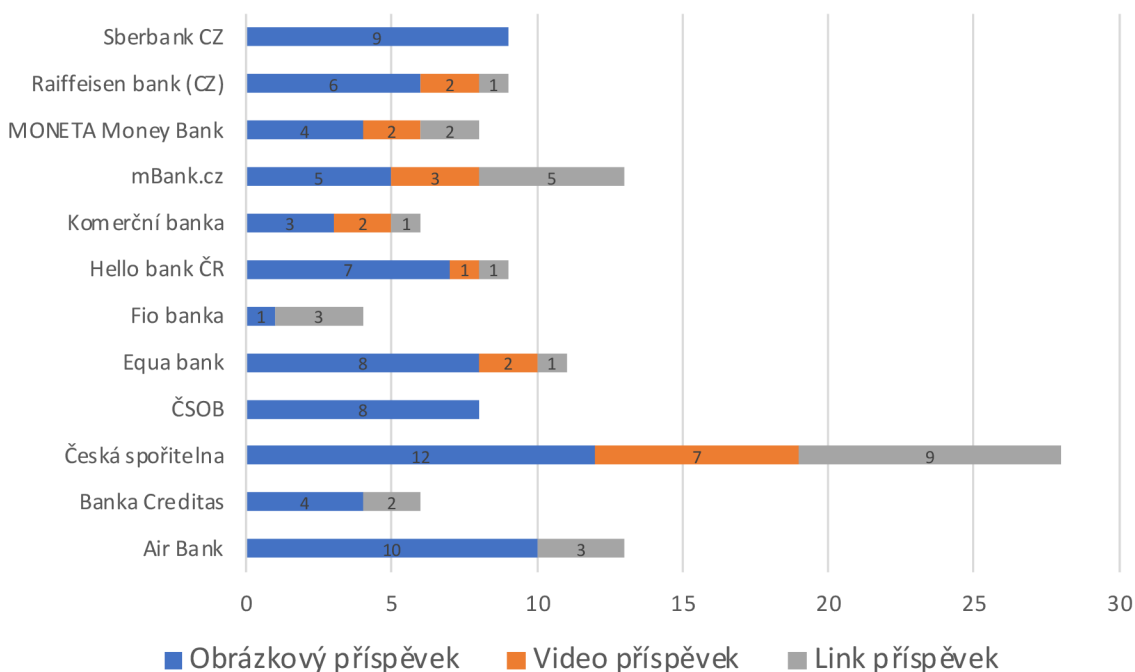
Na grafu č. 55 můžeme pozorovat, že Česká spořitelna si v absolutním vyjádření připsala nejvyšší nárůst fanoušků v červenci 2020 s celkovým počtem 351. Následují banky Air bank (219) a Komerční banka s nárůstem 164 nových příznivců. V procentuálním vyjádření byla nejúspěšnější Air bank, které vyrostla fanouškovská základna o 0,5 %. Banka CREDITAS v tomto období byla druhou nejúspěšnější bankou v procentuálním vyjádření s 0,44 %, což odpovídá 27 nových příznivců. Podobně jako předchozí měsíce klesl celkový počet fanoušků na facebookové stránce společnosti Sberbank.

Graf č. 55 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – červenec



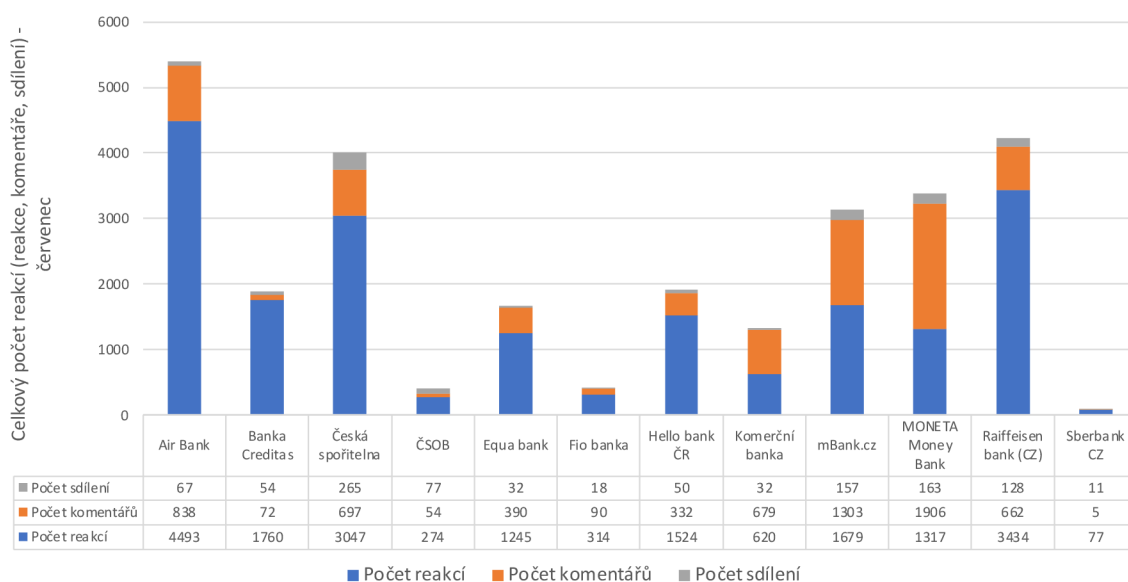
I v sedmém kalendářním měsíci ukazuje Česká spořitelna svou převládající aktivitu na sociální síti Facebook, i přesto, že zveřejnila méně příspěvků (28) oproti předchozím obdobím. O 15 méně příspěvků přidali společnosti mBank a Airbank, proto se dělí o pomyslnou druhou příčku. Graf č. 56 nám ukazuje, že Sberbank zvýšila svou aktivitu na sociální síti, jelikož publikovala celkem 9 příspěvků – všechny obrázkového typu. Největší pasivitu můžeme pozorovat v červenci u Fio banky (4), ale nutno podotknout, že se neprojevovala pouze jedním typem příspěvků. Jedním typem se prezentovala i ČSOB, která skončila v pořadí třetí od konce společně s MONETA Money Bank.

Graf č. 56 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – červenec



Aktivita fanoušků byla v červenci poměrně rozmanitá. I přesto, že aktivita fanoušků Airbank poklesla skoro o 3 000, tak bankovní subjekt nadále zůstává na první příčce (celkem 5 398 reakcí). Česká spořitelna se posunula na třetí místo, jelikož na druhém místě ji vystřídala Raiffeisen banka s celkovým počtem reakcí 4 224. Z grafu č. 57 se dá vypočítat, že nejvíce lidé komentovali příspěvky od společnosti MONETA Money Bank, což celkem čítá 1 906 komentářů. Sberbank zůstává na poslední pozici s celkovým počtem reakcí 93. Poměrně zajímavá je statistika Komerční banky, protože v červenci obdržela více komentářů než reakcí typu: like, love, haha, thankful, wow, sad, angry, což nebývá tak časté.

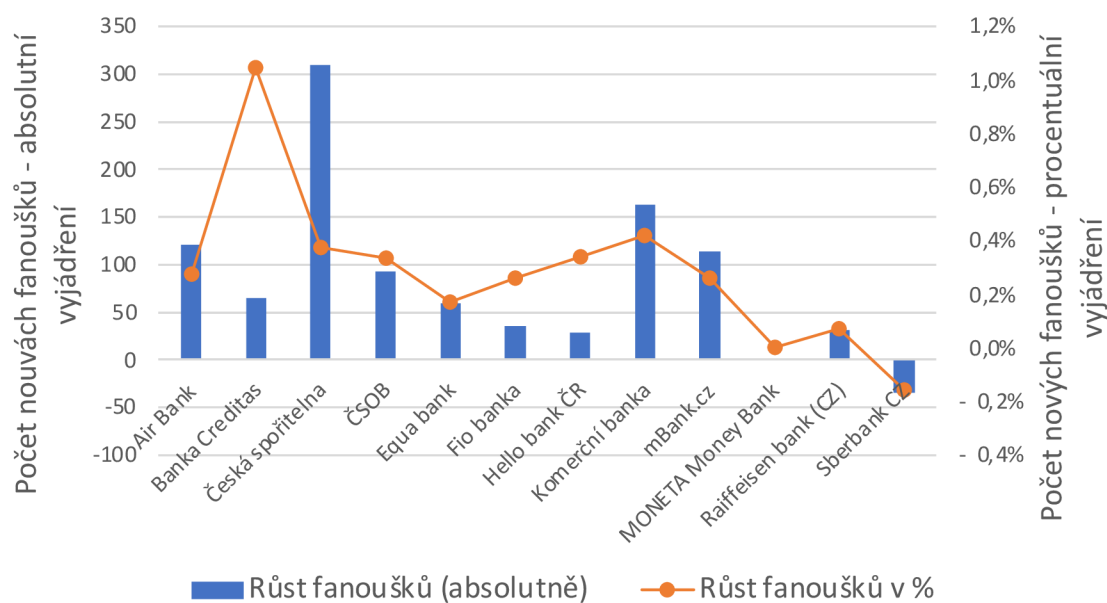
Graf č. 57 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – červenec



1.6.8 Srpen

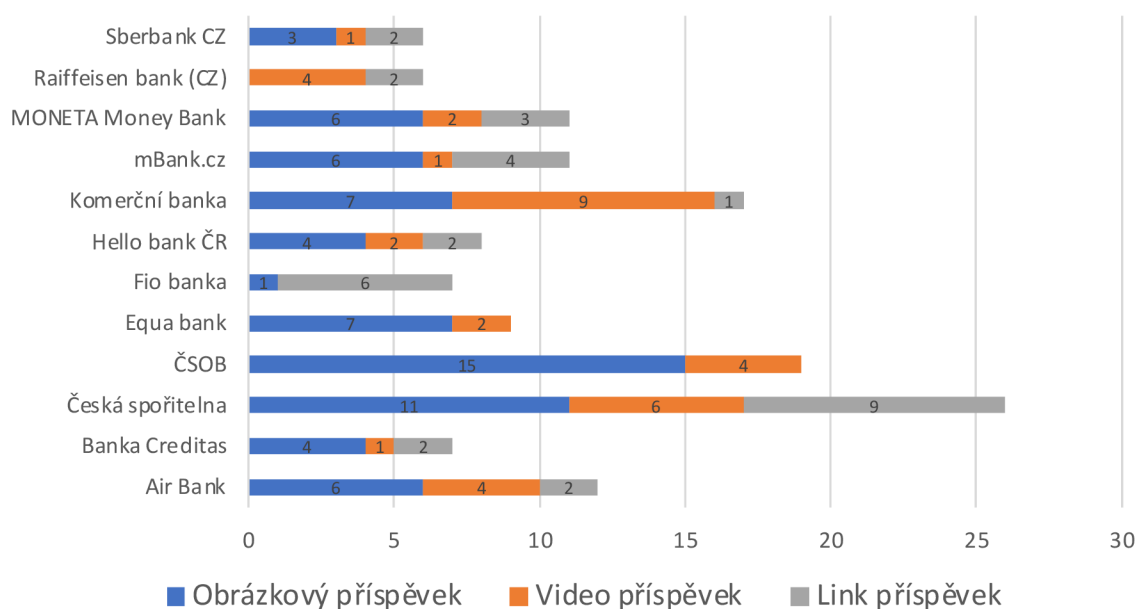
Na grafu č. 58 můžeme pozorovat absolutní a procentuální vyjádření nárůstu či poklesu počtu nových fanoušků za období 1. 8. 2020 – 31. 8. 2020. V srpnu byl nejvyšší absolutní nárůst zaznamenán u České spořitelny (309). Komerční banka s nárůstem 163 nových příznivců obsadila pomyslné druhé místo v absolutním, ale i v procentuálním vyjádření (0,42 %). Následují banky Air bank (121) a mBank s nárůstem o 114. Banka CREDITAS si zvýšila fanouškovskou základnu o 1,05 % a v tomto sledovaném parametru byla nejúspěšnější bankou. Pokles příznivců byl opět zaznamenán u Sberbank. MONETA Money Bank nebyla v tomto období sledovaná z důvodu chyby softwarového programu společnosti Fanpagekarma.

