

FINANCE WITH FEELING

中国金融科技 出海白皮书

LILI ZENG

Client Solutions Manager
Greater China

LORIS LI

Marketing Manager
Greater China

总结

移动业务的兴起加上人们日益增长的期望，使得金融服务机构必须进行调整进入金融科技时代，做到脱颖而出，并提供符合用户期待的个性化、按需服务的能力。

一个紧迫的移动时代

移动端已经从根本上改变了我们与品牌互动和发现品牌的方式。创新能力和消费者关注在转变，加上爆发的数据创造了新的可能性，但也需要升级系统。

移动端重新定义用户期望

移动技术提高了消费者对快速、高效和个性化服务的期望。它为品牌提供了满足这些需求、不断提高知名度、巩固价值和目标的机会。

品牌的承诺

建立信任，并找到合格的、有意义的线索意味着重拾控制权，重新宣传品牌。这不是关于你如何面对竞争，而是关于你如何脱颖而出，以及表明代表的立场。

“以人为本”的衡量方案

我们的目标不是依靠cookie，而是通过使用“以人为本”的营销来连接和了解用户。我们的衡量系统可以衡量与核心关键绩效指标相关的线上和线下绩效，使营销人员能够提高认识、增加收购并产生忠诚度。

FACEBOOK金融服务，为你保驾护航

我们的价值

- 您的客户在Facebook应用程序和服务系列中
- 美国超过2亿的观众花费超过20%的时间在移动端上
- 能够在整个营销系统中推动价值，以及解决难题和客户服务等问题

我们的方法

- 我们采取定制的方法与您合作，以满足您的特定需求和目标。
- 我们与营销团队合作，根据关键绩效指标推动价值。
- 我们与运营团队合作，改进关键系统——要求、客户服务和欺诈

我们的承诺

我们的解决方案、格式和视频功能创造新的增长机会，加快整个行业在消费者和中小企业领域的数字化。这些动态解决方案将使您能够获得：

- 提升品牌吸引力
- 驱动报价与策略绑定
- 提升留存率

1

关键趋势

2

Facebook核心信息

3

解决方案：通过漏斗营销

4

成功案例

过去
金融服务是面对面进行的

现在
金融科技是全球化的



随着科技的发展，金融科技也在进步，帮助人们
简易获得恒久的便利

第一台ATM
亮相于
1969¹

今天，全球有
3.5M
台ATM机²

到2020,有
20亿
人使用移动
金融服务

Source: 1. B. Batiz-Lazo, T. Karlsson and B. Thodenius. "The origins of the cashless society: cash dispensers, direct to account payments and the development of on-line real-time networks, c. 1965–1985". Essays in Economic and Business History, 2014. 2. ATM Industry Association, as of 16 October 2015. 3. "Mobile Banking Users To Reach 2 Billion By 2020, Representing More Than 1 In 3 Of Global Adult Population," Juniper Research, 2018

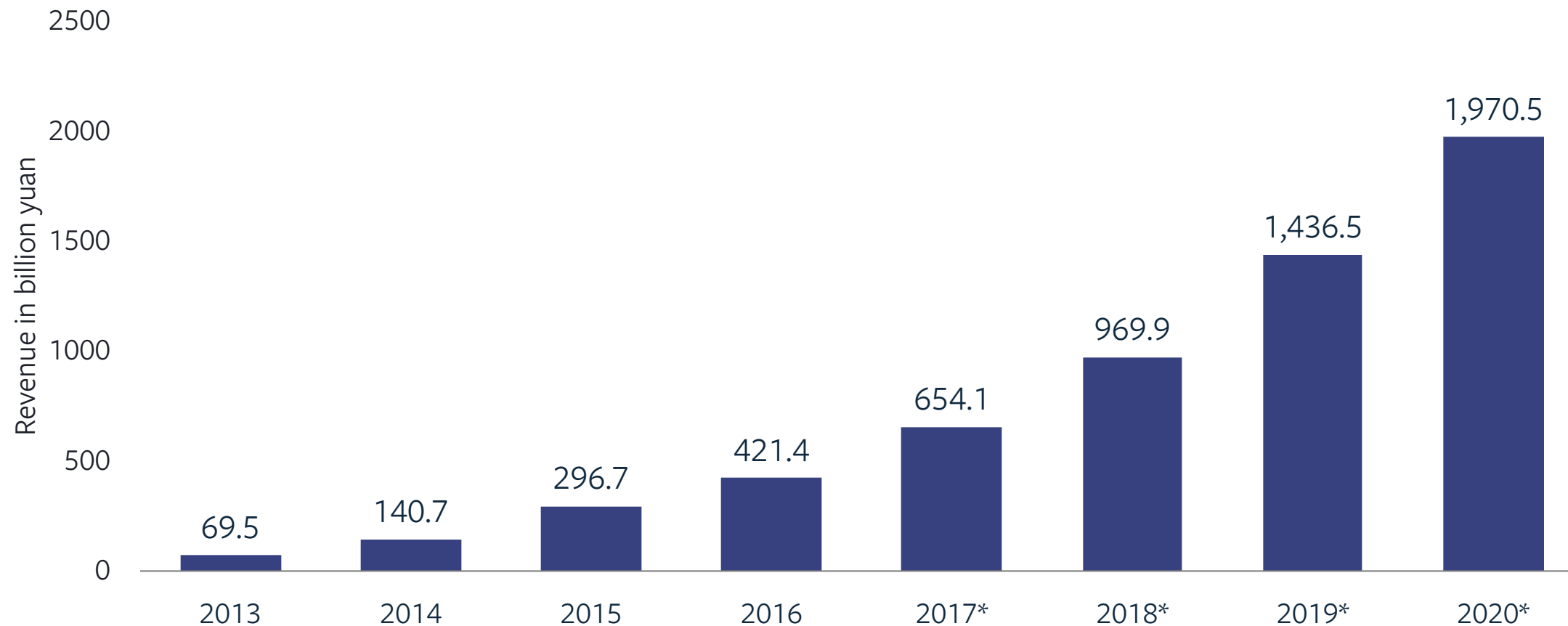
Add Friends

而移动端的进入
则使金融科技服务
充满感情



中国金融科技行业2013至2020年营收 (单位: 10亿 人民币)

Fintech sector revenue in China 2013-2020



Source(s): iResearch; Various sources (Insurance Association of China, AMAC)

全球金融科技产业排名前十城市

北京

世界范围内拥有最多的领先金融科技机构：58家

杭州

单个项目融资最多: \$23.9B
平均项目融资最多: \$1.8B

中国

上榜城市最多: 4
上榜公司最多: 115
融资最多: \$57.8B



Note: The histogram illustrates number of Fintech companies with total VC investment exceeding \$50M, the line graph illustrates the total funds raised (\$B) with total VC investment exceeding \$50M

Source: KPMG



金融服务产业形成的主要趋势

1

全移动端
每分每秒

2

个性化
大规模

3

提高消费者对品牌
关系的期望

金融发生于移动端

设备、渠道和平台正以前所未有的速度增长。

来源：埃森哲的零售银行消费者旅程研究（Facebook委托对4082名年龄在18岁以上的受访者进行在线研究，美国、英国、法国和德国，2018年11月至2019年2月）



约
90%

的美国、欧洲、中东和非洲地区的零售银行消费者已经通过移动应用程序操作银行业务

金融科技更是发生于 移动端

商业模式的创新使新的
出海机会成为可能

消费金融 – 含括线上及线下的移动支付

零售金融 – 与电商的结合

普惠金融 – 使金融在消费端更平等公正



千禧与Z世代喜 爱移动银行业务

48%

的Z世代在移动端存钱
或拥有支付应用程序¹

——
在典型的月份里，千禧
一代通过应用程序或浏
览器使用金融机构

8.5X

是非千禧一代的3.1倍²

资料来源：1. Generational Kinetics中心，“2017年Z世代状态：满足复古世代”，2017年4月2日。
Fiserv调查：2017年2月，消费者银行有多种方式，千禧一代使用手机的次数几乎是其他几代的三倍。

