

השנה, קידמה אמריקן אקספרס בישראל פעילות אינטגרטיבית לתמיכה בכרטיס הצעירים Blue, לצד מהלך של תמיכה בעסקים קטנים ומקומיים

פרויקט "The Young Professionals Project" הוא למעשה חממה עסקית לטיפוח והעצמה של כישורנות צעירים, רגע לפני שהם יוצאים לכבוש את העולם.

לאחר תהליך איתור ממושך, נבחרו תשעה טאלנטים צעירים מתחומים שונים: בידור, אמנות, חיי לילה, עיצוב, אופנה, דיגיטל ומסעדות. אמריקן אקספרס ליוותה כל אחד מהצעירים במהלך השנה, תוך מתן מגוון כלים בדרך להצלחה: מענק כספי חודשי, יחסי ציבור וליווי צמוד של מנטורים ויועצים. הפעילות כולה סוקרה בערוץ מיוחד באתר האינטרנט Mako, הפונה גם הוא לקהל צעיר יחסית.

בנוסף, במהלך השנה, מחזיקי הכרטיס ואורחיהם הוזמנו לערבים מיוחדים בשם Blue Nights, שהתקיימו בפאבים שונים ברחבי העיר תל אביב, בהם פגשו מחזיקי הכרטיס מובילי דעה מתחומים שונים, וכיניהם אינטרנט, מוסיקה וחיי לילה. הערבים צולמו וניתן היה לצפות בשידור שלהם ב-Mako. בנוסף, סוקרו הצעירים בתכנית "אנשים" וזכו לחשיפה בטלוויזיה המסחרית.

תמיכה בעסקים קטנים

במהלך שלוש השנים האחרונות, ביום השבת שלאחר חג ההודיה, המסמן גם את תחילת עונת החגים הנוצריים,

הוא פונה, במטרה להגדיל באופן משמעותי את בסיס הלקוחות שלו ולהרחיב אותו לקהלים חדשים ומבטיחים.

הפתרונות היצירתיים

כדי לתת מענה לאתגרים המרכזיים בפניהם הוא ניצב, ערך במהלך השנה האחרונה מותג אמריקן אקספרס מספר פעילויות מרכזיות, הפונות לקהלים חדשים: תמיכה בכרטיס האשראי המיועד לקהל צעיר יותר: כרטיס Blue השקוף, תמיכה בעסקים קטנים ומקומיים והרחבת הפעילות הדיגיטלית של המותג.

תמיכה בכרטיס Blue

במטרה להצעיר את בסיס הלקוחות של המותג, שכולל בעיקר לקוחות בגילאי +40, ולהגיע ללקוחות פוטנציאלים צעירים בגילאי 25-35, השיקה אמריקן אקספרס בישראל במהלך 2012 את כרטיס Blue. זהו כרטיס אשראי בעיצוב שקוף וחדשני, המאפשר לקבל הצעות ערך אטרקטיביות, המתאימות לקהל יעד צעיר, כמו הטבות ברשתות אופנה ואקססורז, הנחות במסעדות ובברים, הנחות למופעי מוסיקה, בידור ועוד.

כדי לתמוך במהלך ההשקה, ערך השנה המותג פרויקט ייחודי בשיתוף מגזין הבילויים והבידור Time Out תל אביב.

אמריקן אקספרס החלה את דרכה בארצות הברית בשנת 1850 כשירות להעברת דברי דואר מהירים (אקספרס) ומכאן שמה: אמריקן אקספרס. החבילות ששינעה החברה היו מועברות ברחבי המדינה באמצעות מרכבות דואר. בשנת 1891 השיקה החברה את המחאת הנוסעים הראשונה, ובסוף שנת 1957 הושק לראשונה בארצות הברית כרטיס אשראי הנושא את שם המותג: אמריקן אקספרס. במאי 1995 הושקו כרטיסי אמריקן אקספרס בישראל. כיום, קיימים בשוק הישראלי כ-500,000 כרטיסי אמריקן אקספרס, שגובה הקנייה הממוצעת בהם גבוה בכ-25% בהשוואה לכרטיסי אשראי אחרים.