Graf č. 58 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – srpen



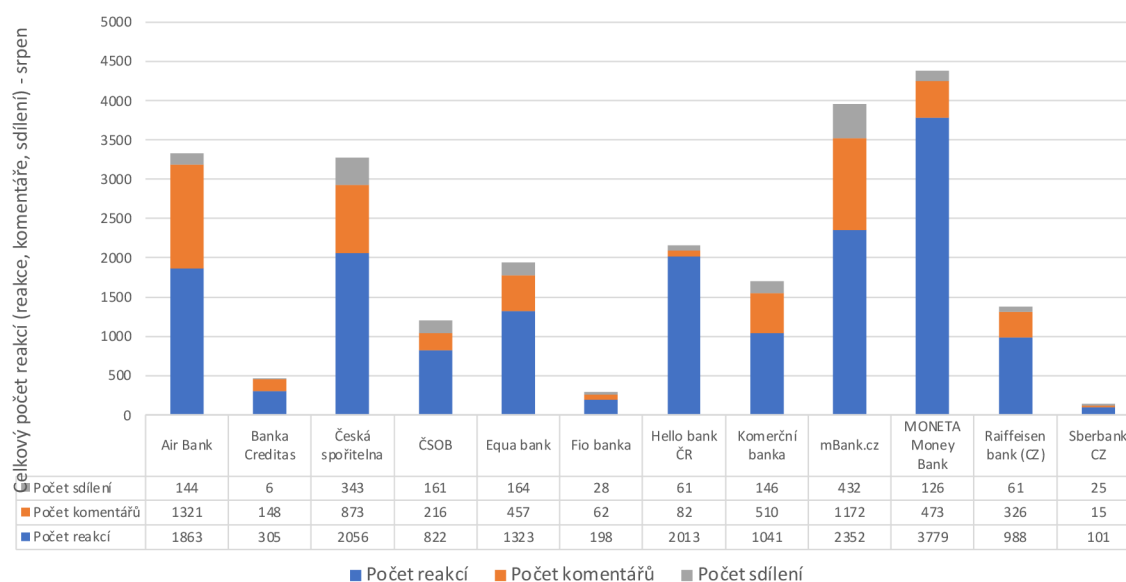
Z grafu č. 59 můžeme vypočítat, že každý peněžní ústav zveřejnil alespoň 2 typy příspěvků. V srpnu byla opět nejaktivnější Česká spořitelna s 26 příspěvky, z nichž bylo 11 obrázkového typu, který je nejrozšířenější. Poměrně neobvyklý jev nastal u Raiffeisen bank, protože z celkových 6 příspěvků nebyl ani jeden obrázkový. Tato banka se společně se Sberbank dělí o poslední místo v počtu příspěvků. Na druhém místě se umístila ČSOB (19), která ze všech sledovaných společností zveřejnila v srpnu nejvíce obrázků (15), ale nevyužila žádný link příspěvek. O 2 příspěvky méně zaznamenala Komerční banka, jež ovšem publikovala alespoň jeden link příspěvek, čímž pokryla všechny možné typy.

Graf č. 59 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – srpen



Reakční aktivita v druhém prázdninovém měsíci byla nejvyšší u MONETA Money Bank (4 378). Stříbrná příčka patří společnosti mBank, která získala nejvíce sdílení (432). Nejvíce komentářů od uživatelů Facebooku získala Air Bank, což nemálo pomohlo k jejímu třetímu místu v celkovém počtu reakcí (3 328). V srpnu se celková aktivita příznivců Sberbank vylepšila, ale ani celkovým počet reakcí 141 neznamená posun na vyšší příčku. Z grafu č. 50 můžeme pozorovat, že mezi první čtyři nejlepší banky v počtu celkových obdržených reakcí se řadí ještě Česká spořitelna (3 272), kterých získala přesně o 56 méně oproti Air Bank.

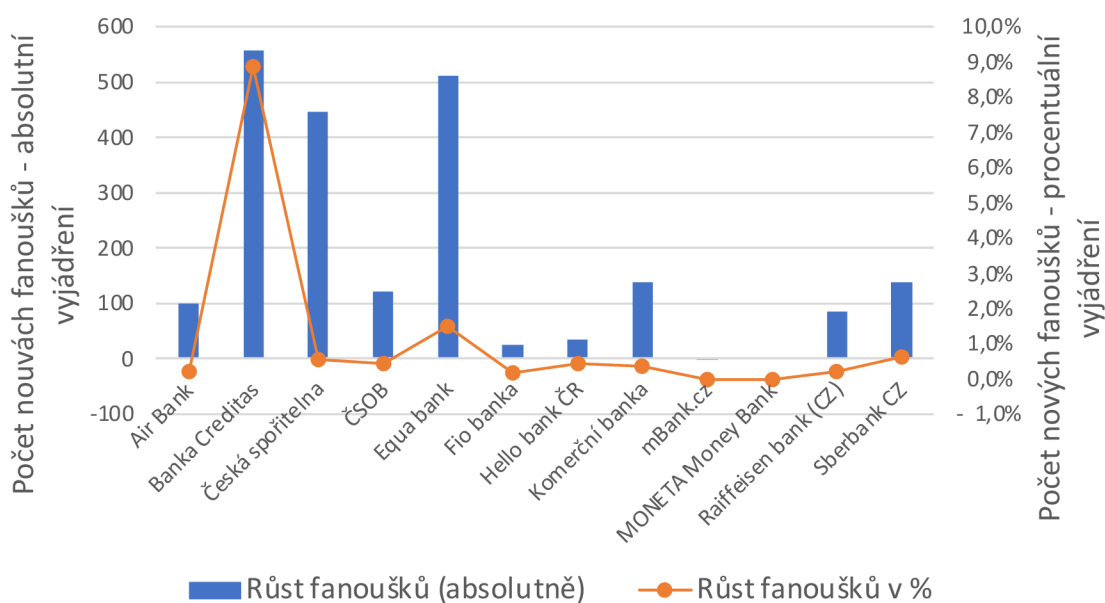
Graf č. 60 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – srpen



1.6.9 Zář

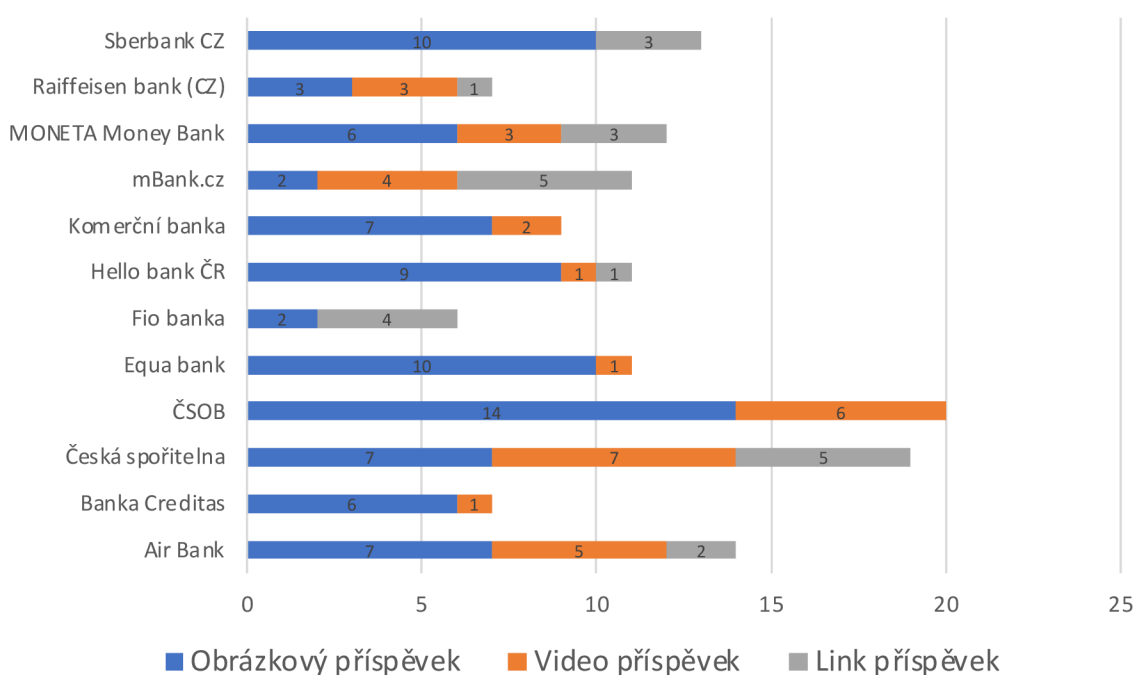
Graf č. 61 znázorňuje absolutní a procentuální nárůst počtu nových fanoušků na sociální síti Facebook za září 2020. V tomto období si připsala Banka CREDITAS nejvyšší nárůst nových příznivců, jak z absolutního hlediska (556), tak i z procentuálního vyjádření (8,85 %). Na druhé pozici s nárůstem 512 se umístila Equa bank, která současně zaznamenala druhý nejvyšší procentuální nárůst ve sledovaném měsíci (1,49 %). Nejnižší nárůst byl zaznamenán u Fio banka (24), Hello bank! (35) a Raiffeisenbank (85). Jedinou bankou, která v tomto období ztratila své příznivce se stala společnost mBank. MONETA Money Bank nebyla v tomto období sledovaná z důvodu chyby softwarového programu společnosti Fanpagekarma.

Graf č. 61 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – září



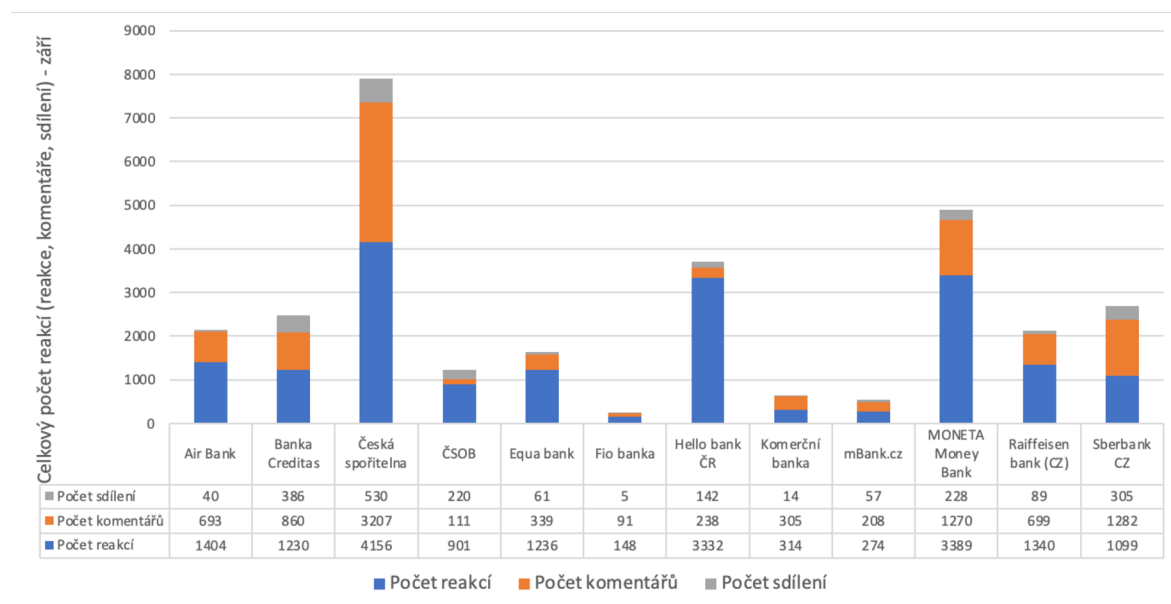
Během září skončila nadvláda České spořitelny v počtu publikovaných příspěvků, jelikož s 20 příspěvků se stává vítězem ČSOB, která zároveň nepoužila ani jeden link příspěvek. Česká spořitelna zveřejnila několik příspěvků od každého druhu, ale jejich celkový součet (19) ji řadí na stříbrnou pozici. Na třetím místě se umístila Air Bank (14). Na grafu č. 62 se ukazuje poměrně vysoká aktivita společnosti Sberbank (13), což ji řadí na čtvrtou pozici a zatím se jedná o její nejlepší umístění. Nejméně činná v oblasti zveřejňování příspěvků byla v tomto období Fio banka.