我们已经过了临界点

移动端优先的金融只会继续加速演变

64%



2020年，64%的移动端消费者计划使用移动端钱包¹

赶上曲线

传统机构需要保持竞争力和创新

超越曲线

金融科技为移动优先、移动优化的消费者而生



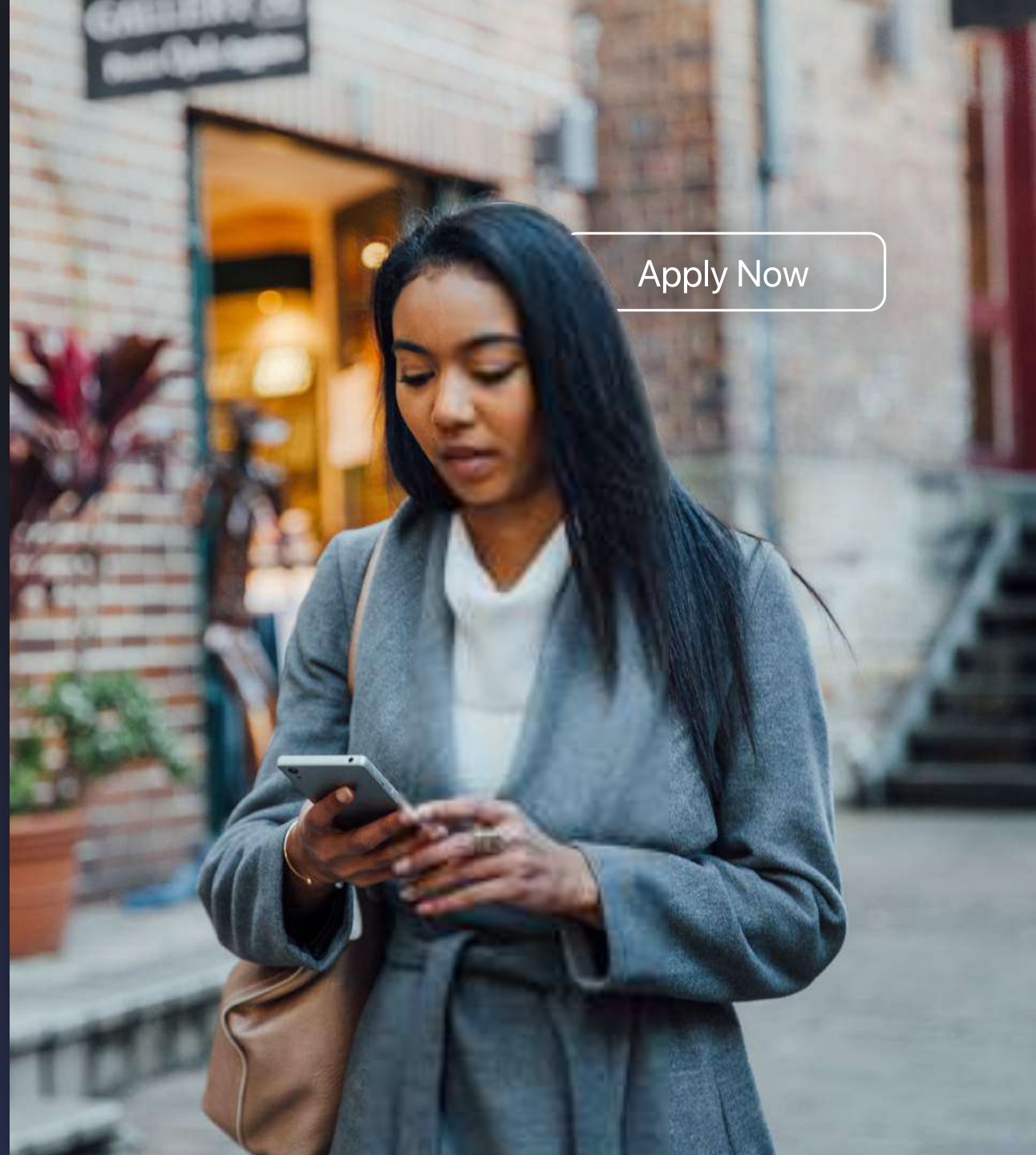
在移动端获取用户

83%

的用户在线申请
新信用卡

来源：comscore，“信用卡消费者之旅”，Facebook委托研究，2018年6月*
美国信用卡申请人调查对象

Apply Now



人们期待个性化定制——并且他们愿意为此买单

约

60%

的零售银行客户愿意共享个人数据以进行个性化定制¹

[Learn More](#)

资料来源：1.埃森哲的零售银行消费者旅程研究（Facebook委托对1026名年龄在18岁以上的受访者进行在线研究，美国，2018年11月-2019年2月2日。IBM/NRF零售指导2018，Sparks&Honey 2017Z世代报告

形成便利，加强个性化

人们想要快速、简单和无缝的体验



资料来源：1.business.com，“4种趋势数字支付方法：您的业务是否准备好了？”2018年6月12日 2.埃森哲，“推动未来支付——10大趋势”，2017年 3.Facebook新闻，“人们在Facebook上为他们关心的事业筹集了超过10亿美元的资金”，2018年11月。

