
信用卡和消费金融发展趋势及营销创新

【课程背景】

2015年，消费金融迅速崛起，开启井喷式发展元年，盈利能力、客户群体、投资规模呈几何增长之势。经济下行压力环境，伴随消费金融政策由点及面，全面铺开，使得消费拉动经济成为新常态。央行消费金融数据显示2015年，累计消费金融行业市场总额近千亿元，服务客户破千余万，消费贷款正以每年20%以上的速度递增，迎来全面发展时机。把握消费金融机会，转型银行现有服务文化和流程使银行回归服务实体经济本质，通过管理效率、经营水平和有效金融供给的提升，产生新生产力跃升，真正实现商业银行对金融新常态的引领。

【授课时长】

6小时

【课程收益】

1. 了解目前中国互联网消费金融市场现状和发展趋势
2. 结合案例、深入研讨、学习商业银行进一步扩大信用卡互联网消费金融业务营销的路径

【授课对象】

适合渴望学习和把握信用卡消费金融机会，推动商业银行转型，提升效益的所有相关金融人员

【课程特色】

以讲授为主，结合案例分析、互动体验等形式。

【课程大纲】

- 一、 互联网消费金融发展空间巨大
 1. 中国消费市场拥有巨大增长潜力
 2. 细分消费领域的产业政策将合力促进消费升级
 3. 消费模式升级及消费观念转变带动消费金融发展
 4. 消费金融公司试点全面放开
 5. 互联网技术手段扩大了消费金融服务覆盖的用户群体及消费场景
- 二、 互联网消费金融市场现状
 1. 2015年互联网消费金融图谱
 2. 中国互联网消费金融市场 AMC 模型
 3. 互联网消费金融市场交易规模将保持高速增长
 4. 互联网消费金融产业链
 5. 电商的互联网消费金融服务模式
- 三、 互联网消费金融典型厂商分析

-
1. 阿里在互联网金融领域全面布局
 2. 京东结合自身电商业务重点打造消费金融战略
 3. 旅游白条为旅游消费全领域提供消费金融服务
 4. 租房白条创新租房金融新模式
 5. 分期乐扩展在校园消费市场布局
 6. 招联消费金融为消费金融产品植入互联网基因

四、信用卡互联网消费金融服务模式

1. 工行逸贷业务的支持账户种类多样期限可选
2. 建行分期优选业务的办理手续更简便
3. 四种互联网消费金融产品差异化比较
4. 结合银行供给侧结构改革转型银行服务文化和模式

五、信用卡消费金融优势分析

1. 传统商业银行在多年经营中积累沉淀众多核心能力，成为发展消费金融的优势所在。
2. 网点优势，发挥线上线下服务综合平台优势
3. 风险控制能力，数以亿计借款数据，累积了宝贵的风控经验
4. 产品覆盖广度，从金融产品及功能丰富多样，担保方式等不断突破，满足各类客户的个性化需求

六、信用卡营销转型基础-大数据征信

1. 大数据征信创新趋势
2. 腾讯大数据征信发展分析
3. 芝麻征信分析
4. 互联网信用卡趋势和挑战

七、信用卡营销转型路径-大数据场景精准营销

1. 个体消费时代
2. 数据画像
3. 金融场景营销

八、问题与挑战

1. 产品和市场参与主体的单一制约了中国消费金融的发展
2. 互联网消费金融市场主要面临征信体系不健全风险
3. 剖析互联网消费金融政策监管风险