Graf č. 62 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – září



S poměrně velkým rozdílem získala Česká spořitelna největší počet celkových reakcí (7 893). Co se týče struktury příspěvků, tak i zde se již zmíněná bankovní společnost stala vítězem, jelikož získala nejen nejvíce sdílení, ale i komentářů a reakcí (like, love, haha, thankful, wow, sad, angry). Z grafu č. 63 je patrné, že ČSOB nefiguruje mezi nejlepšími peněžními ústavy v počtu celkových získaných reakcí, přestože publikovala nejvíce příspěvků. Druhé místo patří MONETA Money Bank, která obdržela 4 887 celkových reakcí. Záříjová aktivita se Sberbank vyplatila, jelikož zaznamenala druhý nejvyšší počet komentářů (1282) oproti ostatním sledovaným subjektům za dané období a umístila se na čtvrté příčce s celkovým počtem reakcí (2 686).

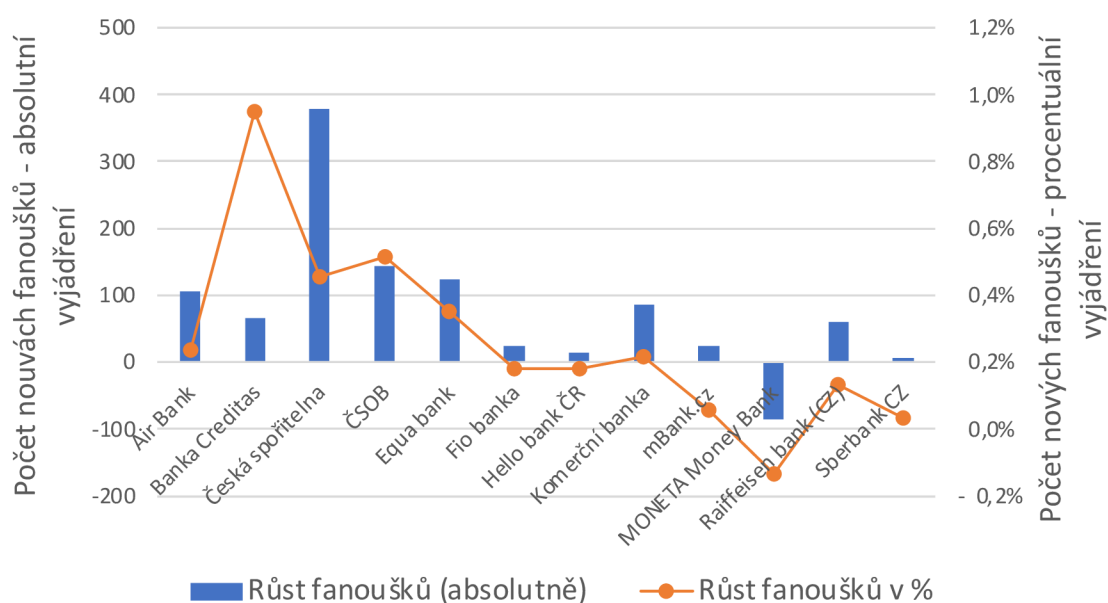
Graf č. 63 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – září



1.6.10 Říjen

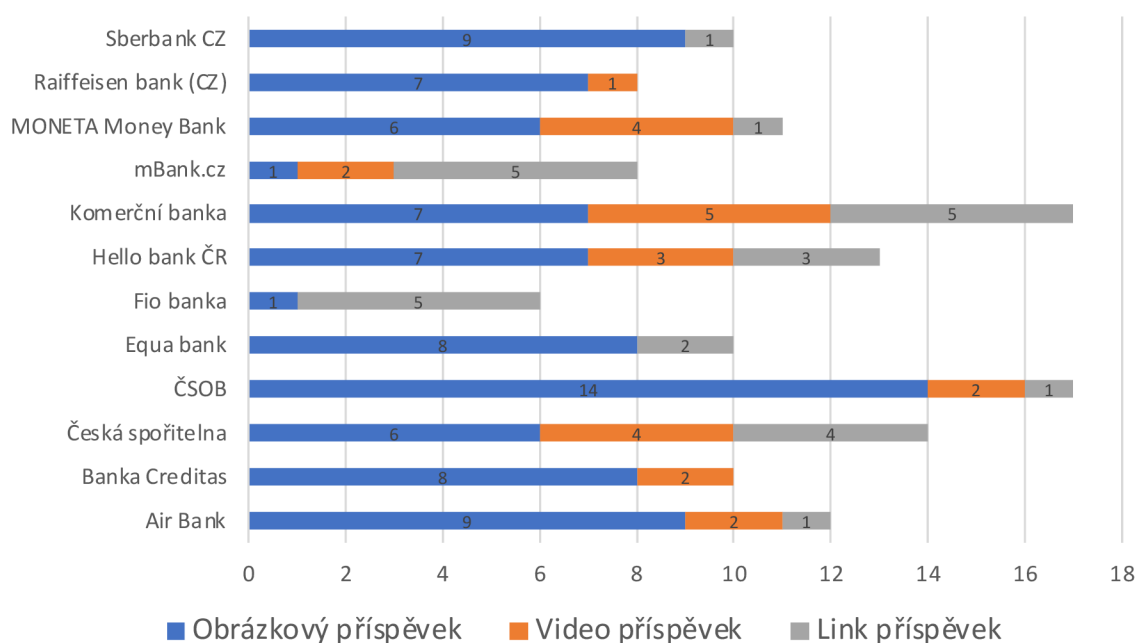
Na následujícím grafu č. 64 můžeme sledovat, že Česká spořitelna si připsala nejvyšší počet fanoušků v absolutním vyjádření za říjen 2020 s celkovým počtem 378. Nejvyšší procentuální nárůst byl v tomto období zaznamenán u Banky CREDITAS (0,95 %) se ziskem 65 nových příznivců. Na druhé pozici v absolutním i procentuálním vyjádření se umístila facebooková stránka bankovního subjektu ČSOB. Pokles o 85 příznivců byl v říjnu zaznamenán u MONETA Money Bank.

Graf č. 64 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – říjen



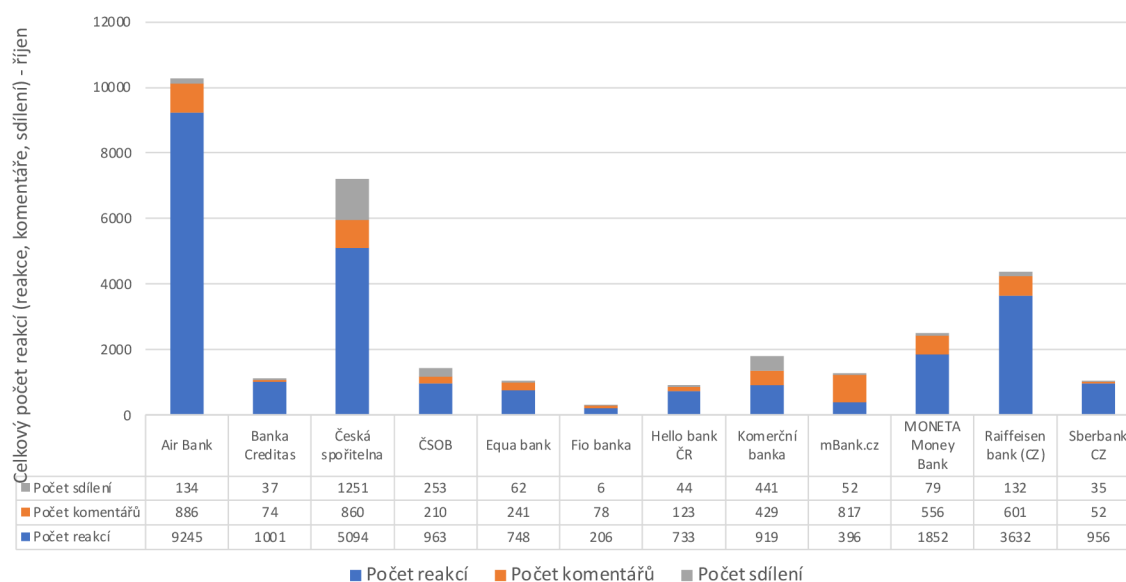
Z grafu č. 65 je patrné, že za říjen se o prvenství v nejvyšším počtu všech sdílených příspěvků dělí dva bankovní subjekty – Komerční banka a ČSOB, shodně 17. Obě společnosti využily alespoň jednou každý typ příspěvku, ovšem ČSOB zveřejnila 14 obrázkového typu, což je nejvíce ze všech pozorovaných bank. Česká spořitelna si připsala 14 příspěvků, což je druhý nejvyšší počet. Fio banka publikovala celkem 6 příspěvků, ale i tak to bylo nejméně ze všech.

Graf č. 65 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – říjen



Říjnová aktivita z pohledu fanoušků byla nejvyšší u Air Bank, kdy celkový počet reakcí překročil hranici 10 000 (přesněji 10 265), z nichž naprostá většina (9 245) byla jedna z reakcí like, love, haha, thankful, wow, sad, angry. Druhá příčka se připisuje České spořitelně, která zároveň získala nejvíce sdílení (1 251). Raiffeisen bank obdržela třetí nejvyšší počet všech reakcí (4 365). Přes hranici 2 000 v celkovém počtu reakcí se dostala ještě MONETA Money Bank, ale ostatní subjekty se nachází pod touto úrovní – i Komerční banka a ČSOB s nejvíce publikovanými příspěvky. Největší pasivitu příznivců zaznamenala Fio banka (290).

