

双十一硝烟弥漫 银行系电商如何打出特色牌

“双十一”从一个人造购物节,逐渐演变成一个全民沸腾的购物狂欢节,一方面归功于阿里高超准确的市场洞察和高超的营销技巧,另一方面,与广大消费者的巨大消费需求密不可分。如今,电商红利已经覆盖到几乎全部消费领域,面对如此广大的市场和繁荣的商机,长期掌控大量社会资金的银行业,自然不愿甘当旁观者。

银行系电商齐步入场 多模式支撑

2012年6月,建行“善融商务”平台正式上线,这是首个银行系电商平台。紧随其后,交行“交博汇”、农行“e商管家”、中行“中银易商”、工行“融e购”陆续上线,一时间银行系电商跑马圈地。事实上,随着电商市场的火爆,除了工、农、中、建、交五大行电商平台已经全部上线之外,民生、华夏、兴业等股份制银行也相继推出电商战略平台,而中信银行则与第三方支付平台合作谋划跨境电商领域。甚至浙商银行、渤海银行、南京银行、宁波银行、大连银行、郑州银行、兰州银行等城商行,也都在电商领域布局。

纵观各大行电商平台,不难发现,银行系电商的业务模式,主要分为两种:B2C和B2B+B2C。

B2C模式的服务对象主要针对个人客户,这类网上商城与淘宝、京东本质上并无二致。作为银行系电商的雏形,最早各家银行的信用卡商城,几乎也都是以这种模式经营的。

另外就是B2C+B2B的模式。以工商银行“融e购”为代表,在C端面对用户端建立全品类大型综合电商平台,数码产品、食物礼品、金银首饰等消费品一应俱全,利用电商消费的便利性和多频次,拉升用户整体活跃。而在B端工行通过线下业务延展到线上,吸收商家在平台上进行商品发布、在线交易、供应链融资等,而B端客户也可以在平台上进行大宗批量采购。除此之外,“融e购”还具备第三种模式资源——B2G,即通过电商平台与政府之间的合作模式。

无论是哪种模式,最终银行做电商要带动的是其金融渗透效应。银行类电商的本质,在于一定程度上使用银行信用做背书,通过电商平台获取交易

数据,与金融数据整合,最终回归金融产品销售并且银行在支付环节能更为便捷地为商户和消费者提供附加的金融服务。

银行系电商如何 与传统电商抗衡

然而,从整体看,银行系电商平台不论在上线时间上还是整体发展规模上,与传统电商相比都属于“弱势”。就银行系电商内部来说,虽然平台势力众多,但各个平台的发展却有天壤之别。从2012年至今,这些电商中,有的已经销声匿迹,只有少数如工行“融e购”还在与传统电商一较高下,据工行资料显示,融e购平台2014年1月上线,仅用一年多的时间,平台交易额就达到1000亿元,位列全国十大电商前列。要知道,京东实现这一数字,用了整整7年时间。

那么,银行系电商们想要在双十一全民购物大狂欢中具备更大的竞争力,还需依靠银行的强大品牌背书,踏踏实实做好自己。

第一,从品牌端建立银行系金融属性优势上面说,银行系电商最终带动的是金融效益。银行系拥有得天独厚的传统金融优势,资金成本低,用户基数大,合作商户和品牌众多,不仅可以自己做好支付环节,还能够为商家和消费者提供更加专业和优惠的附加金融服务。比如,基于用户行内积分的兑换消费、基于信用卡使用的消费贷款、针对汽车买家销售车辆保险等等。

银行系电商甚至可以直接针对购车和购房者提供金融服务或信用贷款,这是传统电商不可触碰之地,是银行系电商的绝对优势领域。

银行系电商需要为自身梳理出更加明确和清晰的品牌定位,对于银行为什么要做电商这件事,给予消费者一个更合

理的解释。如工商银行“融e购”定位于工商银行服务的“价值输出中心”,平台作为一个服务集合的出口,将互联网思维以及技术手段与工商银行的金融优势、客户优势、科技优势相融合,从以往单维度的金融服务向“金融+销售”、“金融+消费”立体化综合服务延伸,从而更好地服务于企业客户和个人客户。基于这一定位,融e购设立“积分乐园”和“大牌00期”两个特色品牌区,不同于普通的分会场,融e购期望通过特色品牌区赋予主品牌更多银行属性内涵。今年双十一,这两个品牌区更是作为先锋,从10月31日起率先启动整个商城的预热节奏。