באופן מסורתי, כרטיסי האשראי של אמריקן אקספרס ממוצבים גבוה משאר הכרטיסים של המותגים המתחרים, תוך שימת דגש על מתן הטבות וערכים מוספיים למחזיקי הכרטיס באמצעות שיתופי פעולה רבים ומגוונים עם מותגי יוקרה מתחומים שונים, ובעיקר מעולמות של נופש, תיירות, תעופה ופנאי.

האתגר השיווקי

לצד השימור המתמיד של קהל מחזיקי הכרטיס ובפרט מחזיקי כרטיסי היוקרה - פלטינה וסנטוריון, החליט המותג בשנים האחרונות להרחיב את קהלי היעד אליהם





www.americanexpress.co.il

והרחיבה את עולם ההטבות באינטרנט. כיום, ניתן למצוא באתר האינטרנט של אמריקן אקספרס מאות הטבות במגוון תחומים, שהנבחרות שביניהן מופצות מדי שבוע כניוזלטר לעשרות אלפי לקוחות. השנה, כדי לתמוך במגמת הנגישות לאינטרנט באמצעות הסמארטפונים, ישיק המותג אפליקציית מובייל, שתאפשר למחזיקי הכרטיס גישה למגוון השירותים שמוצעים על ידי המותג.

עורך המותג American Express בארצות הברית מהלך שזכה לשם Small Business Saturday, שמטרתו לתמוך בעסקים קטנים ומקומיים. המותג משקיע במהלך משאבים פרסומיים ושיווקיים נכבדים, והוא זוכה להצלחה גדולה בקרב הצרכנים ומקבל סיקור נרחב במדיה המקומית. השנה הצטרף גם המותג בישראל לפנייה לעסקים הקטנים, תוך שהוא משתף פעולה עם בנק הפועלים ביום העסקים הקטנים'. במסגרת המהלך, במסגרתו עודדו שני הגופים את הצרכנים ללכת ולבצע קניות דווקא בבתי עסק קטנים במהלך יומיים בחודש ינואר, העניקה אמריקן אקספרס כפל נקודות למחזיקי הכרטיס שביצעו רכישה בבתי העסק שהשתתפו בפעילות, ותמכה במהלך באמצעות פרסום במגוון ערוצי מדיה. מבדיקת מחזורי הסליקה בסוף השבוע שבו נערכה הפעילות נרשם גידול של 12% במחזורי הסליקה בבתי העסק אשר השתתפו בקמפיין של אמריקן אקספרס לעומת 0% בבתי עסק, שלא השתתפו בקמפיין.

הרחבת הפעילות בדיגיטל

על מנת להתאים את המותג לעולם הדיגיטלי, שהפך לחלק מרכזי מחוויית הצריכה של המאה ה-21, שדרגה בשנתיים האחרונות החברה את אתר האינטרנט שלה

דברים שלא ידעת על אמריקן אקספרס

- השחקן מל גיבסון סייע לאיש מכירות של אמריקן אקספרס בקליפורניה לגייס את בעל העסק שבו ערך קניות באותו זמן.
- אמריקן אקספרס הוא כרטיס האשראי היחיד בישראל, שמאפשר ללקוחות לצבור נקודות ולהמירן למגוון שותפים בינלאומיים.
- אלביס פרסלי היה אחד הראשונים, שהחזיק בכרטיס הנייר של אמריקן אקספרס בשנת 1958.
- מעצבת התלבושות ליזי גרדינר הגיעה לטקס האוסקר של שנת 1995 לבושה בשמלה, שהורכבה מ-250 כרטיסי אמריקן אקספרס.
- הכרטיס השחור שהושק בישראל הינו כרטיס הסופר פרימיום הראשון שהושק בארץ.



2013

אמריקן אקספרס תומכת ביום העסקים הקטנים.

2012

אמריקן אקספרס משיקה בישראל את כרטיס ה-Blue השקוף.

2006

אמריקן אקספרס משיקה בישראל את כרטיס הסופר-פרימיום, הסנטוריון.

1995

המותג מושק בישראל.

1950

אמריקן אקספרס משיקה את כרטיס האשראי הראשון שלה, שיוצר מנייר.

1850

אמריקן אקספרס יוצאת לדרך בארה"ב כשירות להעברת דואר אקספרס.