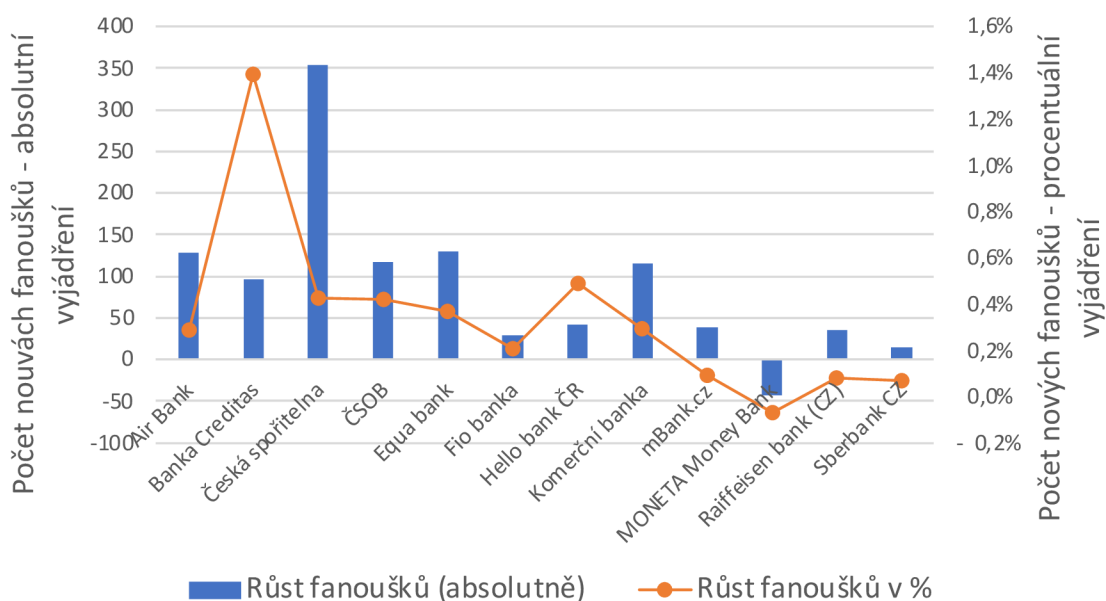
Graf č. 66 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – říjen



1.6.11 Listopad

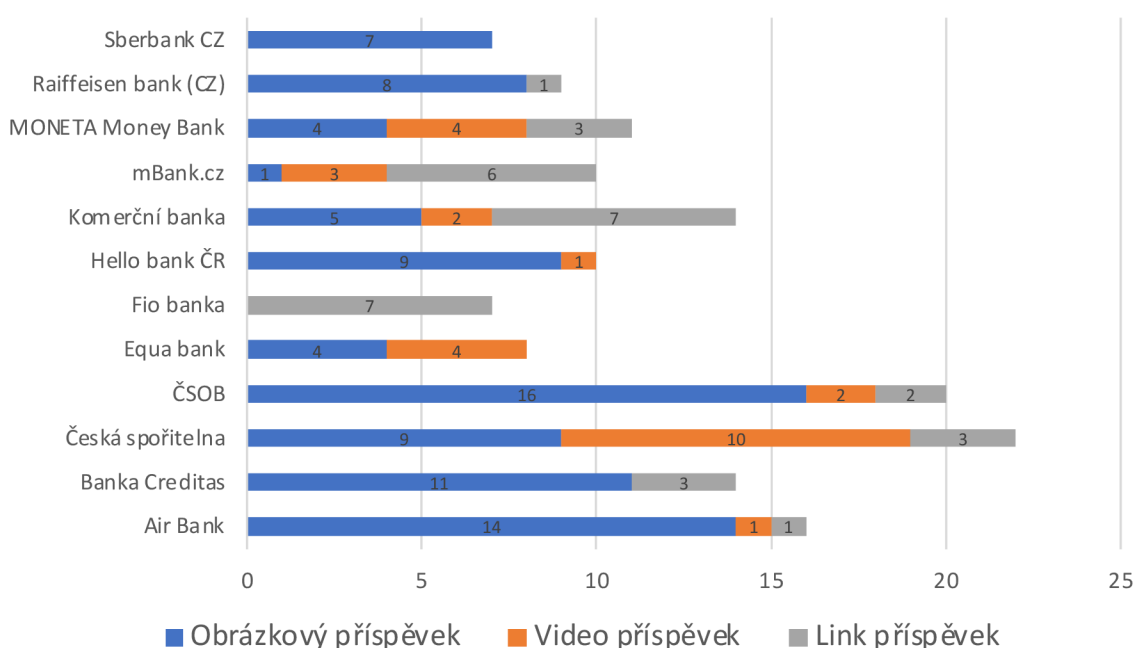
Na grafu č. 67 můžeme pozorovat, že Česká spořitelna si v absolutním vyjádření připsala nejvyšší nárůst nových příznivců za listopad 2020 s celkovým počtem 354. V procentuálním vyjádření Česká spořitelna obsadila za toto sledované období pomyslnou třetí pozici. V tomto období získaly přes 100 nových fanoušků banky Equa bank (129), Air bank (128), ČSOB (117) a Komerční banka s navýšením počtu sledujících o 115. Banka CREDITAS byla v tomto období bankou, která získala nejvyšší procentuální nárůst (1,39 %), což odpovídá v absolutním vyjádření 96 příznivců. MONETA Money Bank v listopadu zaznamenala pokles o 43 fanoušků v rámci její fanouškovské základny na sociální síti Facebook.

Graf č. 67 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – listopad



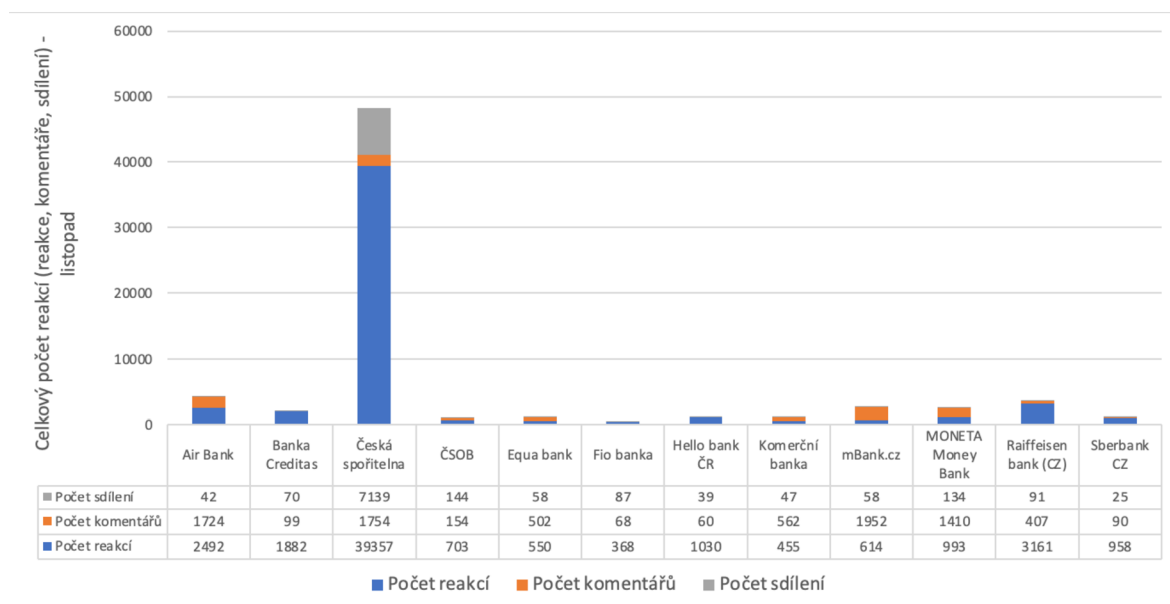
Z grafu č. 68 vyplývá, že nejvíce aktivní byla během listopadu České spořitelna, která publikovala 22 příspěvků, přičemž na svou facebookovou stránku umístila 10 videí, což je o dost více oproti ostatním sledovaným subjektům. Přesně 20 příspěvků mohli uživatelé Facebooku spatřit během tohoto období u ČSOB. Sberbank i Fio banka publikovali shodně 7x a je zajímavé, že obě společnosti využily pouze jeden typ příspěvků – Sberbank obrázek a Fio banka link příspěvek. Velmi aktivní byla i Airbank, jež zveřejnila na své stránce 16 příspěvků.

Graf č. 68 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – listopad



V listopadu v reakční aktivitě fanoušků vyhrála s enormním náskokem Česká spořitelna, což je zřetelně vidět na grafu č. 69. Celkový počet reakcí této společnosti činí neuvěřitelných 48 250, z čehož reakcí typu like, love, haha, thankful, wow, sad, angry bylo 39 357, což je bezpochyby nejlepší výsledek za celý sledovaný rok. Na druhém místě se umístila Air bank (4 258), která by mohla České spořitelně konkurovat pouze v počtu komentářů – Air bank 1 724, Česká spořitelna 1754. Třetí příčku obdržela Raiffeisen bank s celkovým počtem reakcí 3 659. Příznivci Fio banky projevili nejmenší aktivitu, a proto s celkovým počtem reakcí 523 se nachází na poslední příčce.

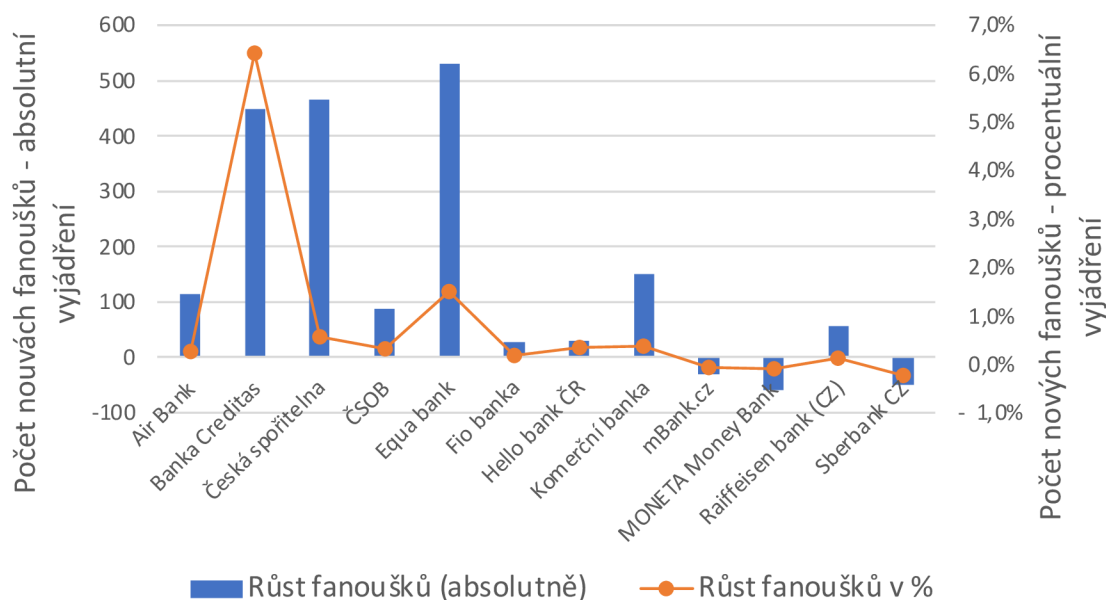
Graf č. 69 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – listopad



