



בשנת 2009 השיק לאומי את אסטרטגיית הדיגיטל ומאז הוא מרחיב ומגוון אותה כדי לאפשר ללקוח שירות נגיש, בכל זמן ומכל מקום בארץ ובעולם

אלה. במקביל, הושקעו משאבים רבים בפיתוח מוצרים ושירותים, שיספקו את מגוון צרכי הלקוחות ויגדילו את שביעות רצונם. השקת המותג "לאומי דיגיטלי", ריכזה לפיכך מאמץ אינטגרטיבי של כל זרועות הבנק, לפיתוח זירת הבנקאות הדיגיטלית, תוך שמירה על האסטרטגיה השיווקית של לאומי כ-Enabler (מאפשר). המסר שביקש הבנק להעביר בקמפיינים השיווקיים, הוא של בנק מתקדם וחדשני, שבאמצעות שירותי הדיגיטל חוסך ללקוח זמן וכסף.

בשנת 2009 השיק לאומי את "לאומי דיגיטלי" - מהלך אסטרטגי שכלל את הרחבת הפעילויות בערוצים הישירים של הבנק, והוספת מגוון של שירותים ומוצרים בהתאם לצרכי הלקוח. מטרת המהלך הייתה להעצים את חוויית הלקוח ולאפשר לו נגישות אל הבנק בכל זמן ומכל מקום, בארץ ובעולם. המהלך לווה בפעילות שיווקית מקיפה, במטרה לבסס את מעמדו של הבנק כחדשן ומוביל בזירת בנקאות המחר.

האתגר השיווקי

לאומי מתמודד כיום עם שני אתגרים מרכזיים: האחד, גיוס לקוחות חדשים, והשני, שימור בסיס הלקוחות הקיים. כדי להתמודד עם האתגרים הללו אל מול המתחרים, בחר לאומי להתמקד בזירת הבנקאות הדיגיטלית, לחזק באמצעותה את מעמד המותג וליצור בידול בשוק, שבו צרכנים תופסים את כל הבנקים כזהים, פחות או יותר.

האתגר דרש מלאומי למקד מאמץ שיווקי בחינוך השוק, בהכוונת לקוחותיו לשימוש בערוצים הדיגיטליים ולהתמודד עם חסמי המעבר לשימוש בערוצים

הפתרונות היצירתיים

העוגן המרכזי של מהלך "לאומי דיגיטלי" ב-2009 היה השקת "חשבון דיגיטלי", שמאפשר ללקוחות לקבל סל שירותים מורחב, בזמינות גבוהה, תוך קבלת הנחות משמעותיות על העמלות הבנקאיות בערוצים הישירים, והחזר כספי על הגידול בפעילות זו.

כרבעון האחרון של 2009 הושקה פעילות לאומי במדיה החברתית, אשר מעבירה מסר של שקיפות ושיתוף במידע בין הערוצים:

■ **לאומי בלוג:** אתר הבלוגים של בכירי לאומי, אשר נועד להרחיב את הדיאלוג של אנשי לאומי עם קהל

הלקוחות והגולשים, ולספק להם ערך ממשי בניהול חשבון הבנק ובתחומי הבנקאות השונים. ערוץ זה מאפשר לגולשים להגיב על דבריהם של בכירי הבנק, לנהל עמם שיח ואף לבקרם.

■ **לאומי בטוויטר:** ערוץ שמאפשר לגולשים להתעדכן בזמן אמת בחידושים בנקאיים, הטבות, הצעות ומבצעים. בנוסף, משמש ערוץ זה כפלטפורמה לשירות לקוחות בלאומי.

■ **לאומי בפייסבוק:** דף ברשת פייסבוק, אשר מכיל עמוד נחיתה אינטראקטיבי ומספר יישומים, ביניהם יישומי שירות לקוחות ואפליקציית קריירה.

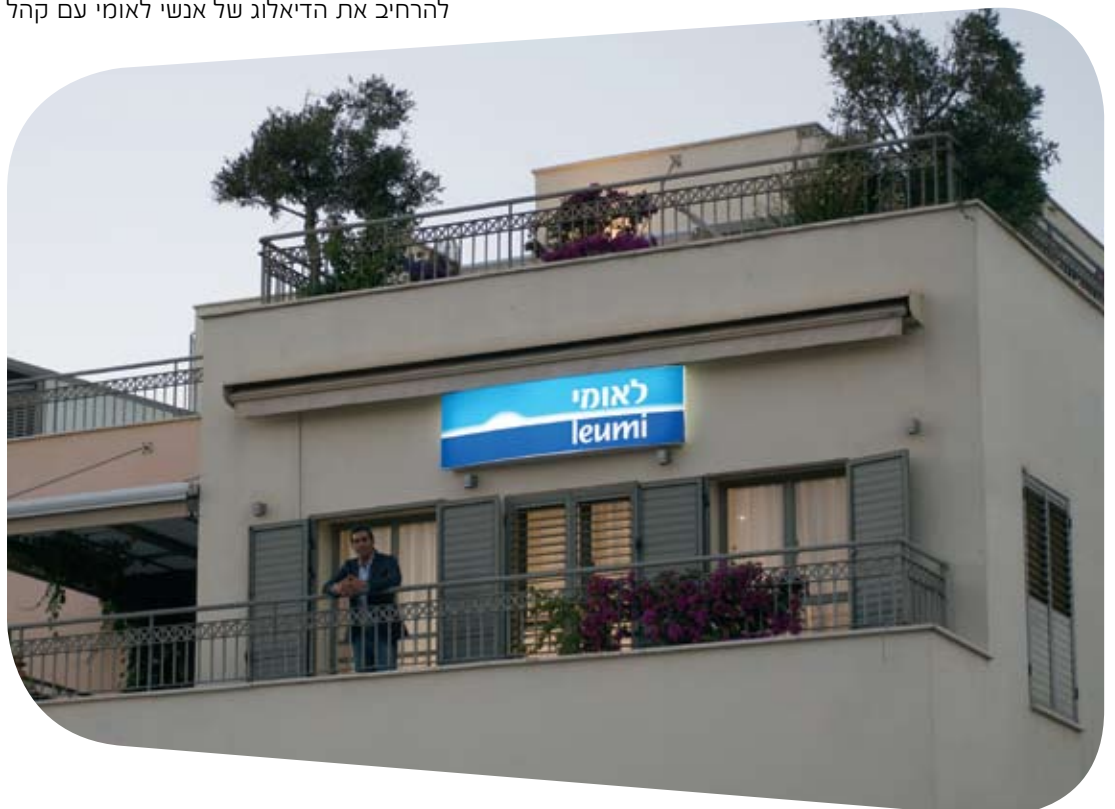
בתחילת 2010 הוסיף לאומי נדבך נוסף לקשר הבלתי אמצעי עם הציבור, כשהעלה באתר האינטרנט שלו את שירות **Leumi Labs**, המאפשר ללקוחות להתנסות בשירותים ובמוצרים הנמצאים בפיתוח בבנק, לחוות את דעתם עליהם ולהציע רעיונות למוצרים ושירותים חדשים.

