



עושים את זה קל

חברת כרטיסי האשראי Cal משיקה מוצרים ושירותים פיננסיים ללקוחות פרטיים ובעלי עסקים; מרחיבה את קשת מועדוני הלקוחות, ומקפידה על דיאלוג פשוט וקל עם הצרכנים

פתרונות יצירתיים

במסגרת אסטרטגיית העדפת הלקוח, השיקה Cal בפברואר 2012 את "עושים את זה קל", השפה הפרסומית החדשה של החברה.

בהתאמה לשפה החדשה, שמטרתה להנגיש, להקל ולפשט את העולם הפיננסי ללקוח, ממשיכה החברה לפתח פתרונות פיננסיים יצירתיים, ובהם:

הלוואות ללא כרטיס - מוצר המעניק הלוואות ללקוחות כל הבנקים, כולל לקוחות שאינם מחזיקי כרטיס אשראי של Cal. ההלוואות ניתנות לכל מטרה, עד סכום של 40 אלף ש"ח, עם אפשרות לפריסה של עד 60 תשלומים. המוצר מאפשר ל-Cal לפנות לקהל רחב יותר מסך כל לקוחותיה עם הצעת ערך אטרקטיבית.

קניין Cal - קניין ההטבות הווירטואלי ב-Facebook מציע ללקוחות החברה מבחר מוצרים מעשרות חנויות בתחומים שונים בהנחות ייחודיות. הקניין פועל כחלק מדף הפייסבוק של Cal ומציע חוויית רכישה וירטואלית.

הטבות, הנחות והחזרים כספיים. בין המועדונים הבולטים של Cal ניתן למצוא את Cal365, You, PowerCard, דיינרס דינאמיק, דיינרס HIGH MILES, דיינרס FINE & DINE, Cal-H&O ומועדון Miles & More של Cal.

ב-2011 השיקה החברה את Calfix - מועדון עצמאי על גבי כרטיס אשראי, הראשון בישראל, המעניק ללקוח החזר כספי על תשלום ההוצאות השוטפות כדוגמת חשבון חשמל, כבלים, סלולר, פארם, מזון ודלק.

כמענה לאוכלוסיית האלפיון העליון בישראל, השיקה השנה Cal את Visa Infinite - כרטיס האשראי היוקרתי והגבוה ביותר בהיררכיית הכרטיסים של Visa אירופה, אשר מציע ללקוחות הפרימיום עולמות תוכן וערכים מוספים, המותאמים במיוחד להם.

האתגר השיווקי

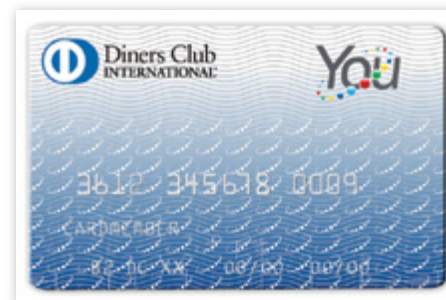
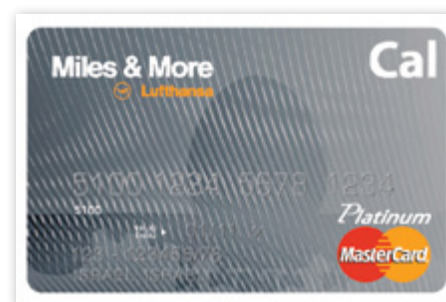
שוק האשראי בישראל אינו מבודד דיו, ועל כן קבעה Cal תוכנית אסטרטגית ארוכת טווח, שבמרכזה יצירת העדפה לחברה.

חברת Cal הוקמה בשנת 1978 בשם "כרטיסי אשראי לישראל" ושימשה כזכיינית הבלעדית בישראל של חברת Visa הבינלאומית. עם השנים, הצטרפו גם מותגי כרטיסי האשראי דיינרס ומאסטרקארד לפורטפוליו החברה.

כחברה, Cal פועלת מול שני קהלי יעד: צרכנים מחזיקי כרטיסי אשראי, ובעלי עסקים. לקהל הצרכנים, Cal מגניקה כרטיסי אשראי ומספקת שירותים נלווים בתחום מתן האשראי. לבעלי העסקים מספקת Cal שירותי סליקה, פתרונות מימון וכלים לניהול פיננסי.

כבר ב-1994 הייתה Cal הראשונה מבין חברות האשראי בישראל, שפיתחה תוכניות שאפשרו ללקוחות פרטיים לקבל אשראי חוץ בנקאי, ובמשך השנים, המשיכה לטפח את יתרונה היחסי באמצעות פיתוח מגוון תכניות אשראי ומוצרים פיננסיים כדוגמת הלוואות לכל מטרה, הלוואה ללא כרטיס וחיוב חודשי קבוע.