1.6.12 Prosinec

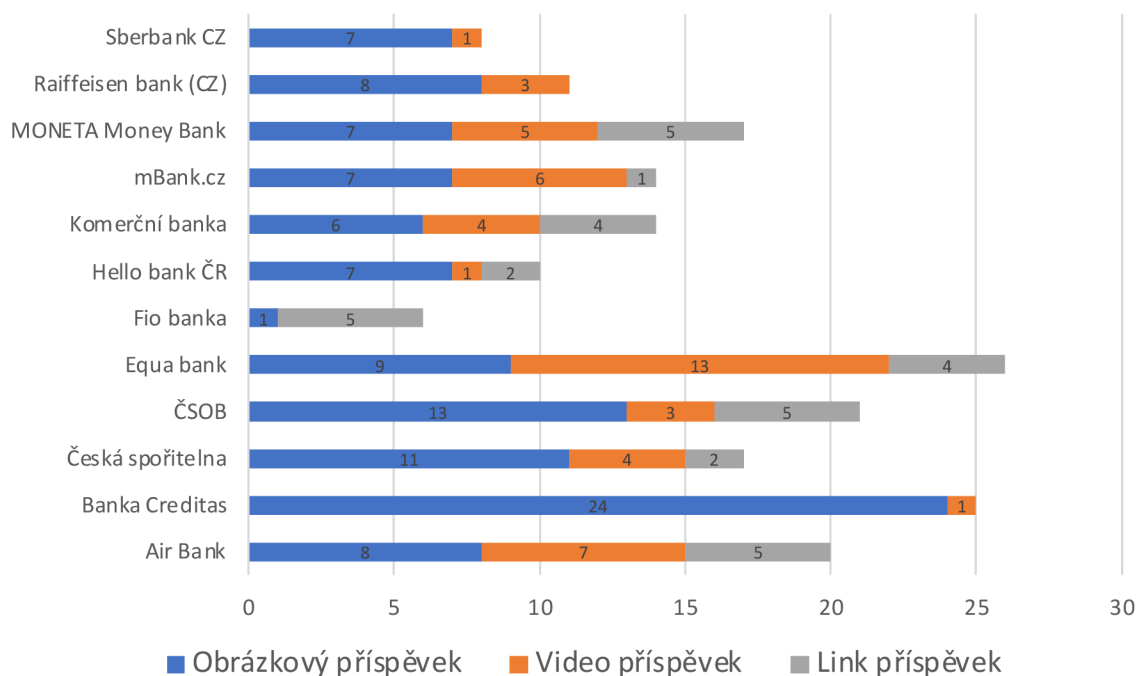
Graf č. 70 znázorňuje absolutní a procentuální vyjádření počtu nových fanoušků za sledované období od 1. 12. 2020 do 31. 12. 2020. V tomto období získala nejvyšší počet fanoušků Equa bank s nárůstem 530. Následují banky Česká spořitelna (465) a Banka CREDITAS (449). Banka CREDITAS zároveň obsadila první pozici v procentuálním vyjádření v tomto sledovaném období, kdy se fanouškovská základna rozrostla o 6,42 %. V posledním měsíci roku 2020 klesl počet příznivců na sociální síti Facebook třem společnostem – MONETA Money Bank ztratila 58 příznivců, Sberbank 49 a facebooková stránka mBank 31.

Graf č. 70 – Absolutní a procentuální vyjádření nárůstu počtu nových fanoušků – prosinec



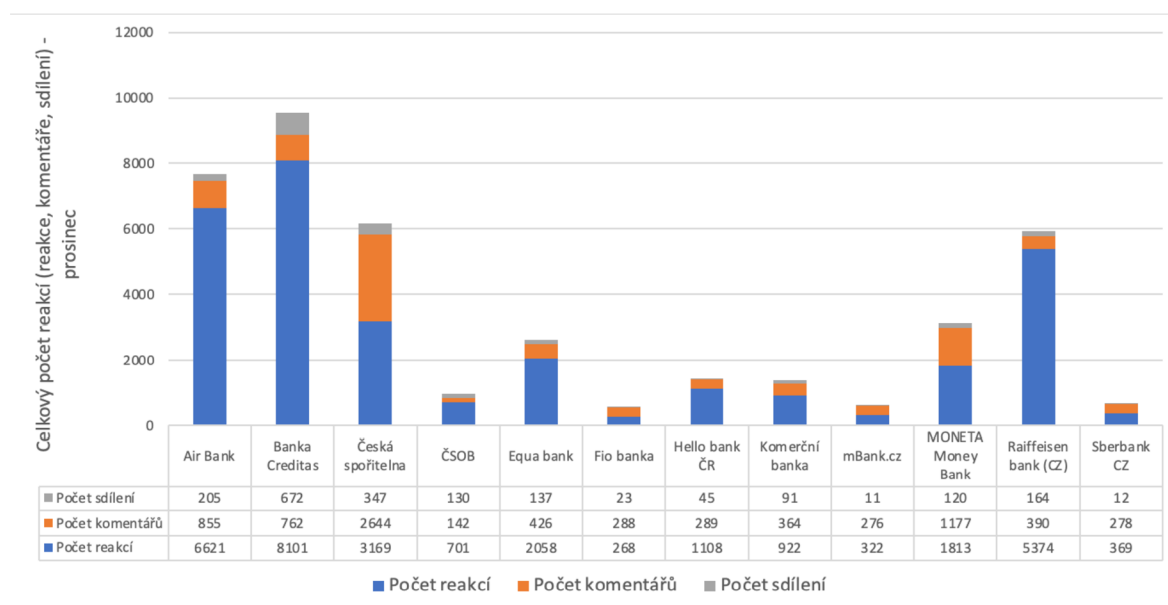
V posledním měsíci v roce byly velmi aktivní společnosti Equa bank a Creditas, které se jinak v průběhu celého sledovaného období 2020 držely spíše okolo průměru v počtu publikovaných příspěvků. Equa bank zveřejnila 26 příspěvků, z nichž polovina byla ve formě videa, což je nejvíce ze všech subjektů za prosinec. Přesně 25 příspěvků publikovala banka Creditas, která využila obrázkový typ v 24 případech, což je nejvíce v porovnání s ostatními bankovními subjekty. Přes 20 příspěvků se objevilo na facebookové stránce ČSOB, což ji pomohlo k dosažení třetí příčky. Každý peněžní ústav zveřejnil alespoň 2 typy příspěvků, ale nejméně jich v celkovém součtu bylo u Fio banky (6).

Graf č. 71 – Struktura zveřejněných příspěvků bankovním subjektem – prosinec



Z grafu č. 72 jde vidět, že hranici 10 000 celkového počtu reakcí atakovala banka Creditas, která nakonec získala nejvíce ze všech reakcí v součtu 9 535. Na druhém místě se umístila Airbank. Společnost Equabank nezískala i přes svou aktivitu zas tolik celkových reakcí (2 621) a nachází se až na šesté pozici. Fanoušci České spořitelny svou aktivitou přispěli k třetí pozici v celkovém počtu reakcí (6 160). Tato banka dosáhla pomyslného prvenství alespoň v počtu sdílení (2 644). V prosinci zaznamenala Fio banka 579 všech reakcí, což má za následek pomyslné poslední místo v této statistice.

Graf č. 72 – Reakční aktivita a struktura reakcí příznivců u příspěvků bank – prosinec



Výsledky a diskuse

Při hodnocení analýzy sociální sítě Facebook bankovních společností v České republice za rok 2020 se musíme zaměřit na jednotlivé ukazatele. Vůbec nejúspěšnější bankou za rok 2020 v počtu nových sledujících v procentuálním hodnocení se stala Banka CREDITAS s celkovým nárůstem 46,71 %, v absolutním vyjádření se jedná o zvýšení o 2 371 na celkový počet 7 447 fanoušků. Na druhém místě se umístila Equa bank s procentuálním nárůstem 18,38 % a s celkovým počtem 5 536 nových fanoušků. Hello bank! se stala bankou, která zvýšila svou fanouškovskou základnu o 10,51 %. Ačkoliv MONETA Money Bank získala ve sledovaném období procentuální nárůst 21,77 % fanoušků, nebyla banka hodnocena z důvodu, že v období srpen 2020 – září 2020 nebylo možné získat data a banka získala během těchto měsíců přes 12 tisíc nových fanoušků. V absolutním vyjádření v počtu nových sledujících byla nejúspěšnější Česká spořitelna s celkovým počtem 6 230 nových fanoušků (7,99 %) a druhá nejúspěšnější banka již výše zmíněná Equa bank.

Vůbec nejaktivnější bankou za rok 2020 v počtu příspěvků se stala Česká spořitelna s celkovým počtem 322 zveřejněných příspěvků. Česká spořitelna pomyslně zvítězila i v počtu zveřejněných video příspěvků a link příspěvků. Na druhém místě se umístila banka ČSOB, která zveřejnila v celkovém součtu o 91 příspěvků méně, ačkoliv ČSOB byla nejaktivnější ve sdílení obrázkových typů příspěvků v celkovém ročním součtu 157. Ostatní banky se již nedostali přes zveřejněných 200 příspěvků za rok 2020. Nejbližší k tomu byly banky Air bank a Komerční banka s počtem 169 resp. 167 zveřejněných příspěvků. Nejméně aktivní bankou se stala Sberbank, která zveřejnila 76 příspěvků, následuje Fio banka s celkovým součtem 86 příspěvků, avšak 73,25 % bylo bankou zveřejněno příspěvků obsahující link a v celkovém srovnání se jedná o druhou nejaktivnější banku s celkovým součtem 63 link příspěvků.

Celkový počet reakcí (reakcí, komentářů a sdílení) sledovaných bankovních společností bylo 452 340. Z absolutního součtu nejúspěšnější bankou se stala Česká spořitelna s celkovým počtem 126 070 reakcí, současně Česká spořitelna byla nejúspěšnější v počtu komentářů (22 727), sdílení (16 660) a počtu reakcí – like, love, haha, thankful, wow, sad, angry, s celkovým počtem 86 683. Společnost Air bank se stala druhou nejúspěšnější bankou v počtu celkových reakcí (82 221) z toho bylo 15 953 komentářů, 1 798 sdílení a 64 470 reakcí. Následuje Raiffeisenbank, které obsadila pomyslnou třetí příčku s celkovým počtem reakcí 47 448. Počet komentářů Raiffeisenbank dosáhl v roce

2020 počtu 5 815, počet sdílení 2 310 a počet reakcí 39 323. Naopak nejméně úspěšnou bankou byla Sberbank (6 167) s nejnižším počtem reakcí 3820 a komentářů 1 849. Avšak v počtu sdílení obsadila Sberbank předposlední místo, pouze Fio banka dosáhla nižšího počtu sdílení. Při hodnocení celkového počtu reakcí byla zaměřena pozornost i na počet reakcí na jeden příspěvek a počet reakcí na jednoho fanouška Facebookové stránky bankovního subjektu. Raiffeisenbank a Air bank patří mezi banky, které mají nejvyšší počet reakcí na jeden příspěvek. Fanoušci Raiffeisenbank průměrně reagovali 515x na jeden příspěvek a společnosti Air bank 486x. Ačkoliv se Česká spořitelna umístila na prvním místě v počtu zveřejněných příspěvků i v počtu celkových reakcí za rok 2020. V počtu reakcí na jeden příspěvek obsadila 3. místo s průměrným počtem 391.

Nejvyšší počet reakcí na jednoho fanouška za rok 2020 získala Banka CREDITAS, kdy jeden fanoušek reagoval na příspěvek banky průměrně 3,69x. Následuje Hello bank! a Air bank s průměrnou reakcí 2,51x resp. 1,85x.

V této diplomové práci nebyla hodnocena sociální síť Facebook bankovního subjektu UniCredit Bank. Banka ukončila 31. května 2019 svou přítomnost na Facebooku a Messengeru, ale i na sociální síti Instagram. Tímto rozhodnutím se stala jedinou tuzemskou bankou, které není na této sociální síti. UniCredit Bank uvedla, že bezpečí dat a osobních údajů je pro skupinu jednou z hlavní priorit při zajišťování služeb a komunikaci s klienty. Podle mluvčího tuzemské UniCredit Bank Petra Plocka *„Poskytování služeb a komunikaci budeme poskytovat v rámci našich komunikačních kanálů s cílem umožnit bezpečnou komunikaci s klienty na vysoké úrovni. A nadále zůstáváme aktivní na sociálních sítích LinkedIn a Twitter.“* (Kučera 2019).