第二,消费金融是银行系电商发挥优势兵力的主战场。如今电商节点,已经从产品竞争转向服务竞争,其中最有效的就是配套金融服务,如淘宝花呗、京东白条等,随着社会主力消费人群的年轻化,以及整体消费结构的改变,消费观念的提升,“寅吃卯粮”越来越被大众所接受。

以京东为例,其2015年双十一数据显示,消费者使用白条后,消费能力提升98%,京东白条用户数同比增长800%,白条占京东商城交易额比例同比增长500%。

银行系电商平台显然不会无视这些,并回报以行动。以今年双十一为例,工行“融e购”平台在上文提到的分期特色品牌区“大牌00期”中,依托自身银行业属性的优势,在消费金融领域发力,分两个阶段为分期用户提供优惠,在精选商品免利息、免手续费的前提下,返现、返券、满减等传统电商玩法一应俱全,将自身优势充分放大。

第三,线下网点是银行系电商发展的落地根基,也是银行系电商有别于其他纯线上互联网企业的优势。庞大的网点数量以及海量的信息数据一直被认为是银行发展互联网金融

的重要优势,同时各行内渠道和媒介资源,对银行系电商在品牌端建立了良好的推广环境。

第四,银行系电商需要将其金融理财服务的优势最大化,以己之上比人之下。事实上,不少银行的网上商城内部设有“金融馆”或“金融超市”,并下设基金、理财产品、贵金属、保险、外汇等多个与金融产品和服务相关的子栏目。工行今年双十一更是推出了“融e购天下,品质狂欢节”专属理财产品,通过限量、短期高回报等方式,将纯金融产品首次推上双十一大舞台,同时回避了与传统电商相比的较低频次的消费特点,通过高客单拉动交易,成绩令人期待。

第五,充分挖掘高客单、低频次的大额商品消费契机。如今,在淘宝卖车已经不足为奇,而在电商卖房,仍然是银行系电商的优势。大规模的存量市场,加上银行业与生俱来的信贷产品优势,使得车、房等大额交易成为银行系电商平台的“爆款产品”,像工商银行这样较大的平台,更是与万科、碧桂园、绿城、世茂等近百家品牌房企建立合作,覆盖全国33个省市近两百城市一千余楼盘,能够充分满足用户需求。

第六,活跃为主,带动拉新。银行系电商依靠线下各分行、网点的支持,能够保证用户基量,平台需要做的,就是尽可能将行内用户拉至线上,通过提升服务体验,激活线下会员线上消费。各大银行都具备完善的用户积分体系,就是基于对用户活跃度的拉动。积分的本质是对会员的认定,经营积分的根本目的在于回馈会员、提升黏性,通过积分维系已有用户、特别是中高端用户,提升其服务感知,提升在线时间和访问频次、购买频次,从而为自身持续贡献商业价值。

这需要优化银行业目前的

用户福利和反馈机制。常见的会员积分反馈一个是积分商场,另一个是积分抵现。如“融e购”一方面主推积分特色品牌区内,另一方面,在全场积分适用活动的前提下,更史无前例地推出积分不限价格全额抵现的活动,打破了传统银行积分使用设限的门槛。通过提供附加的金融服务,银行、商家、消费优者的关系将愈发紧密,形成一个生态系统。商家和消费者使用银行的金融服务越频繁,银行系电商竞争优势就越强。

银行系电商

最终还需从品质入手

如今的互联网时代,是电商的天下,各大平台竞争已成红海,有些初期的佼佼者日渐衰败,网站甚至面临关闭,也有后起之秀成功逆袭,这里面能够决定成败的因素很多,但最基础最核心的,是平台的品质建设。

