

رندة بدير (مديرة دائرة البطاقات ووسائل الدفع الإلكتروني لمجموعة عوده - سرادار):

حصّة بنك عوده أكثر من 50% من بطاقات الاعتماد المتداولة وحجم الانفاق بواسطتها وعدد نقاط البيع POS

كيف دخلت عالم الأعمال؟ ومن لقيت التشجيع؟ بدأت مسيرتي المهنية منذ أيام الجامعة عندما قمت بمناقشة موضوع الماجستير في اختصاص إدارة المصارف وكان عنوانها في ذلك الوقت «دين الدولة العام». وقد جذب هذا العنوان عدداً من رجال المصارف والاقتصاد، شاءت الصدفة أن أحدهم كان ينوي إجراء بحث ودراسة حول قانون بطاقة الائتمان التي لم يكن لها وجود في لبنان، فطلب مني التعاون معه والتنسيق في هذا المشروع. بدأت مراجعة الأبحاث المختصة بهذا الموضوع والدراسات المختلفة ورحت أبحر في هذا العالم الواسع وكنت أتعلم أكثر فأكثر كلما اكتشفت نقطة مهمة.

تسلّمت أحد المراكز الإدارية في مصرف «فرنسبنك» بعدما أنهيت أبحاثي حول بطاقة الائتمان وكنت قد اطلعت على جميع القوانين والأنظمة المتعلقة بها. وهنا بدأت رحلتي الطويلة والتمتعة مع بطاقة الائتمان التي أصبحت أعتبرها انطلاقة لي في عالم المصارف، وفي الوقت نفسه أمناً لي مع مرور الزمن والأيام. ولكن المصاعب كانت كثيرة وكبيرة، إنما الإصرار والتحمّدي كانا أكبر منها. وعندما بدأت بطرح بطاقات الائتمان في السوق، كنت أتلقى ردود الأفعال بنفسني لأنني كنت أقصد الأسواق والمحلات التجارية، وللأسف كانت معظم هذه الردود غير مشجعة. ولكنني لم أصب باليأس لأنني كنت مصممة على تحقيق الهدف الذي وضعته أمام عيني، وبدأت أبحث عن أفكار جديدة، وقمنا في القسم المختص ببطاقات الائتمان الذي توليت رئاسته في المصرف، بتوزيع الماكينات الآلية على التجار والأفراد والفنادق والمطاعم، كما بتأسيس شركة تختص فقط بتوزيع هذه الماكينات والصرف الآلية في مختلف الأراضي اللبنانية، وذلك بعد الحصول على ترخيص من شركتي MasterCard

و Visa International و Worldwide.

ومن ثم، انتقلت إلى التفكير بإصدار أنواع جديدة من بطاقات الائتمان تتوجه لكافة فئات المجتمع من مختلف الأعمار ومن الجنسين، وركزت على تقديم خدمات جديدة ومنوعة تتلاءم مع تطورات وطموحات كل فرد من أفراد المجتمع، بالإضافة إلى إصدار بطاقة ائتمان خاصة بالإنترنت وكانت الأولى في العالم وقد حصلت وقتها على تكريم وجائزة من قبل شركة ماستركارد العالمية.

وهكذا تحوّلت هذه البطاقة التي كان يعتبرها الناس في البداية مجرد قطعة من البلاستيك لا قيمة لها ولا منافع إلى عامل مهم وضروري. فأصبحت البطاقة تلازم كل الأفراد أينما كانوا، في داخل البلاد أو خارجها لأنها تشكّل لهم ضماناً مادياً، سواء في مجال السفر أو التعليم أو التسوق أو العمل.

ومع نجاح بطاقة الائتمان وانتشارها بين الناس، أصبحت معروفة بخبرتي في هذا المجال. فكنت كلما أقوم بإطلاق بطاقة ائتمان جديدة، يدفعني الحماس والطموح إلى إصدار أخرى جديدة وبمواصفات مختلفة.

كنت أتلقى طوال الوقت عروض عمل كثيرة من عدة جهات مصرفية واقتصادية، ومن ضمنها بنك عوده الذي كان يرسم خطة توسعية تشمل الأردن، سورية، مصر، السودان، العراق وقطر.

من بعدها إنتقلت إلى العمل في بنك عوده الذي كان لديه خطة تتوافق مع طموحاتي المستقبلية لأنني لم أكن مكتفية بإصدار بطاقات الائتمان في لبنان فقط، بل كنت أنوي تحقيق وتنفيذ خطوات عملية متعدّدة.

لم يقتصر عملي على المجال المصرفي فحسب، بل شغلت أيضاً مركزاً استشارياً ضمن لجنة الاستشاريين لشركة Visa International في آسيا وأفريقيا والشرق الأوسط. وفي عام 2000، انتخبت عضواً في مجلس إدارة شركة ماستر كارد ولا تزال

حتى الآن.

وطوال هذه الرحلة «ا»، كان زوجي وأهلي يشجعوني على متابعة عملي والمثابرة بعلمي، وكانوا مسرورين جداً بنجاحي وإصراري على تحقيق مركز مهني واجتماعي وبتفاؤلي ومثابرتي الدائمة.

ما هي القاعدة الثقافية ولانطلاقة؟

عندما بدأت مسيرتي العلمية، كانت المحطة الأولى الجامعة الأميركية حيث أنهيت دراسة إدارة الأعمال بامتياز. وبعد تخرّجي، عزّزت هذه الشهادة بماجستير في العلوم الاجتماعية وماجستير في إدارة المصارف، وكانت أطروحتي كما ذكرت حول «دين الدولة العام». ومنذ ذلك الحين، انفتحت على عالم البطاقات وحلول الدفع الإلكتروني، وعندما بدأت مسيرتي المهنية.

ما أبرز النجاحات التي حققتها في مجال عملك؟

تمكنت خلال مسيرتي في بنك عوده من إدخال مفهوم بطاقات الائتمان في لبنان وتعزيز انتشارها. بالإضافة إلى ذلك، بادرننا إلى إدخال طرق تسويقية جديدة مرتكزة على تجزئة السوق (Market Segmentation) حيث نقوم بتطوير منتجات تلبي حاجات ورغبات الزبائن. نلاحظ أن رغبات الأفراد لا تكون أحياناً متناسبة مع دخلهم الشهري، فنقوم بإطلاق بطاقات مميزة تتوجه إلى عدة فئات من المجتمع من رجال أعمال، و سيدات وغيرهما...

أما الاستراتيجية التي انتهجتها في عملي من أجل تمهيد الطريق لتحقيق النجاح في صناعة البطاقات، فقد ارتكزت على ثلاثة مبادئ:

إدخال مفهوم تجزئة (تصنيف) المنتج بهدف تلبية كافة متطلبات الزبائن وأسلوب حياتهم. لذلك، أطلقنا مئات المنتجات في السوق اللبنانية بعد أن جربناها (أو صنفناها) لتلائم كافة الفئات

المجتمع نجاحاً والإقليم إدخال للشهر المفه الاثتمان «لبناني» واسعة تحكي المفه المفه تحقق من إد التجد المعث الهاتف الاتصال

ما أبرز عليها لقد ح مسيرتي ماست الاستث بين ما جاؤه المهة أفضل أول بطاقات جنوب جائز استخدم 1996 المنط

كيف من دون في لبن وسيد إقتص في ال دون ش تمكيه خاص حيث الخاص الفاع إقتص والاس