千禧一代和Z世代 喜爱即时取得结果

资料来源：1.埃森哲，北美消费者支付脉冲调查，“推动未来支付——10大趋势”，2017年。

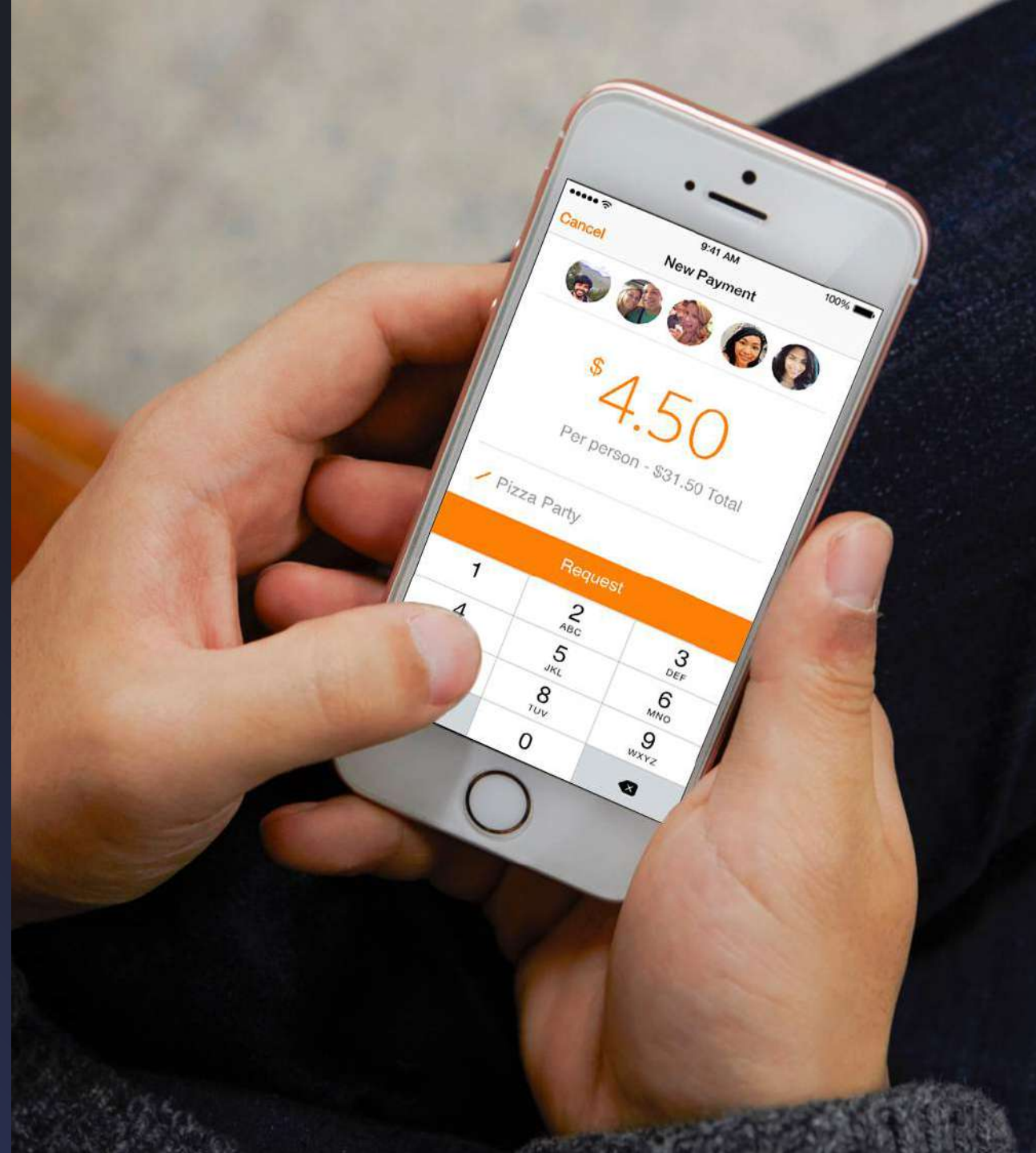


金融科技的机会

81%

的英国银行家认为，与对大型机构品牌的信任相比，客户体验和服务质量更有助于获取和留住消费者

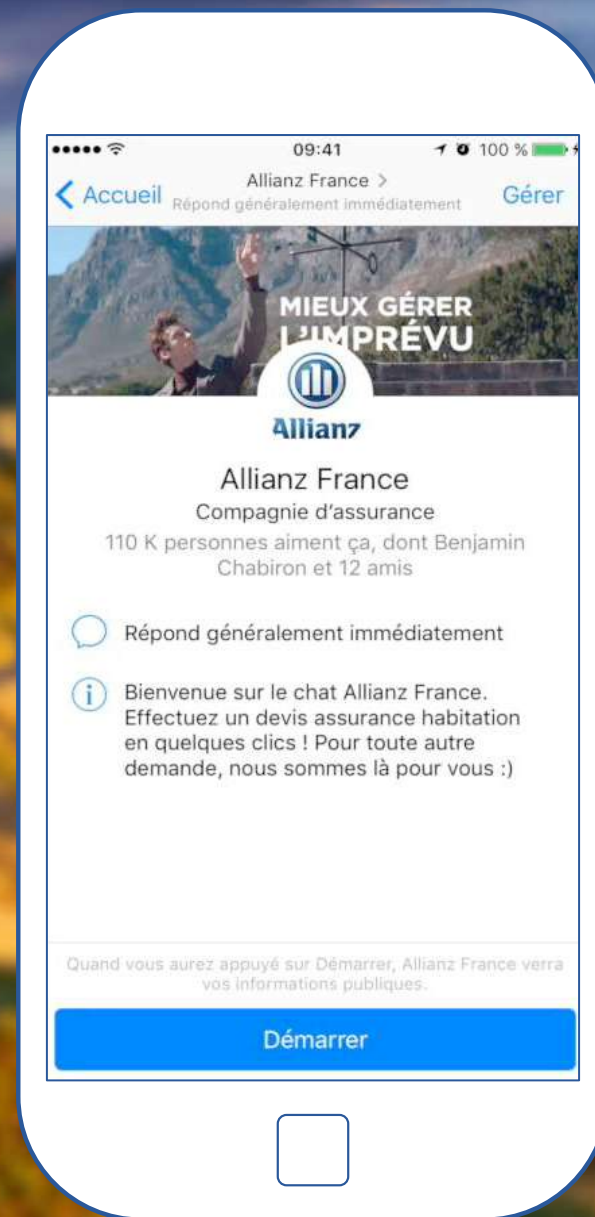
资料来源：Money Live，未来零售银行报告，2018/19*根据对英国银行业600多名资深人士的调查得出。



信息即业务

53%

向企业咨询信息的用户
很有可能进行下单





50%

全球50%的消费者是
“信念驱动消费者”

年轻一代具有 品牌意识

人们寻找符合自己价值观的品牌





金融科技的机会

52%

的美国千禧一代认为，在金融机构中，对他们关心的原因/问题有所贡献很重要¹

资料来源：1.埃森哲的零售银行消费者旅程研究（Facebook委托对1026名年龄在18岁以上的受访者进行在线研究，美国，2018年11月-2019年2月 2. Generational Kinetics中心，“2017年Z世代状态：满足复古世代”，2017年4月 3.IBM/NRF零售指导2018，Sparks&Honey 2017年Z世代报告

A young couple is sitting on the floor in a room filled with cardboard boxes. The woman is holding a laptop, and the man is looking at the screen. They are both smiling. The boxes are labeled 'CLOTHES', 'BOOKS', and 'MUSIC'.

金融

**这不是抵押贷款，
而是房子**

A young woman with blonde hair is wearing a black graduation cap and gown. She is smiling and standing outdoors in front of a blurred background of trees and a building.

饱含

而移动端使其成为可能

**这不是贷款，
而是教育**

An elderly couple is embracing each other outdoors. The man is wearing a blue jacket and a grey hat, and the woman is wearing a blue jacket. They are both smiling and looking at each other.

感情

**这不是储蓄账户，
而是未来**

金融

饱含

感情



FACEBOOK将其变为现实

1

关键趋势

2

Facebook核心信息

3

解决方案：通过漏斗营销

4

成功案例

消费者通过FACEBOOK连接



Can't wait to start
this new journey together!



连接



参与



交易

资料来源：1. Facebook 2018年第三季度盈利 2. 埃森哲的零售银行消费者旅程研究（Facebook委托对4082名年龄在18岁以上的受访者进行在线研究，美国、英国、法国和德国，2018年11月至2019年2月）

