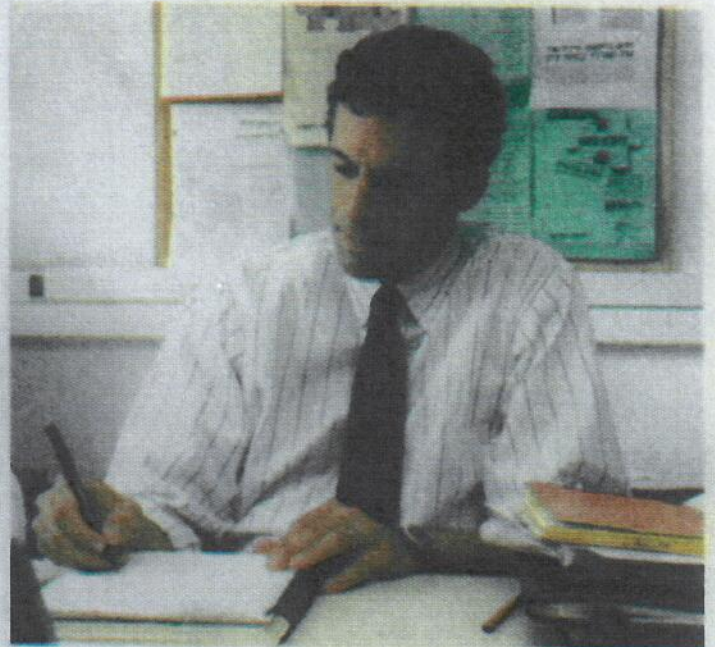


# חוזים עתידיים לחדשנות

איתן עציוני הגיע ביבוא אישי לאגף החשבות הישר מ-WALL STREET ■ חוזים עתידיים, נגזרות ומוצרים חדשים ממלאים את שיגרת יומו ■

אם אפשר היה לסכם את האני מאמין של איתן עציוני במשפט אחד, הוא היה: "התחרות שלנו עם הבנקים האחרים לא יכולה להיות מבוססת רק על מחיר אלא חייבת להתבסס גם על דיפרנציאציה של מוצרים". או במילים אחרות, הצעת מוצר יחודי, שיאפשר ללקוח להרוויח יותר בתנאים מסויימים. את שלוש עשרה השנים האחרונות בילה באחד השווקים המתוחכמים בעולם, WALL STREET, בחברות אופנהיימר וליהמן ברדרס, שם הגיע לדרגה של SENIOR VICE PRESIDENT לנושא פיתוח כלים פיננסיים.



איתן עציוני, לפני פחות משנה נחת בצד הנכון של רח' יהודה הלוי בתל-אביב.

לפני קצת פחות משנה הוא "נחת" בצד הנכון של רחוב יהודה הלוי בתל-אביב והתמקם ביחידה לניהול הנוסטרו ועסקאות פיננסיות שבאגף החשבות. "מיציתי את עצמי ב-WALL STREET, קצב העבודה שם מטורף, ולמרות שניהלתי שם המשך כעמ' 8

לדוגמה: החוזה להבטחת הפרשי תשואות. מספר עציוני: "כשתשואות האג"ח הגיעו לרמות של 5.5%, היה ברור, לי ולעמיתי, כי רוב המשקיעים חושבים כי זהו משבר רגעי שיתוקן בעתיד. חשבתי על רעיון ליצירת כלי, שיאפשר ללקוחות להרוויח במידה וציפייה זו תתממש. תהליך בניית הכלי הפיננסי כלל ניסיון ליישם כלים דומים, שקיימים בעולם, והתאמתם לאופיו המיוחד של השוק בישראל. כשהגיע שלב היישום נעזרתי בגורמים שונים בבנק. ראובן רשתי ממדור מעו"ף של אגף ניירות ערך עודד אותי לגבי המשך פיתוח המוצר והיה משוכנע כי יהיה לו ביקוש רב. הוא הציע לבנות את החוזה בתוך תוכנית היסכון. שוחחתי גם עם משה וייסמן ממחלקת תוכניות היסכון והוא העלה רעיון מבריק - בניית החוזה כתוכנית היסכון עם תחנות שיאפשרו ללקוח להרוויח מהפרשי התשואות בתחנות, אך להימנע מהפסד ע"י המתנה לתום התקופה. גלעד גרוס, מנהל היחידה לניהול הנוסטרו ועסקאות פיננסיות, דאג שהחוזה יהיה מבוסס על סדרות אג"ח עם סחירות מספקת, ודאג לצבור מלאי

המשך מעמ' 1

תיקים וכיצעתי עסקאות בהקפים גדולים, התרומה שלי התמקדה בחלק קטן של הארגון. כדיסקונט, לעומת זאת, יש לי הרבה יותר אפשרות לתרום

לרוחב הבנק בכל מה שקשור לפיתוח כלים פיננסיים חדשים". אכן, התחום בו עוסק עציוני הוא קרקע בתולה בישראל. השימוש בכלים פיננסיים הבאים להגן על משקיעים מפני שינויים במדדים וריביות נחשב, עד לא מזמן, לנחלתם של שווקים מתוחכמים בלבד.



מראש, לצורך הכיסוי. כך נוצרה תוכנית החיסכון  
"מענק תשואה".

עציוני מנסה לחדש לא רק במוצר, אלא גם באופן  
השיווק ללקוחות. לצורך כך פולחו הלקוחות,  
בעזרתו של אריה כהן מאגף מערכות מידע,  
שהוציא דו"ח של לקוחות פוטנציאליים לתוכנית.  
לקוחות בעלי פעילות מוגברת בתחום המעו"ף,  
מכשירים פיננסיים וניירות ערך. הדו"ח נשלח  
לסניפים שם בוצעה עבודת שיווק אקטיבית מולם,  
שכללה מכתב מיוחד ללקוחות, המסביר את הכלי  
החדש. "במיוחד עודדו אותי הטלפונים של עובדי  
הבנק, שהתעניינו ברכישת חוזי הפרשי התשואות  
עבור עצמם. גם אם הם התאכזבו לשמוע כי אין  
באפשרותם לעשות זאת, הם נתנו לי אינדיקציה  
טובה למדי לגבי הבנת המוצר וקליטתו בבנק".  
המטרה בפיתוח מוצרים חדשים על פי עציוני היא  
מענה לצרכים יחודיים של לקוחות.