

בנק הפועלים

להיות ראשון זה מחייב!

בנק הפועלים שם לעצמו כמטרה ללוות את לקוחותיו לצמיחה. בשלב הראשון, הושקו תכניות וכלים לעידוד התנהלות פיננסית נכונה, ובשלב השני, הבנק משיק יוזמות המלוות את לקוחותיו מילדות ועד בגרות, ומסייעות להם למצות את יכולותיהם הפיננסיות.



במסגרת הפעילות, חולקו מעל 500 אלף קופות דן חסכון בעיצוב הקופות המיתולוגיות, המלוות בחוברת על חשיבות החיסכון המציעה תוכניות חיסכון ייעודיות וכשוטות, שמטרתן לעודד חיסכון של הורים למען עתיד ילדיהם.

באינטרנט, הושקו אתר לילדים 'עולמו של דן חסכון', המלמד את הילדים על חיסכון באמצעות תכנים ומשחקים. בנוסף, בקיץ הופעלו קייטנות דן חסכון, וכן שולבו בקייטנות קיימות מערכי הפעלה, שמטרתם ללמד ילדים לחסוך.

התוצאה: לקוחות הבנק החלו לקחת אחריות על עתידם ובתוך 8 חודשים נפתחו 107 אלף תוכניות חיסכון של דן חסכון בסכום מצטבר של 342 מיליון שקל.

כלי לניהול חיסכון: כי צמיחה פיננסית צריך ללוות - בנק הפועלים החליט לבצע קפיצת מדרגה

בניהול החסכונות היומיומיים של הציבור הרחב, כדי ללוות אותם לצמיחה יומיומית, ולסייע להם להגשים מטרות הכרוכות במימון כספי. לשם כך, הושקו באתר הבנק הכלי לניהול החיסכון, שמספק לכלל הציבור כלי חסכון מהסוג, שממנו נהנה בעבר רק המשקיע המתוחכם בשוק ההון. מדובר בממשק אינטרנטי קל לתפעול, המתרגם את שפת הוראות הקבע לשפה 'לקוחית'. לקוחות יכולים לקבוע מטרה ('חיסכון למכונית חדשה') ואת המועד למימושה ('בתוך שנתיים'), ואז לקבל המלצות לרמת החיסכון הנדרשת מול היעד. הכלי גם מלווה את החוסך לאורך כל התקופה עם ממשק גרפי המעדכן אותו כמה חסך וכמה עוד נותר לו עד למימוש המטרה, ומאפשר לו גמישות בחיסכון תוך שינוי ההפקדות.

מאז שנוסד, בשנת 1921, מלווה בנק הפועלים את התפתחות היישוב והמדינה. בשנים האחרונות, עוצבה בבנק אסטרטגיה חדשה, ששמה את הלקוח במרכז, ומסייעת לו למצות את יכולותיו הפיננסיות.

בשנת 2007 (ראו הרחבה במהדורת 2009 של ספר ה-Superbrands של ישראל) הבנק השיק את השלב הראשון ביישום האסטרטגיה, וייצר מוצרים ושירותים, שמסייעים ללקוח ליישם את התנהלות פיננסית נכונה.

האתגר השיווקי

בשנה האחרונה, לאחר שמוצה השלב הראשון באסטרטגיה, והבנק חש שאכן חל שינוי משמעותי באופן שבו הלקוחות מתנהלים מבחינה פיננסית, עובר בנק הפועלים ליישום השלב השני באסטרטגיה - שלב הליווי לצמיחה הפיננסית.

הפתרונות היצירתיים

הבנק פועל במספר ראשי חץ ועם מוצרים ושירותים המתאימים לקהלי יעד שונים:

דן חסכון: כי הרגלים מגיל צעיר הם הרגלים לחיים -

על מנת לחזק ולעודד את תרבות החיסכון, בנק הפועלים השיק פעילות לקידום החיסכון בקרב הורים וילדים. לשם כך, חוזר למרכז הבמה 'דן חסכון' - הגמד המיתולוגי שליווה בעבר את פעילות החיסכון של הבנק. הבנק פונה בפעילות זו להורים במטרה לעודד אותם לחיסכון בפועל, וילידים על מנת להעניק להם הרגלים של התנהלות פיננסית נכונה מילדות.