我们可以帮助您识别、发展和货币化受众



22.3亿



15亿



10亿



13亿

今天的消费者之旅是全渠道、非线性的



1

关键趋势

2

Facebook核心信息

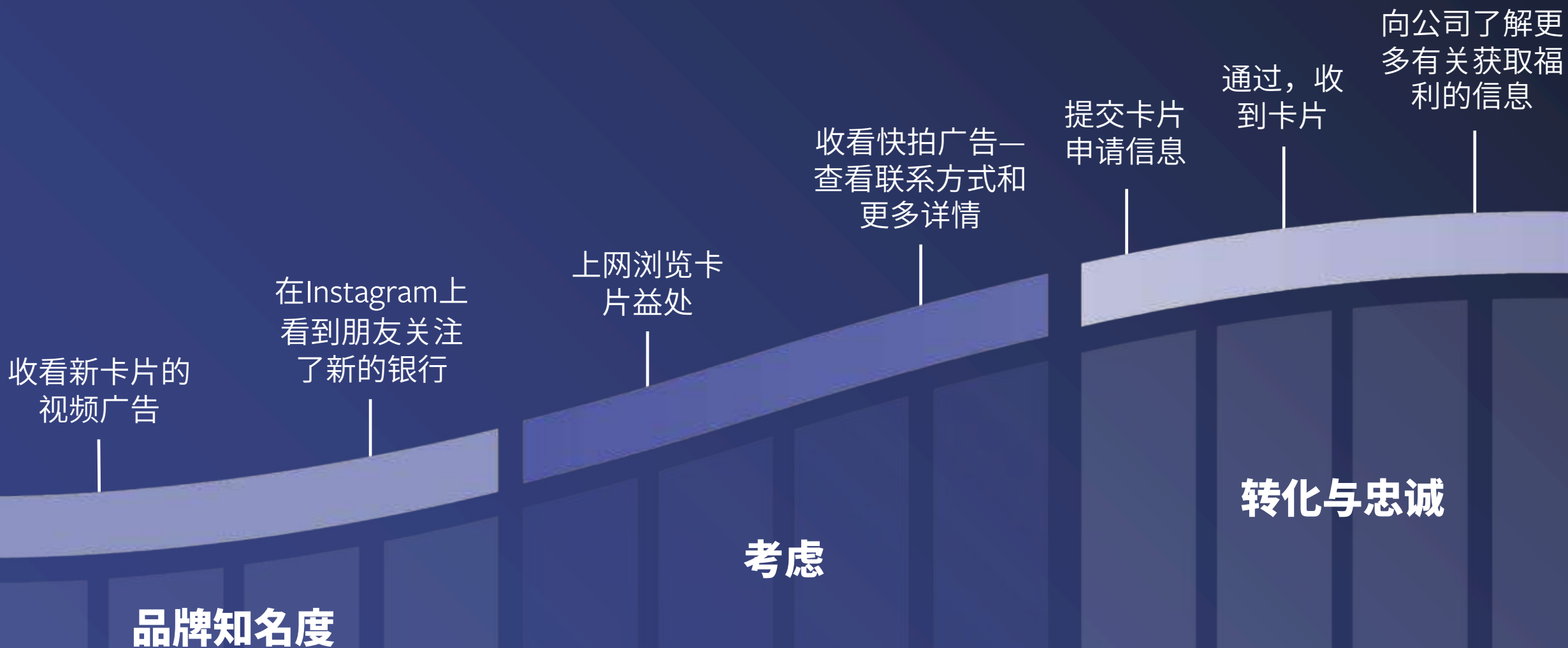
3

解决方案：通过漏斗营销

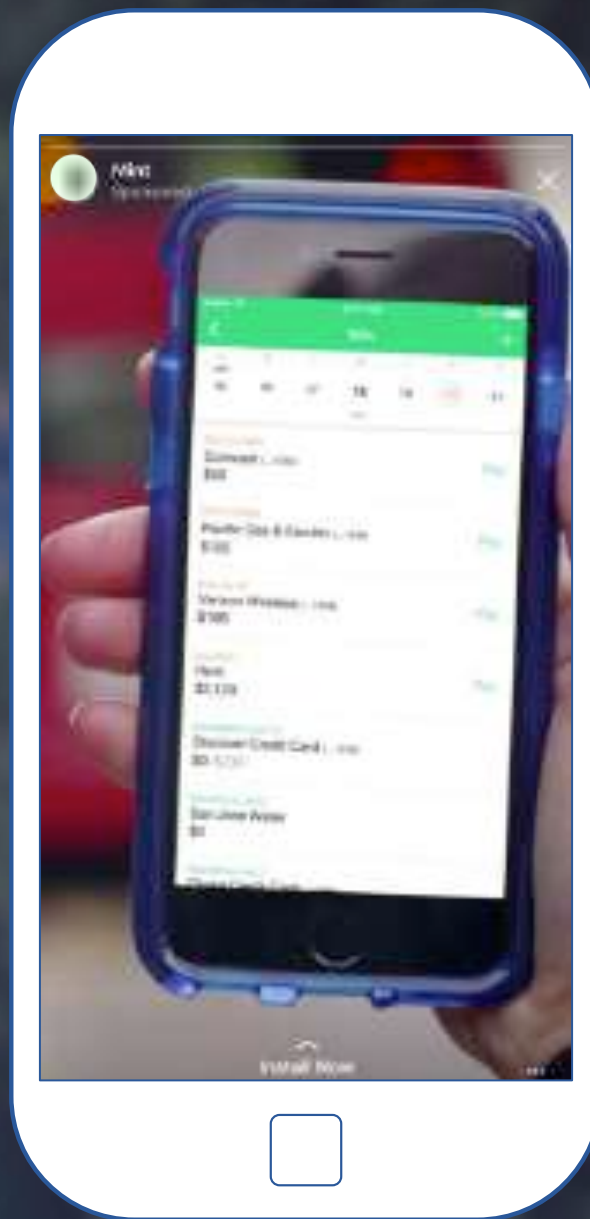
4

成功案例

今天的消费者旅程



所有的一切
与表现有关



一切都是
品牌体验

视频

构建语境

在受众观看的平台，使用视频来吸引和吸引受众参与*

60%

的数字视频受众
在FACEBOOK上
观看视频¹



资料来源：1.Audienceproject，“洞察2019：传统电视、在线视频和流媒体”，2019年1月17日。2.Facebook内部数据，2018年8月*并非所有平台上的格式都可用

快拍

讲述你的故事

提高讲故事的能力，满足企业的全漏斗解决方案

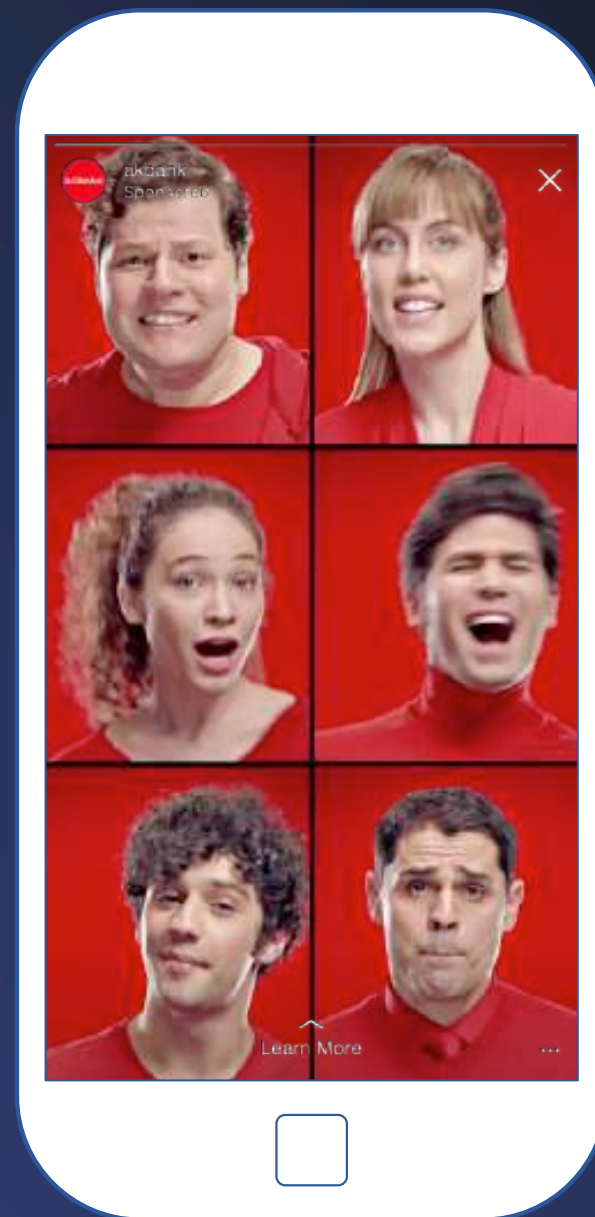
10亿

每天10亿用户通过平台分享快拍¹

58%

58%的人在快拍中看到品牌/产品后，他们会对其更感兴趣²

资料来源：1.内部数据，2018年下半年。2。Facebook IQ:ipsos的Facebook调查（Facebook委托调查美国7720名年龄在13-54岁的人，2018年8月）。所有被调查的参与者都报告说，他们每周至少在一个Facebook旗下的应用程序（Facebook、Instagram、Messenger或WhatsApp）上使用一次快拍。



MESSENGER

沟通对话

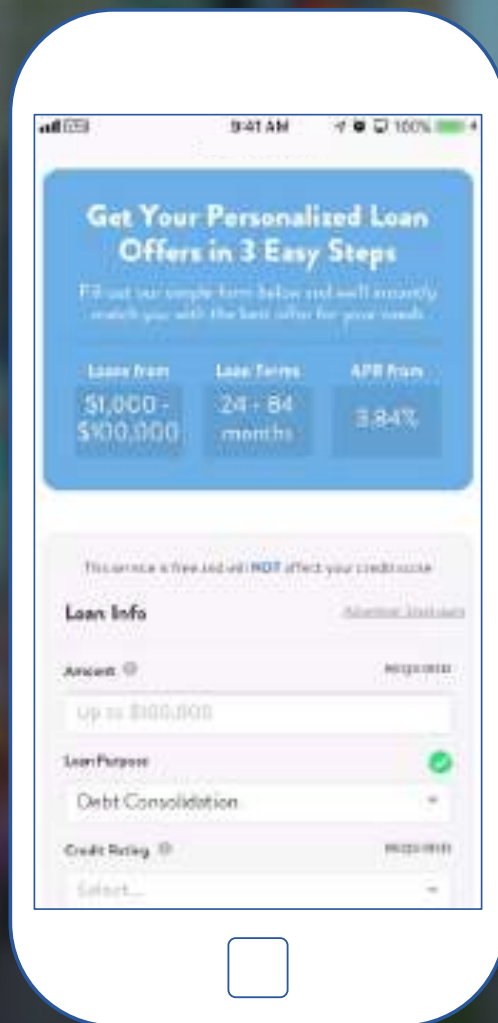
使用Messaging与人联系，
并在漏斗的所有阶段都提供支持

100亿

每月企业与用户
之间消息数量高
达100亿



账号注册繁杂的问题，MESSENGER可以解决



The image shows a smartphone screen displaying a loan application form. The form is titled "Get Your Personalized Loan Offers in 3 Easy Steps" and includes a section for "Loan Info" with fields for Amount, Loan Purpose, and Credit Rating. The form is complex and requires a lot of input.

Get Your Personalized Loan Offers in 3 Easy Steps

Fill out our simple form below and we'll instantly match you with the best offer for your needs.

Loan from	Loan Terms	APR from
\$1,000 - \$100,000	24 - 84 months	3.84%

This service is free and will NOT affect your credit score.

