



根据国家有关要求,2019年底前各省高速公路入口车辆使用ETC比例达到90%以上,汽车ETC安装率达到80%以上。且2020年起ETC单卡用户(未安装车载装置的ETC用户)不再享受不小于5%的车辆通行费基本优惠政策。目前,随着国家深化收费公路改革取消省界收费站工作的持续推进,安装ETC的车辆大幅度增加,山东ETC车道升级改造随之加快。最新消息显示,从11月1日起,山东省高速公路收费站仅保留一条至两条人工车道。

银行烧钱营销ETC 数字化转型自救?

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张夫稳 贾凌煜



指标数字“泰山压顶” “办ETC了吗”成口头禅

“垂死病中惊坐起,问谁要办ETC……”今年夏天以来,在不少银行人的朋友圈,经常可以看到这句调侃,ETC突然席卷了全国,刷屏了银行人的朋友圈。

从6月份开始,一场轰轰烈烈的ETC争夺战在全国范围拉开了帷幕。最初是工、农、中、建、交等国有大行闻风而动,随即开始向股份制商业银行甚至城商行、农商行蔓延,逐渐形成了“铺天盖地”的银行ETC营销战。各大银行几乎全员动员,部室机关、各个网点、各个岗位均被分配了ETC安装指标任务。

“指标数字就不说了,反正完不成。”提起ETC,在一家国有银行济宁分行任职的小振有些无奈。近3个多月来,他每天除了做柜员的正常工作,其余时间都花费在了推销、安装

ETC上面,身心早已疲惫不堪。

最开始,银行人的目标,多是亲朋好友。如果一个在银行工作的朋友突然给你打电话,别担心,他可能只是想问问你办理ETC了没有。而“办ETC了吗?”这句话,也成功突破银行人的圈子,成了银行人家属们见到朋友们的一句问候。

“推销和安装都是下班后,或者周末休息日。”小振一般晚上五六点钟下班,他所在的银行网点位于济宁城的东北方向,而需要推销的位置,则位于城市西南方向的一家商场内。每天下班后,他把桌椅、展架等装在私家车上,经历至少半个多小时的拥堵,到达指定位置,再推销至商场关门。“如果能安装几个还好,如果一晚上一个都没有成功,那真是欲哭无泪。”小振说。



走街串巷、上山下乡 银行人憋成了段子手

对于市民来说,在济宁几家大型商场内逛街,除了推销衣服、健身卡等营销人员外,最近几个月又增加了不少营销ETC业务的人员。有些市民了解到国家政策,对于营销ETC业务的银行人员并不反感,还会主动咨询一些问题。但对部分没有这个需求的市民来说,看到这些银行职员,不耐烦地挥一挥挥手,嘴里说着“不需要、不需要”。一向脸皮薄的小振,也由最初的尴尬、面红耳赤,变成习以为常。

除了商场等人员聚集的地方能见到推销ETC的银行职员,一些城乡结合部的村子,也成了银行人的目标。“跟村党支部书记或者其他有威望的人打个招呼,请他们帮忙介绍。”小振说,已经不知有多少个夜晚,自己开车从偏远的村里回到居住的小区,已经晚上10点左右。

正当自己觉得辛苦时,前方突然看到同行们还在小区门口坚守,那种滋味,难以言说。

设备免费、高速公路通信费95折、设备包邮、线上快速办理、办理ETC有礼品甚至现金奖励、合伙人计划……各种优惠、营销手段眼花缭乱,人海战术、全员KPI,银行职员纷纷往外跑,攻占朋友圈,走街串巷,“上山下乡”,每个人都拼了。“如果最近有人,趴在你车外瞄来瞄去,请不要报警,我们只是想看看,你有没有装ETC?”“一瞬间,有一百万个可能,该向前走,或者继续等……别等了!安装ETC,人生不等待!”“孤山寺北贾亭西,谁还没办ETC……”“遇见杠精怎么办?来找我安ETC啊!随时随地,自动抬杠!”银行都在争相推广ETC,成百上千的任务指标,生生把银行人憋成了段子手。

■相关链接

走上ETC营销风口,银行争抢高净值客户

今年6月份,国家发改委、交通部联合下发《加快推进高速公路电子不停车快捷收费应用服务实施方案》,其中提及“鼓励银行及第三方支付机构开拓ETC业务,不仅实现车载装置免费安装全覆盖,还要鼓励社会资本参与发行,通过积分、打折、返利、红包等形式,给予ETC车辆不少于5%的通行费优惠”。一时间,ETC突然站上“风口”,全国各地迅速推广ETC。银行更是火力全开,其背后有自上而下的政策加推,更有自发的争夺市场的需要。

济宁某国有大行一位副行长说,一个

ETC的安装成本(含人工)至少350元左右,银行是在“烧钱”营销安装ETC,“最开始的动机应该是借机争夺客户,抢占市场资源,一方面‘有车一族’通常有一定消费能力和良好信用记录的客户,是相对优质的客户群体,另一方面ETC装备一旦安装,客户一般不轻易更换,因此这类客户往往粘性也更高。”

一辆车只能绑定一个ETC账户,而一个ETC只能绑定一张借记卡或信用卡,每办一张ETC,就有希望挖掘出更多的需求,比如存贷款、理财、保险等交叉营销,目前银行的基

础客户基本饱和,而有车一族却属于高净值人群,开发潜力巨大。

济宁金融监管部门的一位科室负责人说,在国内移动支付进程中,相比微信、支付宝等线上支付机构,银行慢了一步,如今随着电子支付、手机银行的广泛普及,人工智能飞速发展,银行的日子也不好过。“面对巨大的ETC市场蛋糕、高净值客群、相对高频的支付应用场景,各大银行自然要火力全开,争抢这一移动支付应用场景市场,获客活客,可谓是数字化时代银行转型自救、奋力突围的一种行为。”



完成任务量遥不可及 已成为难以承受之重

“ETC火了,结果把银行的人累个半死,每天要完成20多个ETC营销任务,有再多的亲朋好友帮忙都感觉不够用。”在济宁某银行工作的小王说,办理ETC的任务指标特别重,几乎是遥不可及的任务。

“ETC安装指标,与多数银行职员的绩效收入直接挂钩。”某国有银行济宁分行一位负责人说,ETC安装量已经成为绩效考核的一个重要依据,“此前绩效考核主要是存款指标、理财产品销售,最近几个月,绩效考核的重点是ETC。”

指标重,压力大,处罚狠,有银行员工透露“完不成扣绩效奖金,大约一张扣100元”。济宁某国有大行建立了专门的ETC群,天天统计调度,曾有一位基层女员工未能在当天下班前及时上报个人ETC营销情况

被罚款200元。济宁某国有大行的机关部室负责人也分配了20个营销任务,“走亲访友总算完成了,再有指标的话怕是没法了。”而另一国有大行济宁分行机关部室的副职则“夸张”地说:“我的营销任务是180个,看来只能去车管所蹲点营销了。”

经过持续数月的激烈争夺,眼下各大银行的ETC大战正在成为一场胶着的拉锯战:有价值的潜在客户已挖掘殆尽,寻找新的客户并非易事,然而指标任务依旧沉重。各大银行推广ETC的动机也从争夺市场转向了抢夺指标:不少银行开始将目光投向并无远途行驶需要的车辆,甚至有银行员工“自掏腰包”与第三方合作营销,完成指标任务,成为不少银行营销ETC的难以承受之重。