银行系电商也不例外,依靠各大银行的品牌背书,银行系电商在发展初期具备传统电商不可比拟的资源 and 品牌优势。然而其在服务理念方面仍然较为保守和传统,因此流失了大量基于服务品质、商品品质等选择消费倾向的新客流量。

通过低价促销打折优惠等方式吸引用户,虽然能够在一段时间里维持卓越的销售表现,但这仅是表征,真正的核心内里,还应该是银行系电商对于自身品牌科学的梳理规划,以及市场经济竞争下时刻保持的危机感。

最核心的是,怀揣互联网大环境下以用户为中心提供“品质价格、品质商品、品质服务、品质体验”的基本理念,只有这样,银行系电商才能够在电商红海的激烈厮杀下,突出重围,打出属于自己的特色,进而被更多消费者和品牌认同。

聊城金融消协发布“双11”防盗刷手册

本报聊城11月10日讯(记者 李璇 通讯员 李达)一年一度的“双11”大促蓄势待发,不少人忙着疯狂购物,骗子们也开始蠢蠢欲动。聊城市金融消费者权益保护协会提醒“剁手族”:既然“买买买”无法停止,那就先看看“防盗刷手册”。

警惕退货电话,慎点退款链接:不法分子极有可能通过一些非法渠道获取您网上购物的信息,之后假冒电商客服,以您在网上购买的商品存在问题需要退款为由发送退款链接(实际为钓鱼链接),让您填写银行卡卡号、密码、手机号等信息,后续对您银行卡

账户实施盗用。

不管线上线下,二维码别乱扫:骗子以“双11”大促为由诱使客户下订单,录入收货订单信息,同时以返现、赠礼、发红包等方式让客户扫描带病毒的“二维码”,直接将病毒植入您的手机中,非法截获您的银行卡信息。

赠品陷阱重重,慎吃免费午餐:不法分子冒充商家或银行工作人员,以回馈新老客户的名义“赠送”所谓精美高价礼品,并许诺仅需支付快递费即可免费得。实际上他们不仅可以从中获得客户的个人信息,还赚取了高额的“快递费”。

办大额信用卡,其实是“钓鱼”:“双11”疯狂购物,许多人会觉得信用卡额度不够高。骗子通过伪基站用银行服务号发短信告知机主可办理大额信用卡并留下联系电话。如果上当回电,骗子便会发送一个钓鱼链接谎称签电子合同,诱导客户输入银行卡相关信息,将卡内资金转出。

验证码要护好,谁要都不能给:骗子提前盗取客户的卡号、密码后,登录手机、网银等购买理财产品。之后,骗子再给用户打电话要求核实操作,当客户因余额减少而恐慌时,骗子会谎称“收到验证码后告知即可退款”,同时骗子赎回

理财产品并发起一笔转账,如果客户将银行发送的转账短信验证码提供给骗子,卡内资金即被转走。

银行发来短信,也可能是假的:骗子利用伪基站冒充银行客服号码向客户发“积分兑换”等短信,诱骗客户访问虚假银行界面获取银行卡信息,或诱导客户下载带有木马病毒的APP拦截银行向客户发送的验证码,从而盗取客户资金。

聊城金融消协提醒消费者,如遇到上述问题无法辨别真假或不知如何应对,以及遭遇金融消费纠纷,都可以拨打“12363”咨询或投诉。

特别安全提示 需谨记

- 1、若对收到的银行短信存疑,立即拨打银行客服电话咨询。
- 2、不要将短信验证码告知任何人,索要验证码的都是骗子。
- 3、网购时不要随便扫描商户提供的二维码或链接进行付款。
- 4、从正规渠道下载手机银行APP,慎用二维码、链接等下载。
- 5、银行卡密码和电商平台注册密码、支付密码应各不相同。
- 6、从正规渠道办卡,勿轻信办大额信用卡或信用卡提额等。
- 7、遇到电信诈骗等立即挂失银行卡,并马上向警方报警。