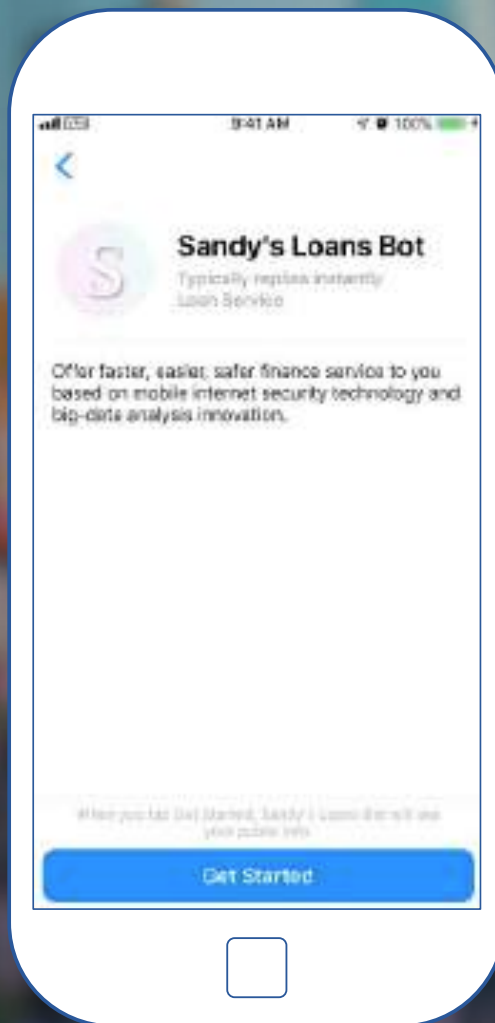
Loan Info [Advanced Features](#)

Amount:

Loan Purpose:

Credit Rating:

填写冗长表格



The image shows a smartphone screen displaying a chatbot interface. The chatbot is named "Sandy's Loans Bot" and offers a "faster, easier, safer finance service". It includes a "Get Started" button.

Sandy's Loans Bot

Typically replies instantly
Loan Service

Offer faster, easier, safer finance service to you based on mobile internet security technology and big-data analysis innovation.

When you hit the Start button, Sandy's Loans Bot will use your profile info.

[Get Started](#)

轻对话 获取更多信息

走向价值营销， 提升营销成效



找到最有价值的客户



吸引并留住他们



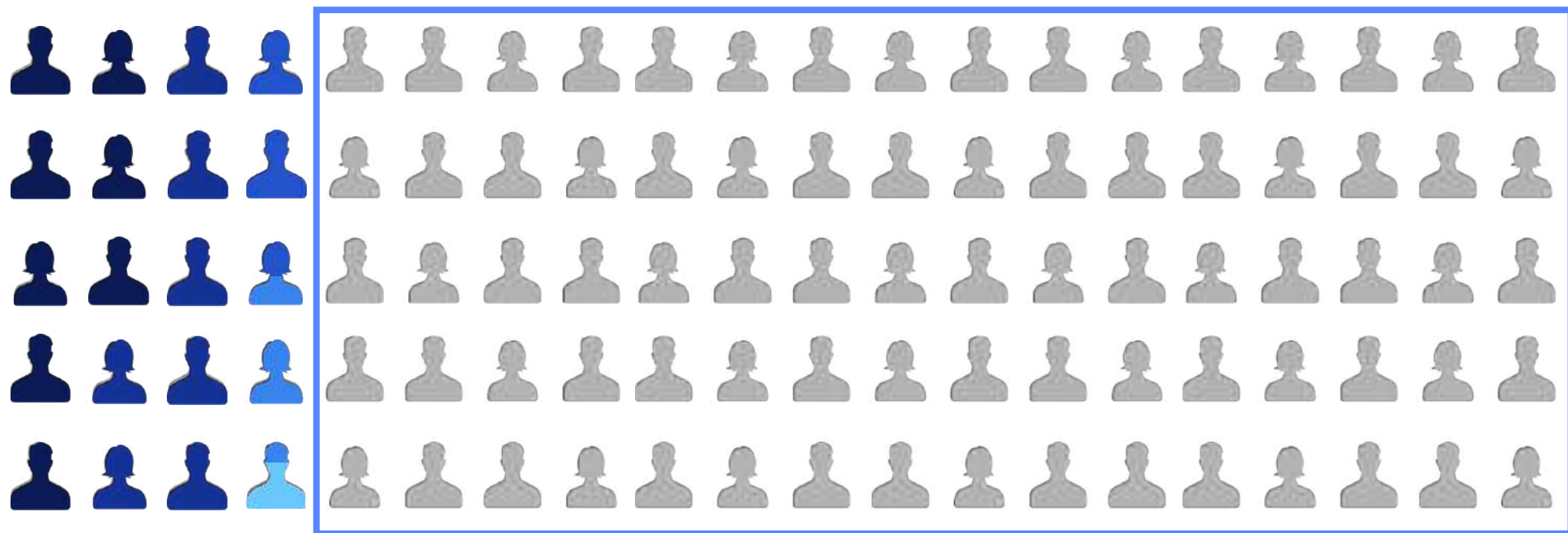
壮大优质客户受众群

A man and a woman are in a workshop or studio, looking at a laptop. The man is pointing at the screen, and the woman is looking at it. They are both smiling. The background shows shelves with books and a lamp. The text "哪些客户对您而言最有价值？" is overlaid on the image.

