

刷脸支付具备商业化能力

产品名称	刷脸支付具备商业化能力
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

产品详情

2016年开始，支付宝对“刷脸支付”的推广力度越来越大，一边是线上可以实现刷脸查看***，认证养老金，领取结婚证等功能，一边是线

下各类合作和活动的布局，范围之广包括但不限于西湖广场的支付体验、湖南卫视晚会合作、肯德基线下合作、自提柜刷脸取件等。运营推广：支付宝“刷脸支付”背后有何推广套路？如果说上述的推广都是预热，那么进入2018年后，支付宝的推广动作更明显了。2018年8月，支付宝在蚂蚁金服开放日上宣布“刷脸支付”

功能已经成熟，具备商业化能力，可以在2019年开始***普及。紧随着2018年12月13日支付宝支付设备“蜻蜓”的发布，“刷脸支付”进入新阶段，支付宝的营销动作也越来越大手笔。2019年1月，温州有了全国首条刷脸支付商业街，用户刷脸就能轻松购物。运营推广：支付宝“刷脸支付”背后有何推广

套路？更牛的操作是全球***刷脸支付商圈落地西安，2019年1月26日至1月28日

在西安大雁塔西侧小广场举办“码上集市”活动，活动集齐了重庆火锅店一姐、鹿角巷小哥、黑河腰子姐、泰国冰冰姐、丽江石榴哥等网红，阵容很强大了。运营推广：支付宝“刷脸支付”背后有何推广套路？当然，其实上

述营销手段虽然阵势强大，但其实并不高效，为什么呢？因为用户觉得“刷脸支付”不仅可能不安全，还涉及一些个人隐私，宁愿多花时间采用其他支付方式。于是，支付宝很快便趁着“三·八”节，采取了套路满满的新手段。笔者结合自身经历及其他小伙伴的一些经历，总结出来支付宝的新手段有两个特点：一是引导流程顺畅，巧妙地降

低了用户的戒备心理。二是融合B端商家的活动，采取福利刺激利用用户占便宜的心理。为什么这样说呢？因为商家在用户付款的时候不会提前告知接下来的付款方式是“刷脸支付”，而是先告诉用户，我们现在有“满减”活动或是“买X送X”活动。在用户完全不设防的情况下，商家引导用户在“蜻蜓”设备付款（刷脸机器

)，基本上不等用户反应过来这是刷脸支付，用户的脸已经被“刷”了。于是，接下来只好在设备上输入手机号，完成付款。短短几分钟时间，一套简单流畅的操作，支付宝便完成了拉新。而且，支付宝推广“刷脸支付”采取的方法并非直接面向用户，苦口婆心“劝”用户使用。而是通过激励商家，让商家帮自己推广，更加高效。这是支付

宝的“惯用伎俩”。二、如何学支付宝通过B端打开C端市场？其实利用B端（商家）来推广C端（用户），“刷脸支付”并非先例，甚至可以说，支付宝是这方面的老手。笔者仔细研究支付宝针对商家的一些功能之后