

ט' בשבט, תשס"ח
16 בינואר, 2008

מזרחי-טפחות מציג: "המילה האחרונה" בתחום דפי החשבון במערכת הבנקאית

דף החשבון החדש שהבנק משיק בימים אלה ברור יותר, ידידותי יותר ופונקציונאלי הרבה יותר מנקודת מבטו של הלקוח * המנכ"ל אלי יונס: מדובר בבשורה של ממש לציבור הלקוחות; המוצר מתאפיין בשקיפות מכסימלית ובמתן מענה אופטימאלי, עם ערך מוסף רב, לצרכי הלקוח

כשנה לאחר שנגיד בנק ישראל, הפרופ' סטנלי פישר, הודה בפומבי כי איננו מצליח להבין את דף החשבון שלו, הרים מזרחי-טפחות את הכפפה ובימים אלה משיק הבנק את "המילה האחרונה" בתחום דפי החשבון, הנהוגים כיום במערכת הבנקאית בארץ.

ההחלטה להיכנס לפרויקט המורכב והממושך נשענה לא רק על דבריו של הנגיד, אלא בעיקר על שורה ארוכה של סקרים שמהם עלה, כי דף החשבון מהווה אחת מ"נקודות ההשקה" המרכזיות בין הבנק וציבור הלקוחות, ועבור רבים מהם הוא משמש הכלי העיקרי באמצעותו הם עוקבים אחר פעילותם הפיננסית ומנתחים אותה. עוד מתברר, כי בשונה מההודעות השוטפות שהבנק שולח מעת לעת, מרבית הלקוחות לא רק מעיינים בדף החשבון אלא אף מקפידים לתייק אותו לצורך תיעוד.

דף החשבון החדש של מזרחי טפחות יוצר שילוב מיטבי בין צבע, צורה ותוכן ומציג בפני הלקוחות תמונה ברורה של מצבם הפיננסי ונתוני השוואה בין תחומי פעילות שונים ותקופות שונות, והכול בשפה פשוטה וידידותית ובדרך הצגה נוחה מאוד לקריאה.

הדף המעוצב והצבעוני כולל שורה של שיפורים וחידושים, לא רק ביחס לדף הישן של מזרחי-טפחות אלא גם בהשוואה לדפי חשבון של בנקים אחרים, בארץ ובעולם.

חידוש לדוגמה הוא הכללתם בקביעות של שני גרפים צבעוניים לנוחות הלקוחות: גרף השוואת הוצאות והכנסות של שלושת החודשים האחרונים, והשוואת החודש האחרון לחודש המקביל אשתקד, וגרף עוגה (פאי) של פירוט ההוצאות החודשי.

כמו כן, נעשה שימוש מיטבי בדף החשבון כמדיה שיווקית – לכל לקוח מופיעים מסרים שיווקיים, מבצעים אטרקטיביים, הודעות מיוחדות מהסניף והבנקאי האישי ומידע פיננסי רלבנטי, שהותאמו באופן ספציפי ומפולח עבור כל אחד מהלקוחות.

לדברי מנכ"ל הבנק אלי יונס, דף החשבון החדש עוצב ונערך באוריינטציה שירותית, המעמידה במרכז את הלקוח וצרכיו.

"דף החשבון של מזרחי-טפחות מהווה בשורה של ממש עבור ציבור הלקוחות, הן במידע המגוון והמועיל שהוא מספק להם, והן בנראות הבהירה והצבעונית של הדף, העולה בקנה אחד עם הערכים עליהם מושתת מותג הבנק", אומר יונס.

לדבריו, בבחינת התוצר הסופי ניתן לומר, כי התוצאה בהחלט משקפת את כוונת הבנק לנהל מערכת יחסים ארוכת טווח, דינאמית ומתפתחת, עם לקוחותיו, שנועדה להעמיד לרשותם את הכלים האיכותיים והמתקדמים ביותר בכל תחום פעילות. "דף החשבון הוא אחד מערוצי התקשורת העיקריים עם הלקוח ולכן היה חשוב לנו להפיק מוצר המתאפיין בשקיפות מכסימלית ובמתן מענה אופטימאלי לצרכי הלקוח, ובה-בעת גם מביא עימו ערך מוסף רב שיסייע לכל אחד מלקוחותינו בקבלת ההחלטות הנכונות", מציין מנכ"ל מזרחי-טפחות.