哪些客户对您而言最有价值？

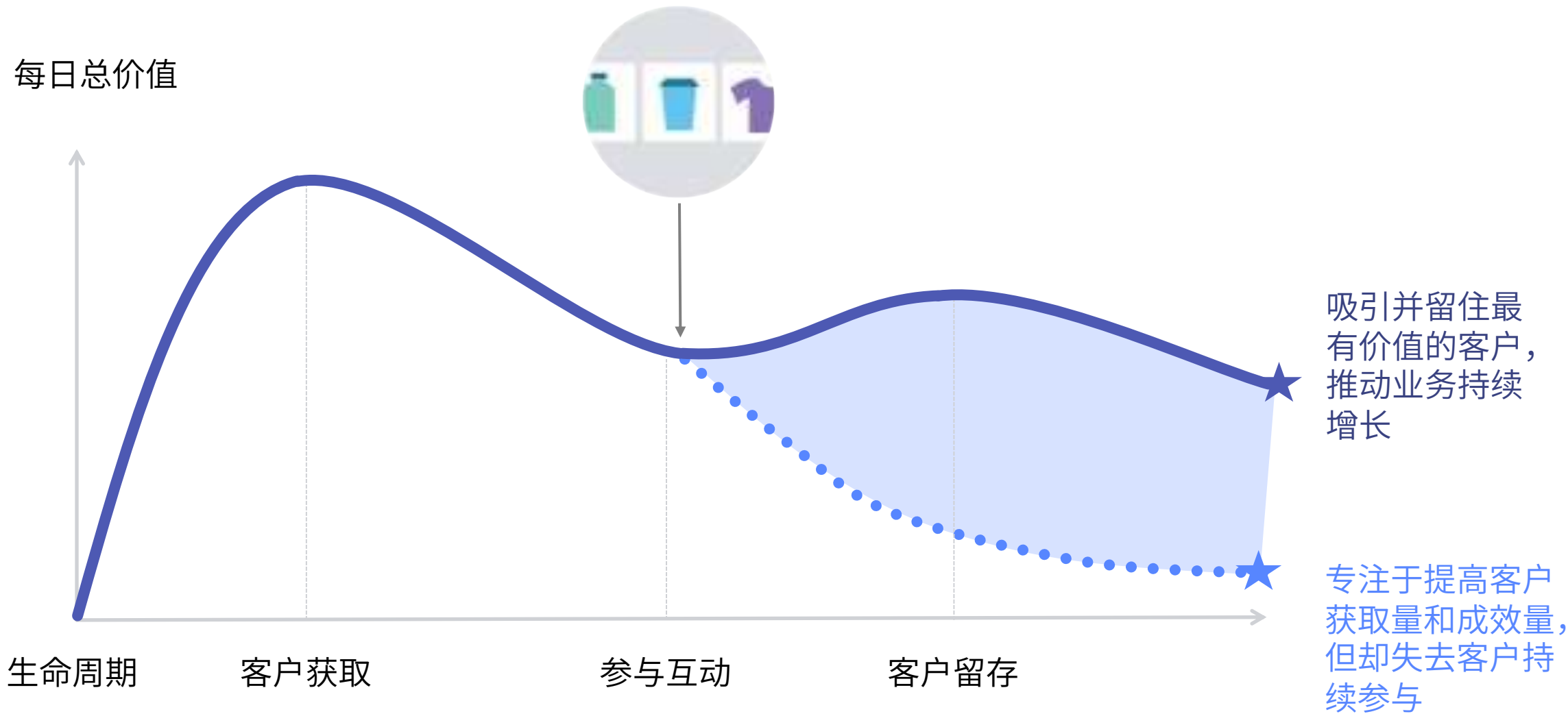
并非所有转化都能带来价值

大部分安装操作不会产生创收事件



人当天 人7天 人14天 人21天 人28天

规模到价值的转折点对业务成功至关重要



1

关键趋势

2

Facebook核心信息

3

解决方案：通过漏斗营销

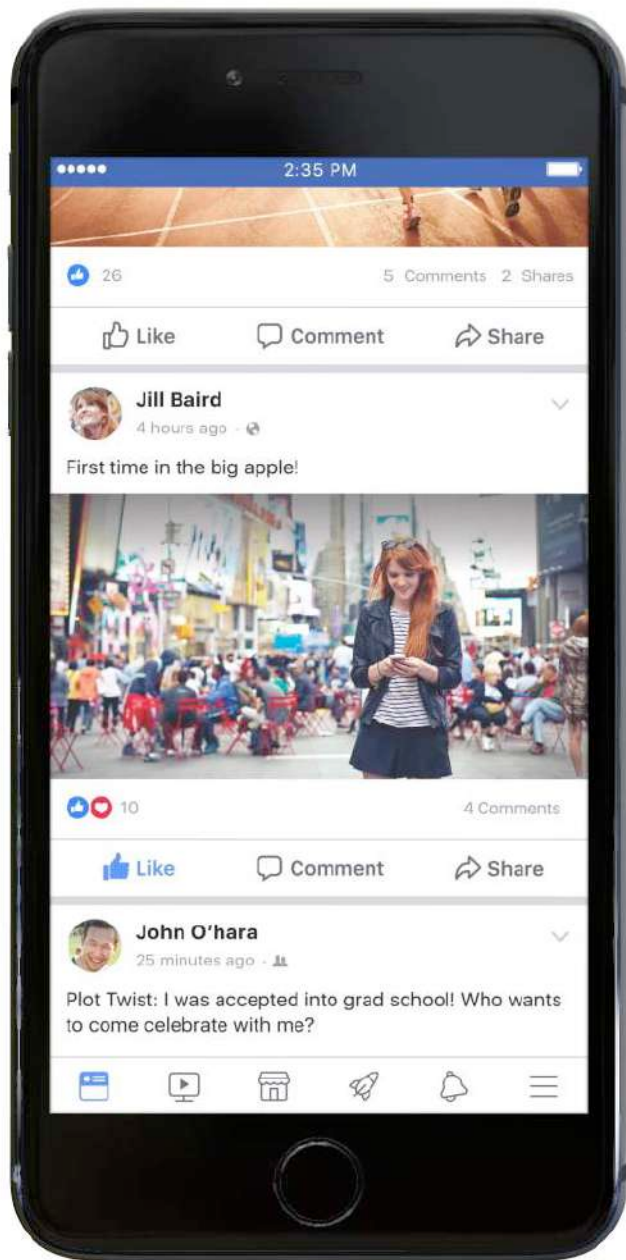
4

成功案例

构建你的品牌

通过让最有可能关注你广告的人参与创意，
在一定程度上提高你的品牌或产品知名度。





Visa, 北美

展示更多的在线支付方式

7点

内部视频与动态消息视频广告的广告回想度提升7个点（非控制组）

4.7倍

内部视频广告收看量比动态消息版位上的高出4.7倍

83%

内部视频广告平均收看量为83%

“买单的行为正在改变。作为数字商务领域的全球领导者，VISA正在通过创新创造一个未来，在这个未来，不会停止支付。事实证明，Facebook的视频广告非常适合通知用户，他们的偏好是进行随时随地无缝付款。”

- Dan Radman, Sr. Visa北美市场总监



美国运通, 加拿大

提高千禧一代的办卡兴趣和意识

8点

广告回想
度提升

4点

Cobalt卡片知名度提升

5点

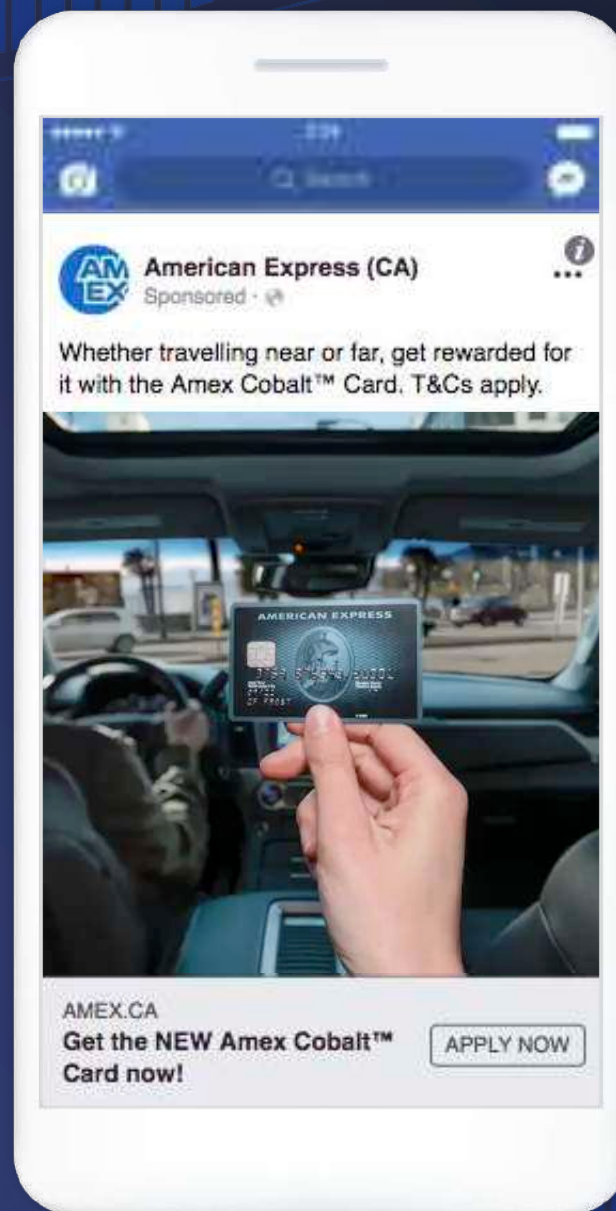
考虑意向
提升

“这些观众都具有社会属性，所以我们创造了一种多渠道的营销体验，不仅在他们每天使用的渠道上与他们交谈，而且还在风格和方式上让他们感到熟悉并产生共鸣。Facebook是一个很好的合作伙伴，使我们能够真正地覆盖核心受众，并展示卡片福利。”

- **David Barnes**, 加拿大版美国运通营销和传播副总裁

[浏览更多>>](#)

来源: <https://www.facebook.com/business/success/american-express-canada>





Credit Karma

Facebook视频广告提升品牌知名度

面对激烈的竞争，金融服务公司希望提高人们对Credit Karma Tax的认识，即免费的联邦和州税务申报服务。他们帮助制作了“最大化Tax Karma”视频广告，展现了Karma和财富之间的联系。与典型的广告不同的是，这种15秒和30秒广告更像是来自朋友的Facebook帖子。

