

W organizowanym po raz trzeci konkursie na najlepsze polskie blogi firmowe, mBank zdobył pierwszą nagrodę w prestiżowej kategorii „blog profesjonalny”. Został też uhonorowany laurem „Best in Show” za najlepszy projekt biorący udział w konkursie. Bank zapowiada również dalszy rozwój narzędzia, m.in. dzięki publikowaniu treści video.

Tegoroczna edycja ogólnopolskiego konkursu "Najlepszy blog firmowy" została zorganizowana po raz trzeci. Tym razem zwycięskie blogi zostały wytypowane w plebiscycie przeprowadzonym wśród studentów Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego, którzy uznali blog mBanku za najlepszy w kategorii "blog profesjonalny" oraz przyznali mu tytuł "Best in show" dla najlepszego projektu biorącego udział w konkursie. W poprzednich latach blog mBanku był również wysoko oceniany: w 2009 r. zdobył 2. miejsce w kategorii "blog profesjonalny", a w 2008 r. 1. miejsce w kategorii "blog dojrzwały".

Na początku blog był naturalnym rozwinięciem aktywności mBanku na forum internetowym, dziś jest już istną encyklopedią wiedzy dla Klientów, a także podstawowym źródłem informacji z banku, o czym świadczy jego wciąż rosnąca popularność. Całkowita liczba odsłon od początku istnienia projektu sięgnęła już 15 milionów – mówi Kamila Karpińska, prowadząca blog mBanku. O sukcesie bloga zadecydowała jego różnorodność, konsekwencja w prowadzeniu oraz szczerść i otwartość na opinie użytkowników. Dzięki temu wytworzyła się wokół bloga społeczność, której aktywność wspiera każde przedsięwzięcie banku – dodaje Karpińska.

Na mBlogu pojawiło się już ponad 800 artykułów publikowanych przez 75. autorów. Z roku na rok mBankowi blogerzy piszą coraz częściej i chętniej, poszerzając tym samym unikalną bazę wiedzy o mBanku oraz bankowości elektronicznej. Początkowe pięć kategorii rozwinęło się do obecnych 23., w tym najnowszej – mVideoBloga, zwiastującej nadejście nowej ery w komunikacji mBanku z Klientami.

Zgodnie z założeniem, mVideoBlogi prezentują tematykę związaną z mBankiem oraz zagadnienia z zakresu bankowości internetowej. W każdym odcinku występują pracownicy mBanku. Statystyki pokazują, że nagrania video na blogu cieszą się średnio dwukrotnie większą popularnością od tradycyjnych artykułów.

Rzeczywiście audiowizualne formy przekazu cieszą się coraz większym uznaniem wśród internautów, wystarczy wspomnieć o sukcesie naszego własnego kanału mBank.tv w portalu YouTube, w którym odnotowaliśmy niedawno milionową odsłonę – podsumowuje Kamila Karpińska.

mBank