

## בשוק תחרותי, שבו פעילים מותגים חזקים, אמריקן אקספרס הייתה צריכה למצוא את ה'אוקיינוס הכחול' שלה. הפתרון שנמצא היה להשקיע בשירות, להשיק כרטיסי אשראי יוקרתיים במיוחד ולפעול בעולמות הדיגיטל והסלולר

### הפתרונות השיווקיים

אמריקן אקספרס החליטה ליצור בידול תחרותי באמצעות השקעה בשירות וערכים אמוציונליים, השקת כרטיסי אשראי יוקרתיים במיוחד כדוגמת הסנטוריון (הכרטיס השחור), ולאחרונה - באמצעות השקעה וכניסה לעולמות הדיגיטל והסלולר.

מאז כניסתה לשוק הישראלי, ובהתאם למיצוב של החברה האם, אמריקן אקספרס שמה דגש שיווקי על השירות הייחודי שהיא מעניקה ללקוחותיה. שירות זה כולל, בין השאר:

**Global Assist** - מוקד קונסיירז' ייחודי, המציע מידע וסיוע ללקוחות 24 שעות ביממה, במגוון נושאים לנופשים בארץ כמו גם לנוסעים לחו"ל כדוגמת מסעדות, כרטיסים למופעים ואירועים ברחבי העולם, מידע כללי על יעדי נסיעה ועוד.

**תוכנית Selects** - מאגר של הטבות עולמיות, המאפשר למחזיקי הכרטיס ליהנות מהטבות והנחות גם בנסיעות לחו"ל, מסעדות, רשתות שיווק, מלונות ואתרי נופש יוקרתיים ברחבי העולם.

אמריקן אקספרס ממשיכה להציע ללקוחות את תוכנית הנאמנות **Membership Rewards®** ומשקיעה בה מאמצים רבים. התוכנית מאפשרת לחברה לתגמל את הלקוחות לפי השימוש בפועל שהם עושים בכרטיס. אמריקן אקספרס היא חברת כרטיסי האשראי עם מספר השותפים הבינלאומיים הגדול ביותר בתוכנית ההטבות שלה, כך שמחזיקי הכרטיס יכולים לצבור נקודות בתוכנית, להמירן למגוון רחב של חברות תעופה, או לנצלן לשותפות ברשתות בתי המלון הבינלאומיות הגדולות. החברות השותפות הן: Air France, KLM, British Airways, Hilton, Sheraton, Alitalia, Holiday Inn, Intercontinental, Delta, Iberia, Le Meridien ואל על.

**כרטיס הסנטוריון** היוקרתי בעולם מעניק שירות אולטימטיבי, המאפשר ללקוחות הפרימיום המחזיקים בו, להשיג כל מוצר או שירות בו חשקה נפשם, כשהמוטו המנחה את השירות הוא: No is not an option.

**Gold Travel Service** - שירות נסיעות ייחודי לנסיעות פרטיות ועסקיות, המוענק למחזיקי כרטיס זהב וביזנס, וכולל מגוון הנחות לטסים לחו"ל. **לקוחות הפלטינה** נהנים משירות נסיעות מורחב הכולל גם נופש בארץ, וגישה לתוכניות בינלאומיות של אמריקן אקספרס העולמית: Small Luxury Hotels ו-Fine Hotels & Resorts. **Global Shop**, המאפשר ללקוחות אמריקן אקספרס

תוך בידול בערכי השירות של הכרטיס והשקת כרטיסי אשראי יוקרתיים במיוחד (ראו הרחבה במהדורת 2010 של ספר הסופרברנדס של ישראל). כיום, מחזיקים כ-400 אלף ישראלים בכרטיסים השונים של המותג אמריקן אקספרס (מתוך שוק המוערך בכחמישה מיליון כרטיסים).

