

לאומי קאנד

פרויקט אסטרטגיה

תוכן עניינים

⦿ רקע

⦿ הצורך באסטרטגיה

⦿ פרויקט האסטרטגיה

⦿ הטמעת תוצרי התכנית האסטרטגית

⦿ חשיבות האסטרטגיה למנכ"ל

מהלכים מרכזיים בשוק האשראי



צמתים מרכזיים

2001-2002 חדירה, הסבת לקוחות לאומי

2002 – סיום התבססות באמצעות לקוחות לאומי

2003 – 2004 חדשנות ומובילות בשוק + הכנת תשתיות

2005 – ומה הלאה?

הצורך באסטרטגיה

החזון:

חברת אמצעי תשלום ואשראי מובילה בשוק הישראלי, מזוהה
כמובילה בשירות, איכות ובחדשנות

יעדים תלת שנתיים:

הכפלת הרווח הנקי פי 2.5 תוך 3 שנים

הצורך באסטרטגיה

- ◎ לאומי קארד הגדירה את חזונה ויעדים תלת שנתיים
- ◎ היעדים שאפתניים ביחס לשוק וביחס לתחרות הגוברת
- ◎ השוק מתקרב לבגרות
- ◎ איך מגיעים ליעדים ומגשימים את החזון?
- ◎ עולם כרטיסי האשראי מאופיין בריבוי מוצרים וכיווני התפתחות שונים (revolving, debit, prepaid וכד')



בניית תכנית אסטרטגית

פרויקט האסטרטגיה

◎ בחירת הספק

◎ ספק ישראלי מקומי קטן אשר ישקיע את כולו

בפרויקט, או

◎ ספק בינלאומי גדול, או

◎ ספק ישראלי בינוני עם קשרים בינלאומיים

◎ הגדרת ה- scope של הפרויקט –

◎ האם הפרויקט יבחן פעילות בחול או רק בארץ?

◎ האם לתחום את הפרויקט בסוגי קווי עסקים

חדשים או לקוחות חדשים מסוימים?

פרויקט האסטרטגיה

- ◎ בחירת צוות מוביל בחברה
- ◎ אין גוף ממונה בחברה על אסטרטגיה - מי מתאים מבחינת מבנה ארגונית?
- ◎ מי חשוב מבחינת פוליטיקה ארגונית
- ◎ רתימת ההנהלה הבכירה וההנהלה המורחבת
- ◎ הגדלת כמות המשתתפים תפגע ביעילות חלק משלבי הפרויקט לעומת הרצון לרתום הנהלה מורחבת
- ◎ החלטה לגבי הגוף אשר יהיה אחראי על בקרה והטמעה

הטמעת תוצרי התכנית האסטרטגית

◎ שילוב ה – road map של התכנית האסטרטגית
בתכניות העבודה של לאומי קארד בשנים הבאות

◎ בחינה מתמדת האם לאומי קארד פועלת בהתאם
לתכנית

◎ מיני פרויקט נוסף לאחר שנה וחצי לתיקוף התכנית
האסטרטגית, לאור השינויים בשוק וקצב ההטמעה
בלאומי קארד

חשיבות אסטרטגיה למנכ"ל

- ◎ נושאים עקרוניים להחלטה –
- ◎ האם לאומי קארד הינה חברה מוטת אסטרטגיה בפעילותה השוטפת?
- ◎ האם יש מקום ליישם מודל **business score card** לבחינת עמידת החברה ביעדיה האסטרטגיים
- ◎ התכנית והפרויקט כמציבי תמרורי דרך להכוונת המנכ"ל בניווט החברה



יותר חכם.