

איור 1

סיכום דרישות הפיקוח: "עשה" ו"אל תעשה" בשיווק יזום של אשראי צרכני



<p>התאמת פתרון האשראי לצרכי הלקוח</p>	<p>תיעוד הפנייה היזומה ללקוח בהצעת אשראי</p>	<p>הפניית תשומת ליבו של הלקוח להטבות שהוא זכאי להן</p>	<p>פנייה תכופה וחוזרת ללקוח שהביע חוסר עניין</p>	<p>שיווק יזום ללקוחות שיתקשו להחזיר את ההלוואה במאמץ סביר</p>
<p>הפניית תשומת ליבו של הלקוח ליתרות זכות ופיקדונות, ולפערים בתשואה עליהם לעומת ריבית על אשראי</p>	<p>הצעה לפרוס את האשראי כדי להקטין את ההחזר החודשי, (גם אם הריבית יקרה יותר), כדי לסייע בפירעון החוב</p>	<p>מסירת מידע מלא על הנכסים וההתחייבויות של הלקוח בראשית השיחה</p>	<p>שיווק יזום ללקוחות צעירים מאוד או מבוגרים מאוד</p>	<p>פנייה בהצעות יזומות ללקוחות שהודיעו מראש שאינם מעוניינים בפניות יזומות מצד הבנק</p>
	<p>מסירת מידע מלא על תנאי ההלוואה (למשל, שיעור הריבית, תקופת ההלוואה) בשלב מוקדם של השיחה</p>		<p>הצעת הלוואה יקרה כדי למחזר הלוואות זולות יותר ללקוח שאינו דורש פריסת אשראי</p>	<p>שידול לקוח לנטילת אשראי לעניין זה "שידול" הוא ניסיון שכנוע והפעלת לחץ</p>

המקור: הודעה לעיתונות מיום 28 בדצמבר 2018: "שיווק יזום של אשראי צרכני: ממצאים מדוחות ביקורת ודרישות הפיקוח על הבנקים בנושא".