זכרים שלא ידעת על בנק הפועלים

- מדי חודש, משרת אתר בנק הפועלים 800 אלף גולשים ייחודיים.
- בנק הפועלים דורג השנה בצמרת דירוג הפלטינה של ארגון "מעלה", ודוח האחריות החברתית של הבנק דורג על ידי הארגון הבינלאומי GRI בדירוג הגבוה ביותר A+.
- הבנק יזם השנה את תערוכת 'בתים בשדרה' במסגרתה הוצגו בשדרות רוטשילד בתל אביב דגמים של 'הבית הירוק של העתיד' כפי שעוצבו על ידי מעצבים, אדריכלים ואמנים.

גם הוא למקסם את יכולותיו הפיננסיות, פיתח הבנק אפליקציות לסלולר וביניהן ניהול חשבון, שוק הון וארנק סלולרי, ובנוסף, הושקו שירותים חוצי ערוצים דוגמת מט"ח בטרמינל, הלוואה רב ערוצית, וכלים תומכי החלטה כדוגמת סימולטור מעו"ף, שירות התראות בכלי לניהול תקציב ועוד.

הכרטיס הבנקאי: ליהנות מהרגע, לחשוב על העתיד - הכרטיס הבנקאי שהושק לאחרונה מאפשר ללקוחות ליהנות מהטבות כאן ועכשיו, כמו גם להיעזר בכלים מתקדמים לשליטה על ההוצאות כדוגמת התראות SMS על גובה ההוצאה החודשית לפי ענפים שבחר הלקוח.

הרוכשים דירה או בית, המבוססים על עקרונות הבניה הירוקה, או רוכשים מערכת סולארית ביתית.

"מוצר החודש": הטבות

חודשיות לעידוד הצמיחה - במטרה להנגיש את מוצרי ההשקעה ללקוחות הפרטיים, לחשוף אותם למגוון מוצרי ההשקעה שיכולים ללוות אותם לצמיחה, לייצר בקרבם מודעות לחשיבות החיסכון, ולהניע אותם לפעולה, השיק הבנק בתחילת 2010 את 'מוצר החודש'. מדובר במוצר השקעה ממגוון מוצרי הבנק, שניתן לרוכשו באותו חודש בתנאים מיוחדים.

פעילות דיגיטלית: כי

כשנות, קל יותר לצמוח - אחד המאפיינים של מרבית מלקוחות הדור הצעיר של הבנק הוא היותם לקוחות 'מוטי ערוצים', שמעוניינים לצרוך שרותי בנקאות מתי שנוח להם ובדרך שנוחה להם. כדי שפלח לקוחות זה יוכל

משכנתא לוקחים בבית



הטבות ללקוחות ברכישת דירה: כי משכנתא לוקחים

בבית - משכנתא היא אחד מהמוצרים המשמעותיים ביותר בליווי הלקוחות לצמיחה ולעצמאות פיננסית. ככזו, לבנק היה חשוב לתגמל כל לקוח של הבנק בהתאם לפעילותו הפיננסית בבנק, כדי שלקוחותיו ייקחו את המשכנתא לבית - כ"בית הפיננסי שלהם". לצורך כך השיק הבנק את 'זכאות פועלים', במסגרתה יכולים לקוחות הבנק לקבל הטבות בלקיחת משכנתא עד גובה של 135 אלף ש"ח בהתאם לרמת הפעילות הבנקאית שלהם. החל מ-2010, גובה הזכאות האישית של כל לקוח שקופה וזמינה, ומוצגת להם כל הזמן בכל ערוצי במידע, על מנת שיהיו מודעים להטבה המגיעה להם. כחלק מפעילות למען איכות הסביבה, הבנק השיק גם משכנתא ירוקה: המעניקה הטבות מיוחדות ללקוחות



2010

השקת הכרטיס הבנקאי, 'מוצר החודש', משכנתא ירוקה, ואפליקציות בנקאיות לאייפון.

2009

השקת השלב השני באסטרטגיה 'שלב הצמיחה'.

2008

נפתחים סניפי 'פועלים אקספרס'.

2007

השקת האסטרטגיה השיווקית החדשה - כלים להתנהלות פיננסית נכונה.