



ישראל ליהנות מהחיים.

מותג כרטיסי האשראי ישראל, פורץ דרכים שיווקיות מאז 1975. בשנים האחרונות ותחת המטרייה התקשורתית של 'להנות מהחיים', פועל המותג בעולמות התרבות והאמנות ומשקיע רבות בתחומים אלה

השירות, השימור והנאמנות ללקוחות ישראל. אתר ההטבות מציע מגוון רחב של הטבות ללקוחות ישראל בתחומים רבים ובמיקומים גיאוגרפיים שונים. האתר מתעדכן ומתחדש מדי יום ומאפשר ללקוחות לראות בכל רגע נתון שפע של הטבות. במסגרת האתר הוקמה פלטפורמה המציעה סוגי הטבות שונים, כגון הדיל היומי המציע הטבות ייחודיות אך מוגבלות ל-24 שעות בלבד. תוכנית ההטבות של ישראל מבוססת על הטבות ייחודיות ומיוחדות לכל לקוח. האתר הוא אמצעי המאפשר לישראל לייצר עם הלקוחות דיאלוג ולהציע באופן יזום הטבות פרסונליות, המעניקות ללקוחות נוחות ביחד עם בחירה מהיצע מגוון בתחומים רבים. אתר ההטבות מהווה גם פלטפורמה דינמית ללקוחות העסקיים של ישראל ומאפשר להם להגיע ללקוחות הרלוונטיים להם, באופן מהיר וישי. בשנה האחרונה מומשו באתר ההטבות ובדיל היומי מעל ל-500,000 הטבות. **קוד אתי וחזון השירות** - כחלק מהמהלך הכולל לשיפור התועלות ללקוחותיה, ניכשה ישראל קוד אתי בתהליך משותף של העובדים והמנהלים בחברה. במסגרת פעילות זו הוקמה ועדת אתיקה ומונה בארגון אחראי אתיקה. בתחום השירות, הוחלט לבצע 'קפיצת מדרגה בשירות' באמצעות פעילות ממוקדת במספר מישורים:

- עיצוב תרבות ארגונית שירותית/ מכירתית והטמעתה בקרב עובדי החברה.
- שיפור השירות ושביעות רצון הלקוחות.

הפתרון היצירתי

ישראל נקטה במגוון פעילויות שיווקיות לאורך השנים כדי לעמוד באתגר השיווקי:

השקעה בתרבות - בשנים הראשונות עם התגברות התחרות, בחר המותג באסטרטגיה השמה דגש על חיזוק נכסי המותג: וותק, יציבות, מוניטין וחיזוק הקשר המיוחד עם הלקוחות, באמצעות מיקוד ולקיחת בעלות על עולמות התרבות.

ההתמקדות בעולמות התרבות, נעשתה מתוך תובנה, שעולם התרבות הינו המבוקש ביותר על ידי הלקוחות. במסגרת המחויבות שנטלה על עצמה, קבוצת ישראל מסבסדת פעילויות תרבות, מהלך המאפשר לה להציע הטבות ללקוחותיה בכל תחומי התרבות ובמוסדות התרבות באזור מגוריהם.

בחינת תוצאות "המהלך התרבותי" מגלות כי הוא תרם רבות לכידול מול המתחרים, לגידול בשביעות הרצון של הלקוחות והוא היה בעל השפעה מכרעת בחיזוק תדמיתה של קבוצת ישראל בקרב לקוחותיה הפרטיים ושותפיה העסקיים.

אתר ההטבות של ישראל - על מנת להעמיק את הפעילות השיווקית ולחזק את נאמנות הלקוחות הוקם בשנת 2010 אתר ההטבות של ישראל, באמצעות הפיכת אתר האינטרנט הקיים לאתר הטבות אינטראקטיבי. מהלך זה תרם למיצוב המותג כחדשני ולכידול מול המתחרים בתחום ההטבות, ומהווה חלק משיפור

'ישראל' הושק בישראל לפני 36 שנים על ידי בנק הפועלים. בתחילת דרכה פיתחה ישראל את כרטיסי האשראי האמיתי הראשון, שעל שמו נקראת החברה. החל משנת 1997, פעלה קבוצת ישראל בשני מישורים מקבילים:

- חיזוק המותג הפרטי 'ישראל' כמותג מקומי בעל מוניטין בישראל.
 - השקה של משפחת כרטיסי MasterCard, תוך שהיא ממצבת אותה כערכית, יוקרתית ובינלאומיות, ומותאמת לשוק העסקי.
- במהלך השנים הקבוצה גדלה והתפתחה וכיום היא עובדת עם מגוון בנקים ומשווקת ללקוחותיה הפרטיים והעסקיים כרטיסי ישראל, MasterCard, VISA ואמריקן אקספרס. בשנים האחרונות הפכה ישראל לקבוצה המציעה לצד שירותי ההנפקה והסליקה גם פתרונות מימון לעסקים וללקוחות פרטיים - הלוואות ללא כרטיס ולכל מטרה. בנוסף, פיתחה ישראל מנוע צמיחה חדש ועיקרי: כרטיסי אשראי חוץ בנקאיים.

האתגר השיווקי

המותג ישראל היה צריך לשמר את תפיסת המובילות בקרב מחזיקי הכרטיס ובתי העסק. מדובר באתגר שיווקי לא פשוט בשל העובדה, שהמותג פועל בסביבה תחרותית המושפעת מרגולציה ומכניסה של מותגים בינלאומיים, המשווקים על ידי חברות אשראי מתחרות.





www.isracard.co.il

דברים שלא ידעת על קבוצת ישראל

- מקור השם - השם ישראל הוא שילוב של המילים 'ישראלי' ו'קרטיס'.
- היכן הייתה ההתחלה - בתחילת דרכה פעלה החברה בסניף קטן ברחוב בן יהודה בתל אביב, ועבדו בה כ-20 איש. כיום מועסקים בחברה כ-1,600 עובדים.
- תשלומים ייחודיים - ישראל היא היחידה שמאפשרת תשלום שכר דירה בכרטיסה.
- תרומה לקהילה - במסגרת תרומה לקהילה, מפעילה החברה, כ-12 השנים האחרונות, את מיזם 'כריך לכל תלמיד', במסגרתו מכינים מדי בוקר מאות כריכים המועברים לבתי ספר בסביבה.

ובעתיד...

העתיד טומן בחובו הזדמנויות רבות וקבוצת ישראל מועלת כבר היום על מנת להיות מוכנה למחר באמצעות התמקדות במנועי הצמיחה של החברה וכיניהם:

מועדוני לקוחות - קבוצת ישראל מחזקת את פעילותה בתחום האשראי החוץ בנקאי באמצעות מועדוני הלקוחות שלה. קבוצת ישראל הייתה הראשונה לזהות את הפוטנציאל לצמיחה עסקית הטמון בפעילות באמצעות מועדוני לקוחות, וכבר לפני

- מיצוב תשתיות השירות והתפעול לתמיכה.
- קביעת יעדי צמיחה והתייעלות לקבוצת ישראל. תהליך זה, שמנוהל ומבוצע בשיתוף העובדים וההנהלה, זיכה את הקבוצה במקום הראשון והשני בשתי קטגוריות בתחרות המצוינות בשירות של המייל לשנת 2010.



20 שנה הקימה את המועדון הראשון שלה. בשנים האחרונות, תופסים מועדוני הלקוחות מקום מרכזי בפעילות השיווקית של קבוצת ישראל, משום שהם מהווים אמצעי מצוין לגיוס ולשימור לקוחות. הניסיון מוכיח כי לקוחות המשתייכים למועדון המעניק להם תועלות אמיתיות ותחושת שייכות, הם לקוחות מרוצים ונאמנים יותר.

הלוואות - ישראל מציעה הלוואות חוץ בנקאיות ללקוחות כל הבנקים ולכל מטרה. בנוסף, מוצעות הלוואות ייעודיות לבתי עסק, ללא צורך בכרטיס הקבוצה. ישראל מועלת על מנת להוביל את החדשנות בעולם כרטיסי האשראי ולפתח כלים לשיפור תרבות הצריכה, ולשיפור שביעות הרצון של לקוחותיה הפרטיים ושותפיה העסקיים.

2011
מושקת פעילות 'הדיל היומי' באתר ההטבות של הקבוצה.

2010
ישראל משיקה זירת הטבות אינטראקטיבית באינטרנט.

2009
ישראל מציעה לראשונה ובאופן בלעדי הלוואות ללא צורך בכרטיס אשראי של ישראל

2001
קבוצת ישראל מנפיקה גם כרטיס 'יזיה'.

1975
בנק הפועלים מקים את ישראל.