

דרך ארוכה עבר לאומי מאז היווסדו בשנת 1902 בהשראת הרעיון של חוזה המדינה בנימין זאב הרצל ועד להיותו התאגיד הבנקאי המוביל בארץ עם היקף הפעילות הבינלאומית הרחב ביותר בקרב הבנקים הישראליים. כיום לאומי מפעיל 253 סניפים בכל רחבי הארץ ו-83 משרדים בחו"ל ב-23 מדינות. לאומי מעסיק למעלה מ-13,000 עובדים בכל רחבי העולם

צילום: ערן לם



בלאומי ידעו "לקרוא את המפה" ולהיערך לקראת המהפכה הדיגיטלית, ובהתאם בחרו את אופן ההשתלבות בה. באמצעות ניתוח של מאפייני הסביבה התחרותית ומתוך היכרות מעמיקה עם קהל הלקוחות הגדול והמגוון של הבנק, שעמו נמנים, הן ותיקים והן צעירים, הסיקו בלאומי, כי הגדלתו של פלח הלקוחות העובר לבנקאות הדיגיטלית תתרום לשימור לקוחות קיימים וגם לגיוס לקוחות חדשים בעלי "נטייה דיגיטלית". כך יאפשר הבנק ללקוחות אלה קבלת שירות זמין ודינמי בהתאם לאורח חייהם וצרכיהם.

### הפתרונות היצירתיים

המהלך השיווקי המרכזי של לאומי הניע בשנת 2009 הוא הרחבת הפעילות בערוצים הישירים. במסגרת מהלך זה איחד הבנק את פעילותם של כל הערוצים הישירים תחת גג אחד - "לאומי דיגיטלי".

התובנה המלווה את המהלך השיווקי היא, כי סגנון החיים של ימינו הופך את הזמן הפנוי למשאב יקר. בהתאם לכך גובש המסר המלווה את המהלך: עוד קצת זמן יכול לעשות אותך מאושר, וממנו נגזר החיבור בין תועלת פונקציונלית (פשוטה, נוחה, זמינה) לבין תועלת רגשית מבדלת - פתרונות פשוטים ונוחים, שיכולים לחסוך זמן ויותר מכך "לשחרר זמן", שאותו אפשר להשקיע בדברים החשובים באמת.

המהלך השיווקי של לאומי כלל פרסום במגוון אמצעי התקשורת (טלוויזיה, עיתונות ואינטרנט), פעילות BTL בסניפים, יחסי ציבור ופעילות פנים-ארגונית שנועדה לרתום את העובדים למען הצלחתו של המהלך. בלאומי הבינו, כי כדי ליצור שינוי מהותי בהעדפות של הלקוחות, יש להציג להם ולהמחיש תועלת ברורה שמייצרת הנעה לפעולה.

את שאיפותיהם. לאומי מבקש להיות הגורם המתווך בין הלקוח לבין יעדיו, כאשר המסר המבטא את הרעיון הזה הוא **לאן שתרצה להגיע - לאומי איתך.**

### הסביבה התחרותית

לאומי פועל בסביבה דינמית ותחרותית בהיותו הבנק המוביל את המערכת הבנקאית ועל מנת לשמור על מעמדו הרם, הוא מחויב לשמור על ערנות ולהציג אסטרטגיה עסקית ממוקדת עם יעדים ברורים.

המשבר הכלכלי האחרון הוכיח, כי לאומי הוא בנק חזק ויציב, המנוהל בצורה אחראית ושקולה. אך כמובן שלאומי אינו מסתפק בכך, אלא הוא ממשיך ודורש ממנהליו לקדם הזדמנויות חדשות לפיתוח קווי עסקים נוספים, וליזום באופן שוטף פיתוח של מוצרים העונים על צרכי לקוחותיו. בנוסף, בעקבות המשבר לקוחות הבנק מגלים רגשות כלפי מחירים ועלויות, וכיום הם מייחסים חשיבות רבה יותר לעמלות מופחתות ולריביות אטרקטיביות. לכך יש להוסיף "שחקן" נוסף - גורם הזמן, שבעולם המודרני, המהיר והתובעני של המאה העשרים ואחת, נחשב מוצר יקר, לעתים לא פחות מכסף. על לאומי לתת מענה ללקוחותיו גם בהיבטים של חיסכון בזמן וניצול יעיל של משאב יקר זה.

לאומי זיהה את כל הצרכים האלה, החליט לתת להם מענה בזמן אמת ובחר להתמקד בזירת הערוצים הישירים, המאפשרים ללקוחות לחסוך זמן וכסף.

### האתגר השיווקי

כבר לפני כעשור היו מי שחזו, כי כניסתו של האינטרנט למרכז הבמה, תשנה את כללי המשחק בשוק כולו, וגם את פניה של הבנקאות: יותר פעולות בנקאיות תבוצענה באמצעות אפיק זה, "על חשבון" תפקידים המסורתי של סניפי הבנק. ואכן, בשנים האחרונות מתבצעות יותר ויותר פעולות - בכל תחומי החיים וגם בבנקאות - באמצעות הטלפון הסלולרי, המכשירים האוטומטיים או על צג המחשב האישי. את המגמה הזאת מובילים, מטבע הדברים, הלקוחות הצעירים, שהם באופיים ובתחומי העניין שלהם נמנים עם "הדור הדיגיטלי".

