

信用卡特惠商圈建设项目

【项目背景】

银行建设信用卡特惠商圈，是消费支付环境建设的必要组成部分，商圈金融是银行服务网络的延伸，对银行整体业务带动以及与客户关系维护的作用是多方面的。具体表现为：

提升客户用卡体验，增进持卡客户黏性。特惠商户作为信用卡客户的消费场所，具有宣传辐射广的特点。特惠商户数量多，分布广，行业结构合理，消费者就容易接受，有利于真实流量消费客户的锁定及培养。

促进信用卡高质量获客。多样化的消费场景，适宜发展信用卡渠道获客；良好的用户体验口碑，有助于形成 MGM 转介，形成主动获客。

构建长期稳固的银商关系。特惠商户合作是银行与商户互相宣传、加深了解的过程，以资源置换、互惠互利为切入点，达成双赢合作。随着双方合作的深入，可以发展合作商户多样化金融服务，构建长期稳固的银商关系。

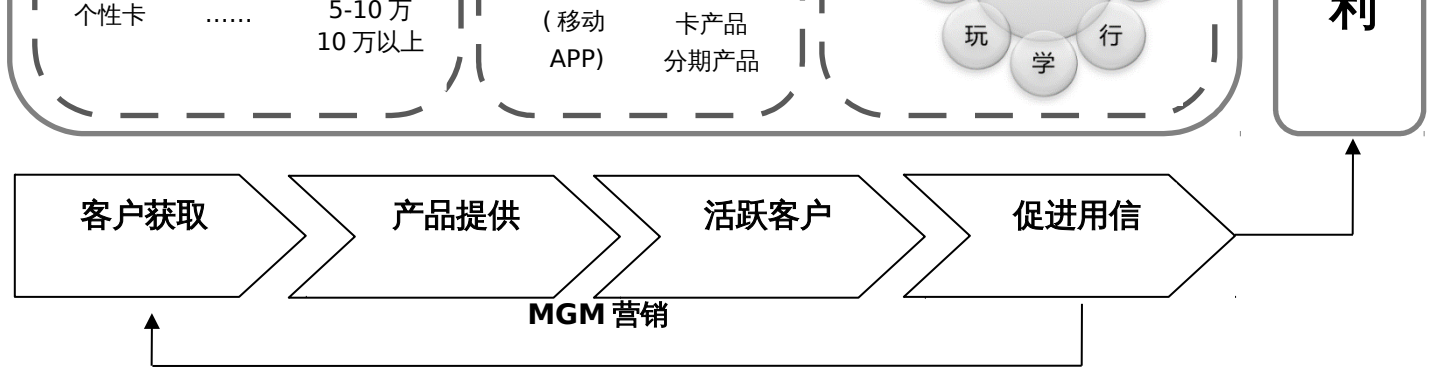
实现银行、商户与客户的多赢格局。银行提升服务水平，改善客户结构，促进业务发展；商户增加客户资源，提高销售量；客户享受更多优惠和便利，提升消费体验。

国内一些国有行、股份制行已经在信用卡商圈建设上进行了有效的尝试，而更多银行仍然处于摸索阶段。吴章文老师认为，伴随着国内信用卡市场存量的日益饱和，通过建设信用卡特惠商圈，鼓励客户用卡，帮助商家导游，实现银行获客与创利，会成为众多银行提升信用卡业务发展质量的必然选择。

【项目思路】

银行建设商圈金融的目的是，促进信用卡客户的用信，以及部分实现信用卡客户的新增，从而进一步实现银行创利。而商圈金融建设的基础是实现银行、商户以及客户的三方共赢。





商圈金融建设的逻辑，是打造整个信用卡生态的良性循环，为行内的信用卡持卡用户创建用卡环境，促进持卡客户刷卡消费，同时通过用卡环境以及 MGM 营销等手段，部分实现信用卡客户的增长，最终实现银行创利。吴章文老师把信用卡特惠商圈建设项目规划为 4 步走：