9点

Credit Karma Tax广告
回想度提升

8点

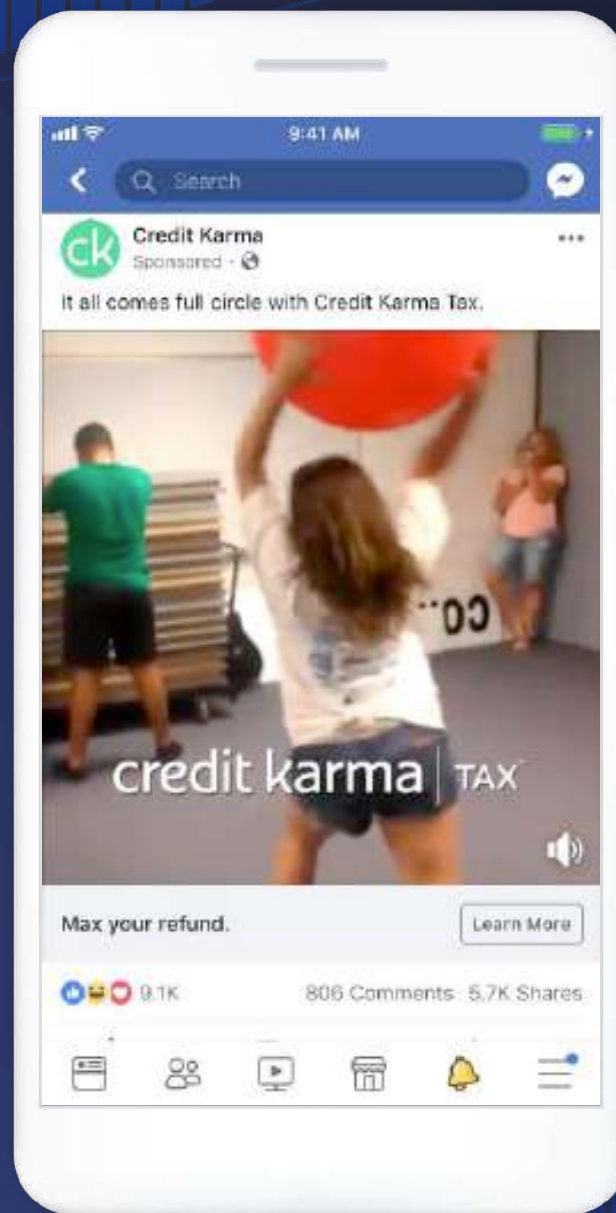
对Credit Karma Tax关注的
男性

4点

18-24岁人群考虑使用Credit Karma Tax
的意向提升

2点

十分愿意考虑使用Credit Karma Tax的
人群



纽约生活, 北美

结合Facebook和电视广告提升品牌知名度并扩大覆盖范围

纽约生活想要衡量跨平台方法的有效性，这种方法结合了Facebook和电视广告，而不仅仅使用电视广告。纽约生活的建立广告，然后仔细衡量其“善于生活”广告的跨平台营销有效性。该公司重新调整了电视广告的用途，并优化Facebook和Instagram。创意素材的叠加和显著包括在框架内的标志，都大大吸引了静音受众。

11%

与单独使用电视营销相比，结合Facebook营销覆盖受众提升11%

4点

与只使用电视营销相比，通过Facebook和电视营销提升品牌知名度

3倍

与单独使用电视相比，仅使用Facebook获取更高效的访问

了解更多>>

来源: <https://www.facebook.com/business/success/new-york-life>





Garanti Cep

Garanti银行希望将其Garanti CEP应用程序中新设计的仪表盘介绍给中小企业客户。它的视频广告针对的是30-55岁的土耳其用户。为了衡量这种方法对品牌指标的影响，Garanti银行进行了Facebook品牌提升和转换提升研究。

3.3点

营销注意度提升

5.7点

广告回想度提升

25%

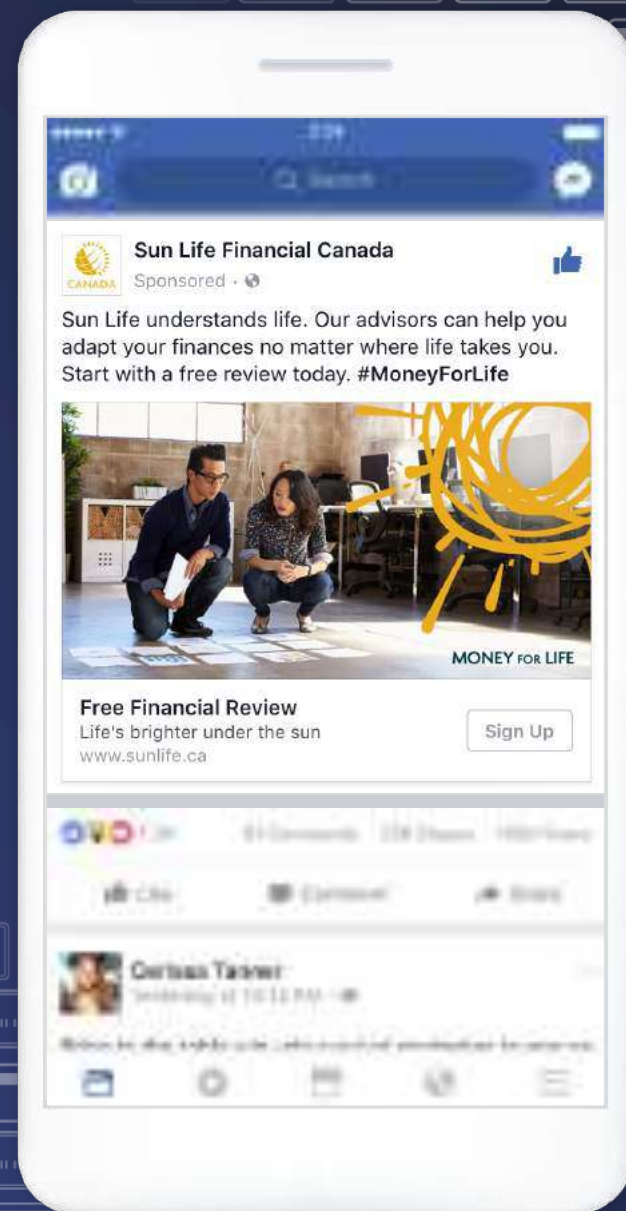
更高的应用程序登录率

“我们希望找到最佳的视频格式来获取Facebook和Instagram用户的视频观看行为。为了在简短的格式中传达我们的信息，我们介绍了产品的主要信息，根据趋势突出要点。在Facebook的指导下，我们测试了转化和提升品牌意识的正确视频格式。”

- Bora Uludüz, 数字银行高级副总裁, Garanti银行

提升意向

通过在营销中结合品牌和直接响应目标，吸引客户采取行动





美国运通OPEN, 北美

利用即时体验来讲述故事

美国运通推出了一个移动广告营销，利用即时体验，以一种创造性的新方式吸引其受众，以增加其开放式商务白金信用卡的应用。

该团队利用即时体验为目标受众提供无缝体验。从产生兴趣到了解使用开放式商务白金卡的好处，他们使用生活方式和产品照片的组合，最后提交申请。最后以“立即申请”行动按钮结束，人们可以在广告中申请信用卡。

37%

转化提升

27%

与视频链接广告相比，每获取成本下降27%

52%

广告花费回报提升

[了解更多>>](#)

来源: <https://www.facebook.com/business/success/american-express-open>





Sun Life金融, 加拿大

利用FACEBOOK线索广告找到新受众

加拿大Sun Life 金融的使命是帮助客户实现终身财产安全。为了鼓励潜在客户参加会议，该公司使用了结合新创意素材的线索广告，以降低每线索成本。

为了吸引有兴趣学习如何更好管理退休资产的人，Sun Life设计了它的创意素材，以吸引各类人群。包括符合广泛受众的各种各样的图像，因为其客户可能需要任何年龄、阶段的建议。这些广告针对移动和桌面端都进行了优化，确保人们可以与首选设备互动。

56%

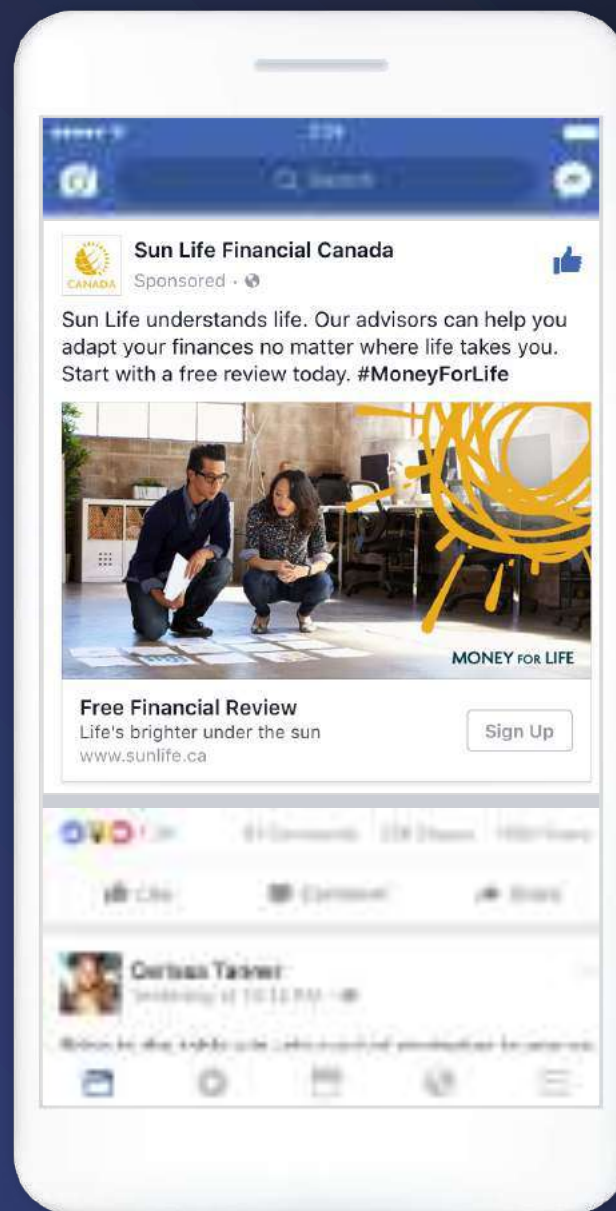
与其他平台相比，每线索成本降低

50%

活动期间Facebook的整体转化率提升

[了解更多>>](#)

