

## 找准异业联盟对象，get线上获客多种玩法

产品名称	找准异业联盟对象，get线上获客多种玩法
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

## 产品详情

### 寻找零售零售银行获客渠道营销方案 银行获客渠道营销方案 银行获客渠道营销方案 银行获客渠道营销方案 银行获客渠道营销方案

首先，我们需要明确异业联盟的目的：让银行客户在第三方平台进行消费时享受差异化的专属优惠折扣与服务体验，以此提升银行在客户心中的品牌形象，并最终通过异业联盟完成线上获客、提升业绩。那么，银行在找准异业联盟对象后，到底该如何实现快速线上获客呢？线上玩法很多，主要针对年轻客群，为大家介绍几种热门玩法。

**异业联盟：微信+工商银行** 擅用微信移动端，线上存款渠道多样化营销方案：目前，微信钱包入口低调上线了“银行储蓄”功能，点击银行储蓄可直接跳转至工商银行的“工行定存产品”，用户同意相关协议即可免费开通工商银行存款账户，使用存款功能。值得一提的是，工行针对“银行储蓄”提供的银行存款产品与工行官上的产品略有不同，存款利率要比线下网点的存款利率高，是一种双向互利的选择。营销解读：当各大银行还在为季末指标头疼时，工行已经瞄准国内最大的社交媒体——微信。借助微信庞大的用户群体，拓宽了融资渠道，增加了存款来源，使得目标客群不再单一，将自身业务推向大众，拓展新客源，吸引更多的年轻客户线上办理业务。商业银行通过手机移动端进行线上引流，是目前银行拓展金融服务渠道的普遍方式。但目前，更多银行的线上拓客业务多为“信贷”业务，如何在线上做存款营销是一个新课题。工行此番与微信合作，是资金端业务办理渠道多元化的表现，也为其他银行提供了宝贵的经验借鉴。

**异业联盟：抖音APP+光大银行** 银行借助短视频流量开拓新市场 营销方案：近几年，抖音快手这类短视频软件的发展势如破竹，吸引了各个年龄段的客群。此次光大银行联合抖音APP推出了“刷出美好生活”信用卡，以“一卡在手，天下我有”的广告词进行广泛传播，并在抖音APP推出“这是什么宝藏卡”专题栏目，以有趣的表现形式和互动模式，吸引抖音用户进行视频内容共创，将每个参与创作的用户都变成了宣传者，用一传十传百的模式去做低成本营销。营销解读：光大银行通过创意内容、互动玩法、传播策略这一系列的流程结合，实现了客户、光大银联和抖音自身的多方共赢，截获了短视频流量。将联名卡内容定向匹配至目标视频，多场景的设计，增加办卡量，一箭多雕，帮助银行进行推广。光大银行带来行业营销新思路，打开了金融行业与短视频平台合作的大门。5G时代即将来临，短视频凭借碎片化、高传播、低门槛、短平快的特点，本身吸引了大批客群。2020年银行获客营销新策略，或许短视频是一个不错的切入口。

**异业联盟：搜狗+浦发银行** 探索人工智能，挖掘流量 营销方案：浦发银行信用卡与搜狗联名推出了首款以AI为主题的信用卡。双方联合打造“搜狗IN全景甄选礼”盛典，并发起网络投票，在搜狗产品矩阵中投放定制专题推广。此外，搜狗开放输入法、网址导航、搜狗理财等多个流量端口，为浦发银行信用卡拓展线上渠道，

进行新用户引流。营销解读：搜狗平台矩阵流量颇多，此次联合浦发银行信用卡，双方都实现了营销转化，提升了用户引流。搜狗帮助浦发银行信用卡收割年轻客群的注意力和好感度，浦发银行信用卡为搜狗树立了更加多元化和立体化的品牌形象。普遍来说，银行的线上广告投放地多为自身官、手机银行APP、新闻网站等渠道，用户较为单一。通过与搜狗联合，浦发银行开发了新的流量领域，革新了银行的宣传方式。在渠道、入口、流量优势的发挥上，搜狗和浦发银行信用卡的跨界合作值得大家借鉴。

异业联盟：网易+招商银行打开游戏玩家的市场 营销方案：网易为招行网银目标客群搭建了消费平台，创新推出“招行网银充值，幸运大抽奖”活动。游戏玩家登录网易充值中心，使用招行信用卡消费，即有机会赢取充值大礼和《大话西游》周边产品及游戏点卡，对于没有招商银行网银的玩家，设置预约免费办理招行网银企业版“优key”绿色通道。这场异业合作的创意营销，引发了16万次抽奖、1675位新用户预约办理，为招商银行网银交易带来了数倍的提升。

营销解读：网易在游戏行业中数一数二，在市场中占有较高的比重，尤其是年轻客群，覆盖超过了5亿的游戏玩家。招行的用户在银行业中的占有率也很高，二者有很大的合作空间。招行发现游戏玩家有利用“网易宝”在线充值的使用习惯，与网易超人气《大话西游online》联合，用\*有效的方式迅速拉升招行网银的交易额和新用户数量，为目标客群开通了便捷的绿色办理渠道，巧妙地推广了招行网银业务。如今网银的客户争夺战愈演愈烈，各大银行在其他异业领域中都想通过合作开拓一番新天地，同时在线下支付厮杀占地，但是都敌不过支付宝、微信等便捷支付，营销效果不及预期。但是招商银行另辟蹊径，既避免了与其他同行业的正面拼杀，又找到了获客的新渠道——年轻网游客群。此番与网易游戏合作伙伴的操作，可谓是强强联手。如今各行各业都走异业联盟阵线，人人都希望赶上潮流趋势，不愿被后浪拍打在沙滩上，银行亦不甘落后。要赶上时代的每一班车，就要拥有较强的行业趋势灵敏度和透彻的理解，唯有抢占先机才能捷足先登。