Podle studie agentury AMI Digital Index z roku 2021 je Facebook v České republice druhou nejpoužívanější sociální sítí, kterou využívá 89 % české internetové populace starší 15 let. Průzkum taktéž odhalil, že 76 % české populace používá sociální sítě denně, a z pohledu aktivity jsou na sociálních sítích nejaktivnější mladí uživatelé ve věku 15 až 29 let. Tato studie rovněž odkazovala na průměrnou dobu strávenou na sociálních sítích. V roce 2020 a 2021 byla průměrná doba českého uživatele 159 minut, avšak v předchozím roce 2019 byla tato doba 143 minut. Dle vyjádření agentury AMI Digital index může mít tento nárůst vypuknutí celosvětové pandemie (AMI Digital Index & mediaguru.cz 2021). Podle

agentury eVisions Advertising s.r.o., která poskytuje služby v oblasti internetového marketingu je nejvhodnější doba zveřejňování příspěvků na sociální síti Facebook mezi 13:00 až 15:00 a neoptimálnějším dnem středa. Agentura rovněž uvádí, že nejvíce aktivní uživatelé jsou v době obědové pauzy a brzy odpoledne, kdy je index zapojení o 18 % vyšší (Čigrinová 2017). Což částečně odpovídá zveřejňování příspěvků bankovních společností v České republice. V příloze č. 13 můžeme sledovat, že nejvíce příspěvků banky zveřejňují v odpoledních hodinách a v pátek dopoledne. Znázorňují to barevné kruhy různých velikostí, čím větší kruh, tím bylo zveřejněno více příspěvků a současně s tím, pokud je kruh více zelený, příspěvky dostali od příznivců více reakcí (fanpagekarma.com 2021).

Závěr

V této diplomové práci jsem se zabýval monitorováním aktivity tuzemských bankovních společností a jejich příznivců na sociální síti Facebook. V první části literární rešerše byla práce zaměřená především na bankovní subjekty a následně práce pokračovala ve stručné charakteristice sociální sítě.

Bankovníctví, ale i sociální síť procházejí neustálým vývojem, protože musí reagovat na současné trendy a potřeby svých i potencionálních klientů. Je důležité si uvědomit, že hlavním cílem bankovních společností, stejně tak jako u jiných forem podnikání, je dosahování zisku. A chce-li být banka úspěšná, musí si udržet důvěru stávajících klientů a přilákat nové zákazníky. Jedna z forem komunikace se zákazníky je právě aktivita banky na sociální síti Facebook.

Zvolené téma diplomové práce považuji za velice aktuální z důvodu, že Facebook je stále druhou nejrozšířenější sociální sítí v České republice a klienti, potažmo fanoušci bankovních institucí, potřebují neustálé spojení. Z toho důvodu je třeba si uvědomit, že sociální síť není jednostranným kanálem pro komunikaci, kde by uživatelé a klienti banky pouze slepě konzumovali bankou přidaný obsah. Facebook ve své podstatě využívá příznivce k dialogu. Tato práce byla vypracovaná za účelem poznání tuzemských bankovních institucí a současně, aby poskytla marketingovým manažerům, správcům sociální sítě či jiným osobám podílejícím se na správě sociální sítě přehledné údaje o konkurenci. Každý správce své stránky může získat podrobnější informace o aktivitě, které nejsou pomocí metody monitoringu, v této diplomové práci, zjistitelné. Avšak tento přehled sledovaných parametrů prezentuje, jak si vede konkurence v jednotlivých analyzovaných obdobích.

Závěrem bylo vyhodnocení jednotlivých sledovaných parametrů v rámci kapitoly „Výsledky a diskuse“, avšak je důležité si uvědomit, že díky rozdílným charakteristikám bank a vstupním datům se jednotlivé dílčí úspěchy liší. I přesto je vhodné určit nejúspěšnější banku za rok 2020 ve sledovaných parametrech v této diplomové práci. Nejlepší tuzemskou bankou na sociální síti Facebook se stala Česká spořitelna, která v celkovém součtu obsadila pomyslnou první pozici ve sledovaných parametrech.

Výchozím bodem doporučení je zvolení marketingové strategie banky, která bude reflektovat zacílení segmentu na základě předchozí provedené segmentace trhu. Součástí

doporučení je návrh na ustálení a pravidelnost zveřejňování příspěvků bankou v časovém rozmezí, kdy jsou na sociální síti nejvíce aktivní uživatelé. Pro získání vyšší reakční aktivity je nápomocné zvolení pravidelných soutěží či položení otázky.

Seznam použitých zdrojů

ADGULLY NETWORK. *Facebook adds new features to its Business Suits*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-10]. Dostupné z WWW: <https://www.proquest.com/wire-feeds/facebook-adds-new-features-business-suite/docview/2513074983/se-2?accountid=17203>

AIR BANK a.s. *Konsolidovaná výroční zpráva 2019*. [online] 2020. [cit. 2021-09-02]. Dostupné z WWW: <https://www.airbank.cz/file-download/vyrocní-zpráva-2019.pdf?airbid2=ic-global-1-c1cr1>

ANACAP FINANCIAL PARTNERS LIMITED. [online]. 2021. [cit. 2021-09-12]. Dostupné z WWW: <http://www.anacapfp.com/>

BANKA CREDITAS a.s., *O bance*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-05]. Dostupné z WWW: <https://www.creditas.cz/predstaveni-banky/>

BEDNÁŘ, V., *Marketing na sociálních sítích : prosad'te se na Facebooku a Twitteru*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN: 978-80-251-3320-0

BNP PARIBAS. *BNP Paribas in the Czech Republic*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.bnpparibas.cz/en/about-bnp-paribas/bnp-paribas-in-the-czech-republic/>

BNP PARIBAS. *BNP Paribas worldwide*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://group.bnpparibas/en/group/bnp-paribas-worldwide>

BNP PARIBAS. *History of the Group*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.bnpparibas.cz/en/about-bnp-paribas/the-bnp-paribas-group/history-of-the-group/>

BNP PARIBAS. *History: two centuries of banking*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://group.bnpparibas/en/group/history-centuries-banking>

BNP PARIBAS. *The BNP Paribas Group*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.bnpparibas.cz/en/about-bnp-paribas/the-bnp-paribas-group/>

CEE Property Development Portfolio 2, a.s. [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <http://www.cpdp2.eu/>

CREDITAS B.V., *Oblasti působení skupiny*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-05]. Dostupné z WWW: <https://www.creditasgroup.cz/portfolio-skupiny>

ČESKÁ SPOŘITELNA, a.s. *Kdo jsme*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.csas.cz/cs/o-nas/kdo-jsme>

ČIGRINOVÁ Darja. Kdy je nejlepší sdílet příspěvky na sociálních sítích? *Evisions.cz* [online]. 2017. [cit. 2021-10-29]. Dostupné z WWW: <https://www.evisions.cz/blog-2017-10-12-kdy-je-nejlepsi-sdilet-prispevky-na-socialnich-sitich/>

ČSOB PENZIJNÍ SPOLEČNOST. *O nás*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: <https://www.csob-penze.cz/o-nas/>

ČSOB POJIŠŤOVNA. *Kdo jsme?* [online]. 2021. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: <https://www.csobpoj.cz/o-spolecnosti/kdo-jsme>

ČSOB. *O Skupině KBC*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: <https://www.csob.cz/portal/csob/o-skupine-kbc>

DANS, Enrique. Chris Hughes And Facebook: What Are A Founder's Responsibilities? *Forbes* [online]. 2019 [cit. 2020-10-19]. Dostupné z WWW: <https://www.forbes.com/sites/enriquedans/2019/07/31/chris-hughes-and-facebook-what-are-a-founders-responsibilities/?sh=65a5a1158c71>

ERSTE Grantika Advisory, a.s. *Kdo jsme*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.grantika.cz/lide/>

ERSTE Group Bank AG. *About us* [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.erstegroup.com/en/about-us>

ESSOX s.r.o. *Historie a vlastnická struktura*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-25]. Dostupné z WWW: <https://www.essox.cz/kdo-jsme>

FACEBOOK. *About us*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-10]. Dostupné z WWW: <https://about.fb.com/company-info/>

FACTORING. *O společnosti* [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.factoringcs.cz/cs/o-nas/o-spolecnosti>

FIO BANKA, a.s. *Tisková zpráva 2021*. [online]. (PDF). [cit. 2021-09-21]. Dostupné z WWW: https://www.fio.cz/docs/cz/Fio_bank_a_vyrocn_i_zprava_2020.pdf

HELLO BANK. *Povinné informace*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.hellobank.cz/paticka/povinne-informace-o-nas/>

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. *Economia, a.s. Nucená správa Agrobanky byla nejtěžším případem*. [online]. 2000. [cit. 2021-09-26]. ISSN 2787-950X. Dostupné z WWW: <https://archiv.hn.cz/c1-741649-nucena-sprava-agrobanky-byla-nejtezsim-pripadem>

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. *Economia, a.s. PPF spustí Air Bank v úterý 22. listopadu. Za rok chce mít 70 tisíc klientů*. [online]. 2011. [cit. 2021-09-02]. ISSN 2787-950X. Dostupné z WWW: <https://byznys.hn.cz/c1-53644880-ppf-spusti-air-bank-v-utery-22-listopadu-za-rok-chce-mit-70-tisic-klientu>

HYPOTEČNÍ BANKA, a.s. *Výroční zpráva 2019*. [online]. 2020. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: https://www.hypotecnibanka.cz/_sys_/FileStorage/download/2/1779/vyrocn_i_zprava_hypotecni_bank_a_2019.pdf

CHVÁTAL, Dalibor. Banco Popolare se mění na Equa bank. Co tomu předcházelo? *Měšec.cz* [online]. 2011. [cit. 2021-09-12]. Dostupné z WWW: <https://www.mesec.cz/clanky/banco-popolare-ic-banka-se-meni-na-equa-bank-historie/>

INVEWSTOWN. *O nás* [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.investown.cz/o-nas/>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=716104&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=420156&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=716104&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=68415&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=889861&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=445917&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=305385&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=711786&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=47846&typ=PLATNY>

JUSTICE, Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Výpis z obchodního rejstříku*. [online]. 2021 [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=16293&typ=PLATNY>

KBC GROUP. *Brief history of the KBC Group*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: <https://www.kbc.com/en/about-us/our-history/brief-history-of-the-kbc-group.html>

KBC GROUP. *ČSOB to become the sole owner of Czech building savings bank ČMSS After acquiring the 45% stake held by Bausparkasse Schwäbisch Hall*. [online]. 2019. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: <https://newsroom.kbc.com/csob-to-become-the-sole-owner-of-czech-building-savings-bank-cmss-after-acquiring-the-45-stake-held-by-bausparkasse-schwabisch-hall>

KBC GROUP. *KBC Bank Ireland enters into a Memorandum of Understanding with Bank of Ireland Group*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: <https://www.kbc.com/content/dam/kbccom/doc/newsroom/pressreleases/2021/20210416-joint-release-KBC-BOI-MOU-en.pdf>

KBC GROUP. *KBC Group acquires United Bulgarian Bank and Interlease, becoming the largest bank-insurance group in Bulgaria*. [online]. 2016. [cit. 2021-09-04]. Dostupné z WWW: <https://newsroom.kbc.com/kbc-group-acquires-united-bulgarian-bank-and-interlease-becoming-the-largest-bank-insurance-group-in-bulgaria>

KOMERČNÍ BANKA A SOCIETE GENERALE. *Historie KB*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-25]. Dostupné z WWW: <https://www.kb.cz/cs/o-bance/vse-o-kb/kb-historie>

KOMERČNÍ POJIŠŤOVNA, a.s. *Výroční zpráva 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-25]. Dostupné z WWW: <https://www.kb-pojistovna.cz/file/edee/cs/hospodarske-vysledky/vyrocni-zpravy/vyrocni-zprava-2020.pdf?38d84a48f66d478e5e03d5144d24d837>