לאומי הוא הבנק הוותיק ביותר בישראל, עם פעילות בינלאומית ענפה ונרחבת. פעילות זו מאפשרת לבנק להעניק ללקוחותיו שירותים פיננסיים גלובליים ומקצועיים, המלווים ביחס אישי ודיסקרטי.

לאומי מעניק שירותי בנקאות איכותיים לכל סוגי הלקוחות, החל במשקי בית וכלה בתאגידי ענק. שירותים אלה ניתנים באמצעות קווי עסקים ייעודיים, המתאימים לכל סוגי הלקוחות, והם מבוססים על סטנדרטים גבוהים ביותר ועל מקצועיות ללא פשרות.

לאומי, כגוף פיננסי מוביל בישראל, הציב לעצמו יעד - להשיג רווחיות גבוהה לאורך זמן. לשם כך הוא בוחן כל העת את המגמות והשינויים המתחוללים בסביבה העסקית שבה הוא פועל ומגבש בהתאם אסטרטגיה שנותנת מענה לשינויים אלה.

בשנת 2007 אימץ לאומי את האסטרטגיה השיווקית, ה-"Enabler": בזכות המקצוענות והניסיון שצבר במעלה ממאה שנות פעילותו, לאומי יכול לאפשר ללקוחותיו לממש





www.leumi.co.il

## דברים שלא ידעת על לאומי

- הבנק נתן את המימון הראשוני להקמת העיר תל-אביב.
- לאומי זכה בתואר "בנק השנה בישראל" שהעניק לו מגזין הבנקאות הבינלאומי The Banker מקבוצת Financial Times שנתיים ברציפות (2007-2008).
- החטיבה לבנקאות פרטית ובינלאומית בלאומי זכתה בתואר "הבנקאות הפרטית הטובה בישראל" לשנת 2008 שהעניק לה המגזין Euromoney.
- אתר "לאומי טרייד" זכה זו השנה השלישית ברציפות (2005-2008) בתואר האתר הטוב ביותר בשוק ההון בתחרות ה-Webi Awards.
- לאומי זוכה לדירוג פלטינה ב"דירוג מעלה" מיום היווסדו של הארגון.
- לאומי משקיע בקהילה כ-30 מיליון שקל בשנה.
- שירות "לאומי בווידאו" ניתן גם בשפת הסימנים ללקוחות עם לקויות שמיעה.



לניהול ממשל תאגידי ברמה הגבוהה ביותר מייחס חשיבות רבה לכינון יחסיו עם הלקוחות על בסיס שקיפות מרבית וגישה בלתי-אמצעית למידע, לפרשנות ולהמלצות של מומחים ובכירים בבנק. בעידן הדיגיטלי בחרו בלאומי לעשות זאת באמצעות שני הערוצים - "לאומי בלוג", הכולל ניתוחים של גורמים מקצועיים, מאפשר לגולשים להגיב לחוות הדעת של בכירי הבנק ואף לנהל עמם שיח, ו"לאומי בטוויטר" המאפשר לגולשים להתעדכן בזמן אמת בחידושים בנקאיים, הטבות, הצעות ומבצעים.

### ובעתיד...

לאומי ימשיך להיות קשוב למתרחש בתחום, להוביל בקדמת העשייה הפיננסית ולפעול על מנת להעניק ללקוחותיו את השירות הפיננסי המיטבי והמתאים ביותר עבורם, בדרך היעילה, הנוחה והזמינה ביותר עבורם.

כך נבחר העוגן המרכזי של מהלך "לאומי דיגיטל" - חשבון דיגיטלי שהבנק מציע ללקוחותיו. זהו מוצר חדשני וייחודי ללאומי, המעניק ללקוח סל שירותים מורחב בזמינות גבוהה (אתרי האינטרנט - 24/7, מוקד לאומי call (7:30-23:00)), המאפשר לו ליהנות מחיסכון ניכר בזמן ומנוחות מרבית בקבלת השירות.

נכון לסוף יולי 2009 הצטרפו לחשבון הדיגיטלי - "לאומי דיגיטל" - 35,000 לקוחות.

דוגמאות לשירותים נוספים שאפשר לקבל ב"לאומי דיגיטל":

- **"לאומי בסולר"**: שירות המאפשר ללקוחות לקבל מידע ולבצע פעולות בחשבונם ובקרב גם בשוק ההון, באמצעות המכשיר הסולרי האישי שלהם.
- **"ישיר לאומי"**: מה שהיה בעבר "הישיר הראשון", הסניף הווירטואלי הראשון, חלוץ המהפכה, שינה שמו ל"ישיר לאומי" במסגרת מיתוג "לאומי דיגיטל".
- **"לאומי בלוג" ו"לאומי בטוויטר"**: לאומי בהיותו מחויב



**2009**  
לאומי משיק את  
אסטרטגיית  
"לאומי דיגיטל".

**2001**  
לאומי מגבש זהות תאגידיית  
חדשה ומשיק לוגו חדש.

**1950**  
שם הבנק משתנה  
ל"בנק לאומי לישראל".

**1948**  
הבנק מנפיק את שטרות  
הכסף הראשונים של מדינת  
ישראל.

**1930**  
החברה ממירה את שמה  
ל"בנק אנגלו-פלשתינה".

**1902**  
חברת "אנגליא פלשתינה"  
מתחילה לפעול בעקבות  
רעיון שהגה תיאודור הרצל.