资源盘点

对行内资源及市场商圈资源进行盘点，充分了解建设环境及条件

商户拓展

进行全方位商户拓展，优选区域、行业内优质商户洽谈合作

商户经营

联合商圈商户开展营销活动，实现产能转化，维护合作关系



【项目周期】

出版：“1+1+1”模式

1周资源盘点：资源盘点，方案定制，商圈建设模式授课

3周商户拓展：组建队伍，分片实施，拓展行业优质商户，达成合作协议

1周活动打样：策划与执行商户门店活动与商圈品牌活动，创造阶段爆点

4周产能转化：一手抓特惠商户阵地活动与品牌活动策划，一手抓信用卡睡眠户激活、场景获客、分期业务策划与营销，借力商圈合作平台，实现发卡、中收、客户活跃度、商户综合开发全面开花。

➤ 驻场版：“1+3+4”模式

- 1周资源盘点：资源盘点，方案定制，商圈建设模式授课
- 3周体系搭建：组建队伍，深度拓展行业优质商户，达成合作协议，打通结算体系，完善宣传设计，洽谈资源置换，建立银商合作管理制度
- 4周产能转化：一手抓特惠商户阵地活动与品牌活动策划，一手抓信用卡睡眠户激活、场景获客、分期业务策划与营销，借力商圈合作平台，实现发卡、中收、客户活跃度、商户综合开发全面开花。

【培训对象】

个金部、信贷部、支行长、客户经理、直销团队等

【项目流程】（以“基础版”为例）

阶段	时间	模块	内容
第1周 资源盘点	D1-3	资源盘点	1、行内资源盘点（持卡客户存量、权益政策、人力资源、商户资源等） 2、同业竞争机构情况盘点 3、片区商圈资源摸排 4、终端客户消费偏好调研
	D4	方案研讨	制定实施方案： 1、与行方研讨项目实施方案、激励方案 2、制定执行方案
	D5	集中培训	《信用卡特惠商圈建设与经营》 1、信用卡特惠商圈建设的意义 2、优秀银行商圈建设模式案例解析 3、特惠商户开拓 4、特惠商户活动策划 5、特惠商户结算 6、特惠商户体系维护与运营
	D6	项目启动会	1、项目启动会 领导讲话 项目方案宣贯 2、项目小组会议 商户拓展小组、宣传策划小组、结算小组 分别召开会议，进行项目筹备

第2周 商户拓展	D1	集中培训	<p>《信用卡特惠商户拓展技巧》</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、商务沟通理念 2、商户拓展六步流程 3、商户谈判策略 4、情景演练
	D2-6	拓展实战	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 项目晨会 当日工作计划讲解与目标下达 安排当日外出商户拓展的路线 ➤ 商户筛选 利用《商户评分表》对开发商户进行打分和筛选 ➤ 商户分析 分析商户定位及分类、活动规则及客流数据，据以制定谈判策略 ➤ 预约拜访 通过电话等方式预约商户，准备上门拜访物料及相关事宜 ➤ 合作洽谈 合作意向洽谈、方向洽谈、细则洽谈 ➤ 拓展跟进 落实后期反馈及跟进签约，建立商户建档 ➤ 夕会复盘

			<p>当日工作复盘、总结，问题分析，经验分享</p> <p>➤ 阶段总结会</p> <p>阶段性总结本期商户拓展工作，对后期跟进事项进行安排，兑现优秀团队和个人奖励</p>
--	--	--	--

第3周 活动打样	D1	集中培训	<p>《特惠商户活动策划与客户引流》</p> <p>1、活动策划实施六步法</p> <p>2、商户维护与管理</p> <p>3、商圈维护与管理</p> <p>4、商圈、商户引流活动设计</p> <p>5、客户邀约技巧</p>
	D2-4	商户活动	<p>➤ 项目晨会</p> <p>当日工作计划讲解与目标下达，要点辅导</p> <p>➤ 门店活动</p> <p>门店活动策划、洽谈</p> <p>活动物料设计、制作、布放</p> <p>与特惠商户联合推广宣传</p> <p>营销活动实施</p> <p>➤ 机制建立</p> <p>商户员工培训机制</p>

			<p>商户合作流程机制</p> <p>商户检查考评机制</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 客户邀约 <p>商圈品牌活动客户电话邀约</p> <p>微信短信信息投放</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 夕会复盘 <p>当日工作复盘、总结，问题分析，经验分享</p>
	D5-6	品牌活动	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 活动实施 <p>商圈品牌活动物料准备与场地布置</p> <p>营销活动现场执行</p> <p>品牌活动复盘、总结</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 总结会 <p>信用卡特惠商圈建设项目总结</p> <p>固化方案宣导</p>