KUČERA Petr. Mažu si tě z přátel. Banka končí na Facebooku, sklízí posměch. *Peníze.cz* [online] 2019. [cit. 2021-10-29]. Dostupné z WWW: <https://www.penize.cz/osobni-ucty/406039-mazu-si-te-z-pratel-banka-konci-na-facebooku-sklizi-posmech>

LINC, Z. *Placená reklama : Kde stojí reklama na Facebooku a návod na její použití*. Online marketing. Brno. Computer Press. 2014. ISBN: 978-80-251-4155-7

LODHA Rakshit, Dhrur SHAH, Prasann KHANNA a Kavya SHARMA. Evolution of Facebook advertisements. *International journal of advance research, ideas and inovations in technology* [online]. 2019, (1), 635-638 [cit. 2020-10-19]. ISSN 2454-132X. Dostupné z WWW: <https://www.ijariit.com/manuscripts/e-magazines/IJARIIT-Spectrum-Volume-5-Issue-1.pdf>

MBANK Biuro maklerskie. *Poznaj korzyści*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-21]. Dostupné z WWW: https://www.mdm.pl/ui-pub/site/o_nas/poznaj_korzysci

MBANK S.A. *Centrum pomocy*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-21]. Dostupné z WWW: <https://www.mbank.pl/pomoc/serwisy/aspiro/>

MBANK S.A. *O mBanku*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-21]. Dostupné z WWW: <https://www.mbank.pl/o-nas/o-mbanku/>

MBANK S.A. *Vítejte v mBank*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-21]. Dostupné z WWW: <https://www.mbank.cz/o-nas/o-bance/>

MĚŠEC.CZ, *Váš průvodce finančním světem. AnaCap dokončila akvizici Banco Popolare Česká republika*. [online]. [cit. 2021-09-12]. ISSN 1213-4414. Dostupné z WWW: <https://www.mesec.cz/tiskove-zpravy/anacap-dokoncila-akvizici-banco-popolare-ceska-republika/>

MODRÁ PYRAMIDA STAVEBNÍ SPORITELNA a.s. *Michael Pupala je novým generálním ředitelem Modré pyramidy*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-25]. Dostupné z WWW: <https://www.modrapyramida.cz/clanky/tiskove-zpravy/michael-pupala-je-novym-generalnim-reditelem-modre>

MODRÁ PYRAMIDA STAVEBNÍ SPORITELNA a.s. *Náš příběh*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-25]. Dostupné z WWW: <https://www.modrapyramida.cz/o-modre/nas-pribeh>

MONETA AUTO s.r.o. *O nás*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.monetaauto.cz/o-nas>

MONETA LEASING s.r.o. *O nás*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.monetaleasing.cz/o-nas>

MONETA MONEY BANK, a.s. *O nás*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.moneta.cz/o-nas#>

MONETA MONEY BANK, a.s. *Výroční zpráva 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-26]. Dostupné z WWW: <https://www.moneta.cz/servis-pro-media/tiskove-zpravy>

MOPET CZ, a.s. *O nás*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.mopetcz.cz/o-nas/>

MOPET CZ, a.s. *Projekty*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.mopetcz.cz/projekty/>

MWEALTH MANAGEMENT S.A. *Comprehensive property management*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-21]. Dostupné z WWW: <https://www.mbank.pl/en/about-us/group/mwealth-management/>

PAVLÍČEK, A. *Nová media a sociální síť*. Praha: Oeconomica. 2010. ISBN: 978-80-245-1742-1

PHD, a.s. *V Česku nejdynamičtěji roste TikTok, vrací se i Snapchat*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-29]. Dostupné z WWW: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/06/v-cesku-nejdynamicteji-roste-tiktok-vraci-se-i-snapchat/>

PPF GROUP. *O první bance, kterou můžete mít rádi*. [online] 2021. [cit. 2021-09-02]. Dostupné z WWW: <https://www.airbank.cz/o-air-bank/>

PPF GROUP. *Výpis společnosti* [online] 2021. [cit. 2021-09-02]. Dostupné z WWW: <https://www.ppf.eu/nase-spolecnosti>

RAIFFEISEN – LEASING. *Profil společnosti*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.rl.cz/o-nas/profil-spolecnosti/>

RAIFFEISEN BANK INTERNATIONAL AG. *Our history: RBI and the Raiffeisen brand*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.rbinternational.com/en/who-we-are/facts-figures/history.html>

RAIFFEISEN MOLDAU HOLDING GmbH a RAIFFEISENLANDESBANK OBERÖSTERREICH reg. Gen. mbH. *Zakladatelská smlouva*. [online]. 1993. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.rb.cz/attachments/banka/zakladatelska-smlouva-rbcz.pdf>

RAIFFEISEN STAVEBNÍ SPOŘITELNA a.s. *O Raiffeisen stavební spořitelně*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.rsts.cz/raiffeisen-stavebni-sporitelna/>

RAIFFEISENBANK. *Raiffeisen – Leasing, s.r.o.* [online]. 2021. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.rb.cz/o-nas/kdo-jsme/skupina-raiffeisen/raiffeisen-leasing>

RAIFFEISENBANK. *Raiffeisenbank a Equa bank získaly všechna potřebná svolení ke spojení*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-12]. Dostupné z WWW: <https://www.rb.cz/informacni-servis/pro-media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2021/tiskove-zpravy-202105/14052021-spojeni-raiffeisenbank-a-equa-bank>

RAIFFEISENBANK. *Raiffeisenbank a Equa bank získaly všechna potřebná svolení ke spojení*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.rb.cz/informacni-servis/pro-media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2021/tiskove-zpravy-202105/14052021-spojeni-raiffeisenbank-a-equa-bank>

RAIFFEISENBANK. *RBI Group podepsala dohodu o akvizici Equa bank*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-12]. Dostupné z WWW: <https://www.rb.cz/informacni-servis/aktuality/aktuality-2021/aktuality-202102/06022021-dohoda-o-akvizici-equa-bank>

RAIFFEISENBANK. *Uniqa pojišťovna, a.s.* [online]. 2021. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.rb.cz/o-nas/kdo-jsme/skupina-raiffeisen/uniqa-pojistovna>

SBERBANK CZ, a.s. *Kdo jsme*. [online]. (PDF). [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: https://www.sberbank.cz/-/media/files/sberbankcz/tiskove-stredisko/cz/sbcz_fact_sheet_cz.pdf

SBERBANK CZ, a.s. *Volksbank CZ, a.s. se mění na Sberbank CZ, a.s.* [online]. 2021. [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://www.sberbank.cz/cs-cz/novinky/oznameni-rebranding>

SBERBANK EUROPE AG. *Sberbank completes the acquisition of Volksbank International.* [online]. 2021. [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://www.sberbank.at/press-releases/sberbank-completes-acquisition-volksbank-international>

SBERBANK. *International Presence.* [online]. 2021. [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://www.sberbank.com/about/group-overview>

SBERBANK. *History.* [online]. 2021. [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://www.sberbank.com/about/history>

SBERBANK. *SberBank in Central and Eastern Europe.* [online]. 2021. [cit. 2021-10-03]. Dostupné z WWW: <https://www.sberbank.com/about/group-overview/sberbank-europe-ag>

SEED STARTER České spořitelny, a.s. *Vytvořte něco, co přetrvává.* [online]. 2021. [cit. 2021-09-03]. Dostupné z WWW: <https://www.seedstarter.cz/cs/uvod>

SEMERÁDOVÁ, T. a WEINLICH, P. *Marketing na Facebooku a Instagramu : využijte naplno organický dosah a sponzorské příspěvky.* Brno: Computer Press, 2019. ISBN: 978-80-251-4959-1

SOCIETE GENERALE EQUIPMENT FINANCE. *Introduction SGEF.* [online]. 2021. [cit. 2021-09-25]. Dostupné z WWW: <https://equipmentfinance.societegenerale.cz/en/sgef/introduction-sgef/>

SOCIETE GENERALE. *Our hisotry.* [online]. 2021. [cit. 2021-09-25]. Dostupné z WWW: <https://www.societegenerale.com/en/societe-generale-group/identity/history>

STERNE, J. *Měříme a optimalizujeme marketing na sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN: 927-80-251-3340-8

TREADWAY, C. a SMITH, M. *Marketing na Facebooku : výukový kurz*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN: 928-80-251-3337-8

UNIQA. *Profil společnosti*. [online]. 2021. [cit. 2021-09-17]. Dostupné z WWW: <https://www.uniqa.cz/o-nas/profil-spolecnosti/>

UNIQA. *UNIQA dokončila převzetí společnosti AXA na trzích střední a východní Evropy*. [online]. 2020. [cit. 2021-09-21]. Dostupné z WWW: <https://www.uniqa.cz/tiskove-zpravy-2020-q4/15-10-uniqa-dokoncila-prevzeti-spolecnosti-axa-na-trzich-stredni-a-vychodni-evropy>

ZARRELA, D. a ZARRELA, A. *the Facebook marketing book*. Sebastopol: O'Reilly Media. 2011. ISBN: 978-1-449-38848-5

Přílohy

Příloha č. 1 – sledované období: 01. 01. 2020 – 31. 12. 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	44536	2878	6,91%	107	22	33	82221	64470	15953	1798
Banka Creditas	7447	2371	46,71%	112	10	17	27459	23252	2699	1508
Equa bank	35655	5536	18,38%	106	34	10	22508	16463	5181	864
Fio banka	14059	529	3,91%	20	2	63	7757	5114	2278	365
Hello bank ČR	8434	802	10,51%	79	25	12	21200	17537	2869	794
Komerční banka	39421	1974	5,27%	94	46	25	20675	11956	6446	2273
mBank.cz	43596	659	1,53%	68	28	45	34604	19057	13802	1745
MONETA Money Bank	64045	11450	21,77%	53	36	36	38024	24495	11405	2124
Raiffeisen bank (CZ)	44745	683	1,55%	61	18	13	47448	39323	5815	2310
Sberbank CZ	21720	-115	- 0,53%	63	4	7	6167	3820	1849	498
Česká spořitelna	84166	6230	7,99%	137	101	75	126070	86683	22727	16660
ČSOB	28155	2547	9,95%	157	37	24	18207	11247	3583	3377

Příloha č. 2 – sledované období: leden 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	42208	550	1,32%	7	1	1	9865	6265	3411	189
Banka Creditas	5315	239	4,71%	10	2	3	1425	1249	135	41
Equa bank	30221	102	0,34%	11	3	0	2751	2025	674	52
Fio banka	13589	59	0,44%	1	1	5	817	577	198	42
Hello bank ČR	7973	341	4,47%	6	2	1	4042	2718	1103	221
Komerční banka	37625	178	0,48%	7	1	2	1157	632	441	84
mBank.cz	42946	9	0,02%	5	1	4	3568	2456	943	169
MONETA Money Bank	52552	-43	- 0,08%	4	4	2	3817	3234	477	106
Raiffeisen bank (CZ)	44083	21	0,05%	3	1	0	3115	2628	286	201
Sberbank CZ	21786	-49	- 0,22%	2	0	1	54	35	4	15
Česká spořitelna	78090	154	0,2%	11	3	1	2149	1494	380	275
ČSOB	25698	90	0,35%	11	2	2	400	278	45	77

