

# 聚合支付后续客户活跃度与贡献度双提升 项目辅导方案

## 第一部分 项目背景

截止 2016 年 12 月，我国网民规模达 7.31 亿，手机网上支付用户规模增长迅速，达到 4.69 亿，年增长率为 31.2%，网民手机网上支付使用比例达到 67.5%，移动支付行业发展迅猛。据艾瑞咨询的数据显示，2017 第一季度，支付宝的市场份额达到了 54.0%，财付通市场份额达到了 40.0%，双巨头合计占据了市场 94% 的份额，而二季度这一数据升至 94.3%。在这发展的关键时期，支付场景呈现出崩裂式的“碎片化”，第三方支付已难以招架，无法提供高效的精细化服务。为此，聚合支付应运而生，为消费者和商户提供灵活、便捷、全场景、全渠道的支付服务，解决商户的迫切需求，这也是技术创新驱动下时代发展的必然进程。

在此背景下，很多银行搭建了自己的聚合扫码平台，这些产品普遍具有一码多付，费率低廉，到账时间快，免提现手续费等优势。在经过 1-2 年的推广后，银行扫码客户数量大大提升，同时也存在一系列的后续问题。比如客户使用率低、后续维护缺失、客户贡献度低等问题。本项目就围绕这部分客户资源开展专项营销，以实现客户活跃度与贡献度的双提升。

## 第二部分 项目收益

- 1、促进银行扫码支付业务营销的全面性
- 2、提高已开通客户的使用率
- 3、对活跃客户进行分析并开展精准营销
- 4、商户联盟活动有效开展
- 5、带动存款和贷款业务的协同发展

## 第三部分 项目流程

阶段	日期	任务
----	----	----

第一阶段	第一天	市场调研和客户座谈 (咨询顾问走访市场、了解市场占有率和客户使用情况)
	第二天	现有问题汇总与解决方案制定 (确定具体后续活动方案)
	第三天	解决方案以及后续安排确定 (产品包和服务包、宣传品、资料设计)
间隔 1-2 周时间，用于项目准备		
第二阶段	第一天	银行内部员工培训 (课堂)
	第二天	聚合支付再营销和回访
	第三天	基于交易数据的客户精准营销与走访
	第四天	基于交易数据的客户精准营销与走访
	第五天	商户联盟活动开展与项目阶段总结
银行安排项目安排继续推进 3-6 周、项目组远程辅导		
第三阶段	第一天	实施督导和回头看
	第二天	确定下一步工作重点

项目核心提要：

序号	核心内容
1	市场占有率分析与潜力挖掘表 (侧重他行策反)
2	扫码客户分层策略：休眠、一般活跃、高度活跃
3	产品使用率提升策略：指导手册和视频短片
4	商户扫码优惠活动设计
5	商户微信群经营策略
6	商户线下活动开展设计与实施
7	基于交易量的精准理财和存款营销策略
8	基于交易量的精准贷款营销策略

## 第四部分 授课大纲

### 一、现代金融发展困境突围之道

- 1、中国移动支付市场整体介绍
- 2、扫码支付对银行发展的战略意义
- 3、业务推广面临的主要挑战
  - 1) 支付宝
  - 2) 微信支付
  - 3) 其他银行扫码支付业务
  - 4) 未来人工智能：刷脸、声波付等
- 4、扫码支付推广现状与机遇分析

## 二、扫码支付推广策略

### 1、扫码支付目标市场分析

- 1) 确定重点区域和重点商户
- 2) 摸清客户类型、资源状况；
- 3) 商户老板的沟通策略技巧
- 4) 如何向商户推荐我行优势产品：新开卡、手机银行、信用卡等业务。

## 三、扫码付业务推广实施话术技巧

### 1、商户拜访销售技巧

- 1) 商区客户的一般需求分析：结算类，融资类，个人投资理财类
- 2) 商区客户的营销拜访流程六部曲  
客户有人持续跟进
- 4) 商家活动开展促进扫码支付使用率提升
- 5) 定期回访制度并挖掘客户需求

## 四、扫码营销后的客户管理策略

### 1、业务迅速办理并送码上门并辅导使用

- 2、客户网点开卡以及交叉营销
- 3、意向 3) 收集客户详细资料；
- 4) 了解片区内同业渗入的情况；
- 5) 确定重点对象，根据客户需求制定可行的营销计划；

### 2、推广设施步骤

- 1) 目标市场划分
  - 2) 关键人联络沟通
  - 3) 客户经理主动拜访
  - 4) 开展陌生客户营销
  - 5) 业务预约办理
  - 6) 后续服务管理和二次营销
- ### 3、扫码支付产品优势呈现
- 1) 扫码支付与微信支付对比优势
  - 2) 扫码支付与他行对比优势
  - 3) 扫码支付产品介绍话术：FAB
  - 4) 扫码支付呈现技巧：样板展示、体验实用
  - 5) 商户类和公司类以及个人类客户差异分析
  - 6) 扫码支付客户常见问题解答

## 五、扫码营销后续客户持续经营策略

- 1、客户分层的技巧
- 2、不同客户的差异化产品营销
- 3、营销活动的设计与推广策略
- 4、商户群体的存款营销策略
- 5、商户群体的贷款营销策略
- 6、商户群体的其他业务营销：商户员工、代发工资、ETC 等

- 7、较大规模商户的后续经营：动态码、扫码枪、智能 POS、消费分期等
- 8、商户联合优惠活动开展：女神节、暑期活动、建材家装节等