במקביל, יצרה Cal שותפויות אסטרטגיות להקמת מועדוני צרכנות מכל תחומי הצריכה והפמי, המעניקים ללקוחות





www.cal-online.co.il

דברים שלא ידעת על Cal

- ראשי התיבות של Cal (כ.א.ל) הם כרטיסי אשראי לישראל.
- מרבית צרכני הכרטיס המעוצב האישי בחרו בתמונת דולפין כדי שתעטר את כרטיס האשראי שלהם.
- הלוגו של Cal מעוצב כגלובוס, שמורכב מעשרות אימגיים של כרטיסי אשראי, ומבטא את הגלובליות של החברה.
- במסגרת מהלך Cal Idea שערכה החברה התקבלו אלפי רעיונות מלקוחות החברה למוצרי אשראי חדשניים.

על הנתונים, המצביעים על עלייה של 25% בהוצאות על בילוי ופנאי בימי סוף השבוע, וכתוצאה מממצאי מחקרים שיזמה, מהם עלה כי מרבית הצרכנים בישראל "דוחים" את זמן הבילוי עם הילדים, בן/בת הזוג והחברים לסוף השבוע.

Cal Idea - דרך נוספת בה נקטה החברה על מנת לערב את הצרכנים בפעילותה היא יצירת חממה רעיונית בשם 'Cal Idea', המבוססת על 'חוכמת ההמונים' (Crowd Sourcing). במסגרת 'Cal Idea', הציעו הצרכנים רעיונות למוצרים ולשירותי אשראי חדשים. רעיונות בעלי ערך שיווקי-עסקי נכנסו לעבודה במעבדה הפיננסית של Cal, והמציעים שרעיונותיהם התקבלו תוגמלו על כך על ידי החברה.



סליקה מקוונת - Cal מציעה מערכת לסליקת כרטיסי אשראי באמצעות הטאבלט או הטלפון הנייד. המערכת, שנקראת 'Cal-pos', מותאמת לבתי עסק קטנים ו/או ניידים, ומתאימה במיוחד לאנשי מקצוע אשר מגיעים לבתים (רופאים, מורים פרטיים, טכנאים וכד'), וכן להפעלת דוכני מכירה בירידים.

חיזוק הקשר עם הלקוחות

במקביל להצעות בתחום האשראי, ההנפקה והסליקה, ממשיכה Cal לטפח את הקשר עם לקוחותיה ולשמר את נאמנותם. על מנת ליצור קשר בלתי אמצעי עם הצרכנים, הקימה החברה את **CalStore** - רשת נציגויות בקניונים, המאפשרת קבלת כרטיסי אשראי, נטילת הלוואות וקבלת שירותים פיננסיים במקום.

בנוסף, על מנת להציע ללקוחות הצעות ערך, שימקסמו את התקציב האישי והמשפחתי שלהם, השיקה Cal לאחרונה את **סוף שבוע קל** - תוכנית הטבות, המבוססת על מגוון רחב של הטבות 1+1 בתחומי הבילוי והפנאי. התוכנית מציעה למחזיקי הכרטיס ליהנות בסוף שבוע אחד מהטבות 1+1 מכל העולמות: גם מופעים ומוסיקה, גם ארוחות בוקר זוגיות, גם אטרקציות בפריסה ארצית וגם הצגות ילדים.

Cal מיקדה את הדיאלוג עם הלקוח בתחום זה סביב סוף השבוע בהתבסס



Cal ביזנס - כחלק

מהתפיסה של Cal, הרואה בבית העסק שותף אסטרטגי, השיקה החברה את 'Cal ביזנס'. מדובר בכלי ניהולי המספק, בזמן אמת, מידע עסקי מדויק וממוקד לעשרות אלפי בתי העסק, הסולקים עם החברה. המידע מסייע לבית העסק לנתח מהלכים עסקיים ולתכנן טוב יותר מהלכים עתידיים. כך למשל, בית העסק יכול לקבל ניתוחי same store, לדעת איזה סניף חולש על נתח הפעילות הגדול ביותר, מאילו ערים מגיעים לקוחותיו, ולהשוות את ביצועיו בפרמטרים השונים לבצ'מארק, הנהוג בענף שבו הוא פועל.

2012 Cal משיקה שפה פרסומית חדשה.	2011 Cal משיקה את Calfix, הכרטיס הראשון שמעניק החזרים על ההוצאות השוטפות, ויוצאת לפגוש את הלקוחות באמצעות פתיחת CalStore - נציגויות שירות ומכירה בקניונים.	2007 Cal מבטלת את שיטת הנקודות ומעניקה הנחות קבועות במסגרת תוכנית נאמנות חדשה.	2004 Cal משיקה כרטיסי אשראי בעיצוב אישי.	2002 Cal מעמיקה את החדירה לתחום האשראי החוץ בנקאי ומציעה מוצרי אשראי והלוואות אקספרס.	2001 החברה ממותגת מחדש תחת השם Cal.	1989 החברה היא הראשונה לפתח בארץ את שיטת צבירת הנקודות תמורת מתנות.	1978 חברת "כרטיסי אשראי לישראל" מתחילה לשווק את Visa בישראל.
--	--	--	--	---	---	---	--