

כרבע מיליון משתמשים בארנק הדיגיטלי של לאומי קארד בתוך כשנה

"קיימת פעילות מרשימה בתחום הצרכנות הדיגיטלית; השוק הישראלי מכוון לעולם המובייל ומוכן לאמץ פתרונות ושירותים מתקדמים", אומרת לילך בר-דוד, סמנכ"ל אגף פיתוח עסקי ואסטרטגיה בלאומי קארד, בעקבות mPAY 2013, הוועידה השנתית למקצוענים בתחום תשלומים אלקטרוניים מבוססי מובייל, שנערכה בחודש שעבר בדיוויד אינטרקונטיננטל, תל אביב

לילך בר-דוד, סמנכ"ל אגף פיתוח עסקי ואסטרטגיה בלאומי קארד

שימוש לא מורשה. הפלסטיק, דהיינו כרטיס האשראי המסורתי, ככל שהוא נוח, מוכר ויעיל, אינו מתאים עוד לספק את כל הצרכים והדרישות הללו."

אילו טכנולוגיות קיימות נלקחות בחשבון?

"פתרון טכנולוגי נכון בתחום זה נדרש לכלול שלושה עקרונות ברורים: פשטות, רלוונטיות ואבטחת מידע. ישנם כיום פתרונות מבוססי סריקת QR, ברקוד, בלוטות', ופתרונות אפליקטיביים אחרים. אולם, נכון לעכשיו, קיימת טכנולוגיה אחת שמאפשרת מימוש עקרונות אלו עבור מגוון רחב של ענפים, ולה עדיפות מובהקת על פני חוויית הקנייה באמצעות הפלסטיק; מדובר בטכנולוגיית ה-NFC (Near Field Communication) שמאפשרת חוויית קנייה נוחה באמצעות Tap and Go."

מה הם היתרונות הטמונים בכניסה לתחום התשלומים הסלולריים עבור חברות האשראי?

"חברות האשראי מספקות פתרונות שהם חוצי ענף ותחומיים; דהיינו, לא רק תשלום נקודתי, לשירות כזה או אחר. בה בעת, הן מציעות מענה לנושאים מכריעים כמו אבטחת מידע, תוך עמידה בסטנדרטים המחמירים ביותר. מעבר לכך, חוויית "הארנק הדיגיטלי" כוללת אפשרות להשיג במקום אחד מענה לשלל צרכים פיננסיים: קבלת אשראי, ניהול הוצאות ועוד. היתרון המובהק של חברות כרטיסי האשראי, נעוץ בנוכחות ובהבנה של שני הערוצים; זה של הלקוחות הפרטיים וזה של הלקוחות העסקיים. אנחנו עומדים בתורן ויכולים לאפשר קיום של דו שיח; אנו מנגישים עבור הלקוחות הפרטיים את ההצעות של העסקים, ולהיפך. מעבר לכך, הניסיון לימד את הצרכנים שחברות כרטיסי האשראי מהוות מסגרת בטוחה שניתן לסמוך עליה. בנוסף, האפשרות לתשלום סלולרי מסייעת להחדיר את נוחות השימוש בתשלום באשראי למקומות חדשים, כמו: חניה, מוניות ותחבורה ציבורית. כיוון שכך, יש לנו אינטרס ברור לקדם תשלום סלולרי בכל מקום ושירות אפשרי."

אם העניין טומן בחובו ערך עבור כולם, מדוע זה לוקח כל כך הרבה זמן?

"בתי העסק מחפשים עדיין הצדקה להשקעה שנדרשת מהם. הם יושבים על הגדר וממתנים לראות מה מתן מכלול הפתרונות שיש היום יוביל את השוק, מה מועדף על הלקוחות, ובאיזה שיעור יגדלו המכירות. גם כאן יש לנו, חברות כרטיסי האשראי, תפקיד מכריע, בסיוע לעסקים קטנים ובינוניים בבניית התשתית ובלמידת הערוץ החדש לאינטראקציה עם לקוחותיהם."



לילך בר דוד (צילום רפי דלויה)

הנתונים המספריים מגלים ששוק התשלומים בעולם באמצעות טלפונים חכמים גדל בקצב מהיר. השוק צפוי לעבור את רף מיליארד המשתמשים עד 2015 והיקף התשלומים האלקטרוניים עד לתקופה זו מוערך בטריליון דולר לשנה. במהלך 2012, בוצעו בישראל לבדה למעלה מ-890 מיליון טרנזקציות אלקטרוניות באמצעות טלפונים חכמים וכרטיסי אשראי, וב-2013, עם הגידול במספר המכשירים החכמים, צפוי גידול חד. היקף המכירות של טלפונים חכמים בישראל גדל בחציון הראשון של השנה ב-40 אחוז ביחס לחציון הראשון של 2012 והיקף מכירות הטאבלטים גדל ב-85 אחוז. לפי נתוני מכון היצוא, למשתמש הסמארטפון הישראלי מותקנות בממוצע 32 אפליקציות - מקום שני בעולם - והוא עושה בהן שימוש ממוצע של כ-80 דקות ביום - מקום ראשון בעולם. סקר של מאסטרקארד, שנערך באפריל השנה, מצא כי בתקופה של שישה חודשים לפני מועד הסקר, ביצעו 63 אחוז מבעלי הטלפונים החכמים בישראל רכישה באמצעות המכשיר שברשותם; החל מקופונים, עבור בכרטיסי קולנוע ובתשלום לחניה, וכלה במוצרי תוכן שונים.

לילך בר-דוד, סמנכ"ל אגף פיתוח עסקי ואסטרטגיה בלאומי קארד, מספרת על מודעות ומוכנות רבה בשוק הישראלי לביצוע רכישות בסלולר. לדבריה, לעומת שלל פתרונות צרים בתחום, הארנק של לאומי קארד מציע במסגרת אחת יישומים רבים: הזמנת פינוקים, מוניות, העברת כספים וניהול החשבון. "במהלך שנה אחת בלבד מאז עלה הארנק לאוויר, כרבע מיליון מלקוחותינו התקינו את היישום ומוזוהים כמשתמשים פעילים. במהלך השנה הקרובה, אנו מצפים להכפלה של כמות המשתמשים בארנק, תוך מימוש המחויבות שלנו לייצר עוד ועוד פעילויות, שירותים וערך מוסף."

בר-דוד בעלת ראייה ארגונית רחבה. במהלך 12 שנותיה בלאומי קארד היא שימשה בתפקידים בתחומים שונים, החל מכספים, עבור במערכות מידע ועד לתפקיד הנוכחי. במסגרת זו, היא מובילה עתה צוות שעיקר מטרתו היא לייצר הדמנויות חדשות עבור החברה, ולמנף הדמנויות אלו על ידי עשייה משמעותית מבחינת החשיפה ללקוחות ומחזורי הפעילות.

מהן הדרישות של הצרכן החדש?

"הצרכן החדש אינו מסתפק עוד בתשלום בלבד; הוא מצפה שיועמדו לרשותו מגוון טכנולוגיות, יישומים וכלים. הוא מצפה לחווייה עשירה שמתחילה בנוחות ויכולות חיפוש מתקדמות, עוברת בשלל הצעות ערך והטבות, יכולות ניהול והתאמה אישית של ההצעות לצרכיו, ומסתיימת ביכולת תשלום, מעקב אחר הרכישות וכלים לניהול התקציב חודשי. הוא גם מצפה לקבל טיפול אמין ומהימן בעסקאות שלו, ופיצוי במקרה של