ב-2010 השיק לאומי שירותים מתקדמים נוספים כדי להגדיל את מידת הזמינות והנגישות ללקוח:

■ **מזומן ב-SMS:** שירות בלעדי אשר מאפשר ללקוח לאומי לבצע העברת כספים באמצעות הטלפון הסלולרי לכל גורם שיבחר. ללא צורך להשתמש בכרטיס אשראי או בכספומט.

■ **אפליקציות לאייפון - iLEUMI:** באמצעותה יכול הלקוח להתעדכן בפרטים המעודכנים ביותר של חשבון הבנק שלו ולבצע פעולות בחשבון; ו-iCleumi - אפליקציית איתור סניפים מבוססת GPS.

■ **לאומי Mail מוצפן:** שירות המאפשר שליחת דואר אלקטרוני מאובטח מהבנק ללקוחות, באופן מוצפן וחתום אלקטרונית לתיבת הדואר האלקטרונית הפרטית של הלקוח.





www.leumi.co.il

דברים שלא ידעת על לאומי

- לאומי הוקם בשנת 1902 בהשראת חזונו של חוזה המדינה, בנימין זאב הרצל.
- את השטרות הראשונים שהונפקו עם הקמת המדינה הדפיס בנק לאומי.
- בלאומי: 13,342 עובדים, ב-257 סניפים ברחבי הארץ, ו-78 משרדים בחו"ל ב-18 מדינות.

המשתנים. לאומי ימשיך לפעול להעמקת חווית השירות הרב-ערוצית של לקוחותיו, להתאימה לצרכיהם, ולפעול מול לקוחותיו מכל מקום ובכל זמן.

ושירותים חדשים בלאומי Labs, מהם נמצאים שניים בתהליכי פיתוח מתקדמים.

- 44% מהפעולות הבנקאיות של לקוחות לאומי מתבצעות כיום בערוצים הישירים.
- אלפי פעולות בחודש מתבצעות באמצעות מזומן ב-SMS.
- הגידול החד בפעילות הדיגיטלית מוצא את ביטויו בהפחתת העומס בסניפים ובעליית שביעות רצון הלקוחות גם בערוץ זה.

ובעתיד

האסטרטגיה הישיווקית של לאומי מבוססת על תובנה, שהלקוח המודרני מצפה מהבנק להיות קשוב לצרכיו, זמין ונגיש 24/7, לעבוד מולו בשקיפות ולהתאים את מוצריו ושירותיו לצרכיו

תוצאות המהלך

המהלך האסטרטגי בזירת הדיגיטל הצליח לשנות הרגלים בקרב לקוחות הבנק ולהפוך את הבנקאות הדיגיטלית לזירה עתירת פעילות:

- בקרב לקוחות לאומי, האינטרנט הפך לערוץ המרכזי לביצוע פעולות, לצד ערוץ הסניף.
- כ-500,000 לקוחות הפכו את שירותי לאומי דיגיטל ל"סניף הבנק" שלהם.
- כ-70% מלקוחות חשבון דיגיטלי הגדילו את כמות הפעולות הדיגיטליות שלהם.
- 30% מכלל לקוחות לאומי הגדילו את הפעילות שלהם בערוצים הדיגיטליים.
- לקוחות לאומי הגישו עד כה כ-700 רעיונות למוצרים



2009
לאומי משיק את אסטרטגיית "לאומי דיגיטלי".

2001
לאומי מגבש זהות תאגידית חדשה ומשיק לוגו חדש.

1971
בנק לאומי משיק, לראשונה בישראל, מכשיר טלר אוטומטי - הכספומט.

1950
בנק אנגליא פלשתינה הופך לבנק לאומי לישראל.

1923
נפתח הסניף הראשון בתל-אביב.

1903-07
נפתחים הסניפים הראשונים של הבנק ביפו, ירושלים, ביירות וחברון.

1902
חברת "אנגליא פלשתינה" נרשמת בלונדון.