### האתגר השיווקי

בשוק תחרותי, שבו פעילים מותגים חזקים, אמריקן אקספרס הייתה צריכה למצוא את ה'אוקיינוס הכחול' שלה על מנת לבדל את עצמה מהתחרות וליצור ערך מוסף ללקוחות.

אמריקן אקספרס החלה את דרכה בארצות הברית בשנת 1850 כשירות להעברת דברי דואר מהירים (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 של אמריקן אקספרס.

במאי 1995 הושקו כרטיסי אמריקן אקספרס בישראל בשוק כרטיסי אשראי רווי במיוחד, בליווי האסטרטגיה של "כרטיס ראשון בלב". אסטרטגיית ההפצה של החברה התבססה על שיווק כרטיס האשראי ללקוחות כל הבנקים,





www.americanexpress.co.il

## דברים שלא ידעת על אמריקן אקספרס

- כרטיס האשראי הראשון של אמריקן אקספרס הונפק ביום הולדתה ה-100 של החברה, בשנת 1950, והוא היה עשוי נייר. כרטיס הפלסטיק הראשון הונפק רק תשע שנים מאוחר יותר.
- בשנות השמונים תרמה אמריקן אקספרס 1.7 מיליון דולר לשיפוץ פסל החירות בניו יורק.
- הכרטיס השחור שהושק בישראל הינו כרטיס הסופר פרימיום הראשון שהושק בארץ.

לקבל בזמן אמת מידע על הנחות ומבצעים שמציעים בתי עסק באזור שבו הם נמצאים כרגע. פעילות דיגיטלית נוספת שהושקה השנה ברשת האינטרנט מקדמת את שירות הקונסיירז'. לצורך ניהול הקמפיין צולמו מראש 30 סרטונים המאפיינים סיטואציות שירות שונות. הסרטונים מקושרים למילות חיפוש, כך שבכל פעם שגולשים מקלידים 'בקשה' לקונסיירז' הוירטואלי - מוקרן בפניהם סרטון משעשע ולבנטי, המדגים את ההיקף הרחב של השירות.

### ובעתיד...

בשנה הבאה תמשיך אמריקן אקספרס להעמיק את רמת השירותים המוענקים ללקוחות וכן את הפעילות באינטרנט ובסלולר. בנוסף, יתאפשר ניהול ניצול הנקודות שברשות הלקוח באמצעות מערכת מקוונת באתר האינטרנט ולאחר מכן גם דרך אפליקציית סמארטפון ייעודית ללקוחות.

לבצע קניות באתרים אמריקאים. השירות מספק כתובת משלוח בארצות הברית ומשם המוצרים נשלחים לישראל. כך, מאפשרת אמריקן אקספרס ללקוחותיה לבצע קניות באתרים שאינם מוכנים בדרך כלל לקבל הזמנות או תשלומים מישראל, ואף מבטיחה בנוסף שירות החזרות ללא תשלום.

לאחרונה החלה אמריקן אקספרס להשקיע בישראל בתחום הדיגיטל, ובעיקר בפייסבוק ובאפליקציות לסמארטפונים.

פעילות הפייסבוק של המותג נעשית בהתאם לאסטרטגיית המותג העולמית, הרואה ברשת החברתית זירה ליצירת באזז חברתי ולא אמצעי לניהול שירות לקוחות מול הצרכנים.

זאת ועוד, השנה הושקה בישראל אפליקציית פייסבוק, המאפשרת לאוהדי המותג לצבור נקודות וירטואליות ולהמיר אותן במתנות אמיתיות, כמו גם אפליקציית אייפון מבוססת מיקום, המאפשרת למחזיקי הכרטיס



2010

אמריקן אקספרס פועלת בישראל בעולמות הדיגיטל והסלולר.

2006

אמריקן אקספרס משיקה בישראל את כרטיס הפרימיום, הסנטוריון.

1995

המותג מושק בישראל.

1950

אמריקן אקספרס משיקה כרטיס אשראי.

1891

מושקת המחאת הנוסעים הראשונה.

1850

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