Příloha č. 3 – sledované období: únor 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	42518	310	0,73%	8	1	3	13060	11284	1612	164
Banka Creditas	5630	315	5,93%	8	0	1	2579	2401	106	72
Equa bank	32160	1939	6,42%	9	5	0	2505	1906	530	69
Fio banka	13619	30	0,22%	2	1	2	406	273	116	17
Hello bank ČR	7997	24	0,3%	7	2	0	2868	2706	138	24
Komerční banka	37718	93	0,25%	8	6	1	1352	1057	249	46
mBank.cz	43149	203	0,47%	8	1	1	6815	3709	2793	313
MONETA Money Bank	52517	-35	- 0,07%	2	1	4	1959	1560	326	73
Raiffeisen bank (CZ)	44103	20	0,05%	6	0	0	3287	2904	277	106
Sberbank CZ	21746	-40	- 0,18%	0	0	0	0	0	0	0
Česká spořitelna	78316	226	0,29%	10	5	6	3064	1984	794	286
ČSOB	25910	212	0,82%	4	3	3	1887	587	1170	130

Příloha č. 4 – sledované období: březen 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	42983	465	1,09%	9	0	4	4711	3807	774	130
Banka Creditas	5937	307	5,45%	12	1	1	1010	885	92	33
Equa bank	33274	1114	3,46%	8	1	0	1595	1212	321	62
Fio banka	13695	76	0,56%	4	0	7	951	530	374	47
Hello bank ČR	8079	82	1,03%	6	4	0	408	348	32	28
Komerční banka	38116	398	1,06%	12	3	0	4608	2446	1209	953
mBank.cz	43259	110	0,25%	8	2	3	1190	890	241	59
MONETA Money Bank	52503	-14	- 0,03%	5	3	4	3829	1798	1315	716
Raiffeisen bank (CZ)	44288	185	0,42%	4	0	3	3811	2887	397	527
Sberbank CZ	21777	31	0,14%	5	0	0	119	64	45	10
Česká spořitelna	80178	1862	2,38%	25	9	5	21420	13348	3983	4089
ČSOB	27086	1176	4,54%	29	3	5	5204	3250	358	1596

Příloha č. 5 – sledované období: duben 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	43210	227	0,53%	11	0	4	5876	4494	1305	77
Banka Creditas	6021	84	1,41%	6	0	0	636	528	93	15
Equa bank	33364	90	0,27%	10	2	1	1595	1252	284	59
Fio banka	13817	122	0,89%	5	0	7	1532	1038	438	56
Hello bank ČR	8216	137	1,7%	6	3	1	1297	801	399	97
Komerční banka	38335	219	0,57%	10	3	0	2652	1721	696	235
mBank.cz	43304	45	0,1%	10	0	3	2720	1725	864	131
MONETA Money Bank	52504	1	0,0%	1	3	5	2634	1042	1378	214
Raiffeisen bank (CZ)	44342	54	0,12%	6	4	2	9181	7743	913	525
Sberbank CZ	21765	-12	- 0,06%	4	1	0	165	75	52	38
Česká spořitelna	81114	936	1,17%	15	18	13	10341	5739	3513	1089
ČSOB	27312	226	0,83%	9	5	3	1315	737	408	170

Příloha č. 6 – sledované období: květen 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	43460	250	0,58%	10	1	2	7433	6419	794	220
Banka Creditas	6110	89	1,48%	12	0	2	1638	1459	133	46
Equa bank	34197	833	2,5%	13	0	1	1702	1225	414	63
Fio banka	13856	39	0,28%	2	0	4	890	636	240	14
Hello bank ČR	8227	11	0,13%	7	2	0	682	615	53	14
Komerční banka	38454	119	0,31%	8	2	1	1100	780	243	77
mBank.cz	43385	81	0,19%	7	4	4	5248	2249	2744	255
MONETA Money Bank	52480	-24	- 0,05%	2	3	1	1343	866	422	55
Raiffeisen bank (CZ)	44385	43	0,1%	5	0	0	3403	2932	353	118
Sberbank CZ	21725	-40	- 0,18%	0	0	0	0	0	0	0
Česká spořitelna	81533	419	0,52%	9	14	10	5451	3842	1134	475
ČSOB	27384	72	0,26%	13	4	2	1173	896	77	200

Příloha č. 7 – sledované období: červen 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	43744	284	0,65%	8	0	5	8209	6083	1740	386
Banka Creditas	6188	78	1,28%	6	2	3	2566	2367	123	76
Equa bank	34284	87	0,25%	9	1	1	2331	1683	603	45
Fio banka	13873	17	0,12%	0	0	8	815	558	235	22
Hello bank ČR	8260	33	0,4%	4	3	1	658	609	20	29
Komerční banka	38603	149	0,39%	14	7	3	1915	1049	759	107
mBank.cz	43405	20	0,05%	8	1	4	2931	2391	489	51
MONETA Money Bank	52470	-10	- 0,02%	6	2	2	3551	2785	670	96
Raiffeisen bank (CZ)	44473	88	0,2%	5	0	3	2972	2300	504	168
Sberbank CZ	21676	-49	- 0,23%	7	1	0	134	86	26	22
Česká spořitelna	81852	319	0,39%	11	14	8	6856	3397	2888	571
ČSOB	27491	107	0,39%	11	3	1	1992	1135	638	219

Příloha č.7 – sledované období: červenec 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	43963	219	0,5%	10	0	3	5398	4493	838	67
Banka Creditas	6215	27	0,44%	4	0	2	1886	1760	72	54
Equa bank	34296	12	0,04%	8	2	1	1667	1245	390	32
Fio banka	13916	43	0,31%	1	0	3	422	314	90	18
Hello bank ČR	8285	25	0,3%	7	1	1	1906	1524	332	50
Komerční banka	38767	164	0,42%	3	2	1	1331	620	679	32
mBank.cz	43453	48	0,11%	5	3	5	3139	1679	1303	157
MONETA Money Bank	52462	0	-	4	2	2	3386	1317	1906	163
Raiffeisen bank (CZ)	44477	4	0,01%	6	2	1	4224	3434	662	128
Sberbank CZ	21644	-32	- 0,15%	9	0	0	93	77	5	11
Česká spořitelna	82203	351	0,43%	12	7	9	4009	3047	697	265
ČSOB	27588	97	0,35%	8	0	0	405	274	54	77

Příloha č.8 – sledované období: srpen 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	44084	121	0,28%	6	4	2	3328	1863	1321	144
Banka Creditas	6280	65	1,05%	4	1	2	459	305	148	6
Equa bank	34355	59	0,17%	7	2	0	1944	1323	457	164
Fio banka	13952	36	0,26%	1	0	6	288	198	62	28
Hello bank ČR	8313	28	0,34%	4	2	2	2156	2013	82	61
Komerční banka	38930	163	0,42%	7	9	1	1697	1041	510	146
mBank.cz	43567	114	0,26%	6	1	4	3956	2352	1172	432
MONETA Money Bank	-	-	-	6	2	3	4378	3779	473	126
Raiffeisen bank (CZ)	44508	31	0,07%	0	4	2	1375	988	326	61
Sberbank CZ	21610	-34	- 0,16%	3	1	2	141	101	15	25
Česká spořitelna	82512	309	0,38%	11	6	9	3272	2056	873	343
ČSOB	27681	93	0,34%	15	4	0	1199	822	216	161

Příloha č.9 – sledované období: září 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	44184	100	0,23%	7	5	2	2137	1404	693	40
Banka Creditas	6836	556	8,85%	6	1	0	2476	1230	860	386
Equa bank	34867	512	1,49%	10	1	0	1636	1236	339	61
Fio banka	13976	24	0,17%	2	0	4	244	148	91	5
Hello bank ČR	8348	35	0,42%	9	1	1	3712	3332	238	142
Komerční banka	39069	139	0,36%	7	2	0	633	314	305	14
mBank.cz	43566	-1	0,0%	2	4	5	539	274	208	57
MONETA Money Bank	64233	0	-	6	3	3	4887	3389	1270	228
Raiffeisen bank (CZ)	44593	85	0,19%	3	3	1	2128	1340	699	89
Sberbank CZ	21748	138	0,64%	10	0	3	2686	1099	1282	305
Česká spořitelna	82959	447	0,54%	7	7	5	7893	4156	3207	530
ČSOB	27803	122	0,44%	14	6	0	1232	901	111	220

Příloha č. 10 – sledované období: říjen 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	44289	105	0,24%	9	2	1	10265	9245	886	134
Banka Creditas	6901	65	0,95%	8	2	0	1112	1001	74	37
Equa bank	34990	123	0,35%	8	0	2	1051	748	241	62
Fio banka	14001	25	0,18%	1	0	5	290	206	78	6
Hello bank ČR	8363	15	0,18%	7	3	3	900	733	123	44
Komerční banka	39154	85	0,22%	7	5	5	1789	919	429	441
mBank.cz	43591	25	0,06%	1	2	5	1265	396	817	52
MONETA Money Bank	64148	-85	- 0,13%	6	4	1	2487	1852	556	79
Raiffeisen bank (CZ)	44652	59	0,13%	7	1	0	4365	3632	601	132
Sberbank CZ	21755	7	0,03%	9	0	1	1043	956	52	35
Česká spořitelna	83337	378	0,46%	6	4	4	7205	5094	860	1251
ČSOB	27946	143	0,51%	14	2	1	1426	963	210	253

Příloha č. 11 – sledované období: listopad 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	44422	128	0,29%	14	1	1	4258	2492	1724	42
Banka Creditas	6998	96	1,39%	11	0	3	2051	1882	99	70
Equa bank	35125	129	0,37%	4	4	0	1110	550	502	58
Fio banka	14032	29	0,21%	0	0	7	523	368	68	87
Hello bank ČR	8404	41	0,49%	9	1	0	1129	1030	60	39
Komerční banka	39271	115	0,29%	5	2	7	1064	455	562	47
mBank.cz	43627	39	0,09%	1	3	6	2624	614	1952	58
MONETA Money Bank	64103	-43	- 0,07%	4	4	3	2537	993	1410	134
Raiffeisen bank (CZ)	44689	35	0,08%	8	0	1	3659	3161	407	91
Sberbank CZ	21769	15	0,07%	7	0	0	1073	958	90	25
Česká spořitelna	83701	354	0,42%	9	10	3	48250	39357	1754	7139
ČSOB	28067	117	0,42%	16	2	2	1001	703	154	144

Příloha č. 12 – sledované období: prosinec 2020

Společnost	Počet fanoušků	Růst fanoušků (absolutně)	Růst fanoušků v %	Obrázkový příspěvek	Video příspěvek	Link příspěvek	Celkový počet reakcí	Počet reakcí	Počet komentářů	Počet sdílení
Air Bank	44536	114	0,26%	8	7	5	7681	6621	855	205
Banka Creditas	7447	449	6,42%	24	1	0	9535	8101	762	672
Equa bank	35655	530	1,51%	9	13	4	2621	2058	426	137
Fio banka	14059	27	0,19%	1	0	5	579	268	288	23
Hello bank ČR	8434	30	0,36%	7	1	2	1442	1108	289	45
Komerční banka	39421	150	0,38%	6	4	4	1377	922	364	91
mBank.cz	43596	-31	- 0,07%	7	6	1	609	322	276	11
MONETA Money Bank	64045	-58	- 0,09%	7	5	5	3110	1813	1177	120
Raiffeisen bank (CZ)	44745	56	0,13%	8	3	0	5928	5374	390	164
Sberbank CZ	21720	-49	- 0,23%	7	1	0	659	369	278	12
Česká spořitelna	84166	465	0,56%	11	4	2	6160	3169	2644	347
ČSOB	28155	88	0,31%	13	3	5	973	701	142	130

Příloha č. 13 – doba zveřejňování příspěvků a reakční aktivita uživatelů (zdroj: Fanpagekarma.com)