来源: <https://www.facebook.com/business/success/sun-life-financial-canada>





Generali, 泰国

Facebook线索广告助力销售增长

Generali通过整合Facebook的线索广告和其内部客户关系管理系统，增加了新客户的查询，并更快地对其做出响应。

25倍

通过线索广告，销量转化提升

38%

Facebook总线索广告

该银行利用Facebook的广告来提高潜在客户开发效率。当人们点击广告时，他们会打开一个预先填写了联系信息的表单。再点击一次，他们就可以向广告商提交线索。Generali泰国使用Facebook API将销售线索数据直接发送到其客户关系管理（CRM）系统。Facebook的数据自动化API和广告帮助打造一个无缝的新系统，可以在几个小时内追踪潜在的新客户。





HDFC银行

这家印度银行开展了一项全面的Facebook营销，旨在提高人们对其贷款产品的认知度并增加注册量，每注册成本降低51%。

51%

每注册成本降低

9点

广告回想度
提升

2倍

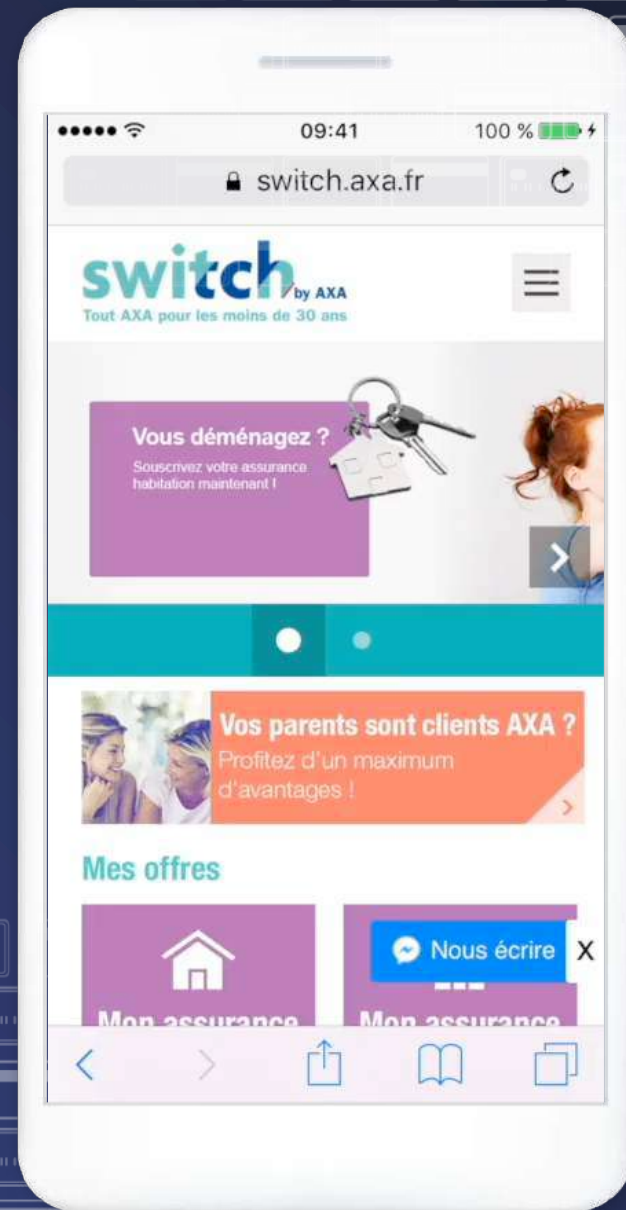
线索数量提升

4点

优先考量量提升

关注终身用户

与真正在寻找的用户取得连接





SumUp, 欧洲

产生线索的同时传播意识

18%

爱尔兰的每
线索成本降
低

16%

意大利的每线索成本
降低

14%

法国的每线索成本降低

“通过Instagram的快拍，我们找到了一个强大的新渠道，以沉浸式的方式推销我们的移动读卡器。很高兴看到这个平台在我们的国家显著提高潜在客户的开发。”

- **Marcel Schneider**, 市场副总裁, **SumUp**

来源: Facebook Earnings Call, 2018第三季度





Switch by AXA

利用MESSENGER提供客服

AXA为年轻人提供的保险产品是switch，通过将messenger添加为客户服务的新选项，重塑了其客户沟通策略。通过与Dimelo合作，Axa将实时聊天连接到了Messenger，从而将响应时间减少了95%，并将客户满意度提高到80%。

80%

客户满意度
提升

53%

Facebook上的负面评
价降低

95%

响应时间缩短（平均第一次
响应时间为3:40）





HDFC

HDFC为印度带来了对话式银行业务

HDFC银行希望为18到25岁的年轻人创建一个更好的Messenger移动端体验。印度银行与Niki.ai合作，开发了OnChat，这是用于Messenger的机器人，人们可以购买电影、活动、公共汽车或出租车的票。OnChat还为公用事业、后付费和预付移动计划提供了账单支付便利。在第一年内，有超过2.1万人完成交易，总计金额超过1670万卢比。

40%

40%的活跃机器人用户通过Facebook上的点击Messenger广告获得。

137K

通过电话上OnChat机器人注册的新账户、新注册数量

\$16.7M

通过hdf银行Onchat机器人购买

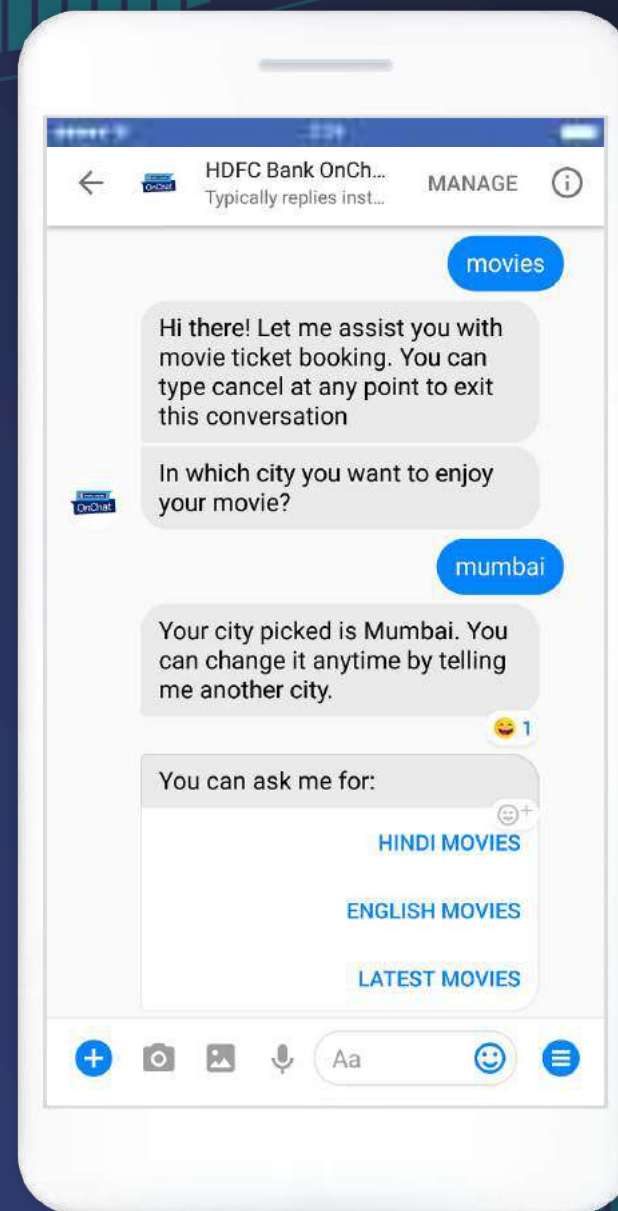
90K

每天与hdfc onchat机器人互动的消费者数量

“Facebook Messenger让我们出现在下一代用户的位置。”

- Nitin Chugh,地区主管-数字银行, HDFC银行

来源: Facebook案例研究, 2018年2月





Libertex

Libertex希望了解Facebook和Instagram的广告价值，从而优化未来的广告预算。Libertex在Facebook和Instagram上使用广泛的目标定位和视频广告组合，衡量了“增量”——广告支出与新注册的比例之间的关系。

3.3倍

购买量提升

2.3倍

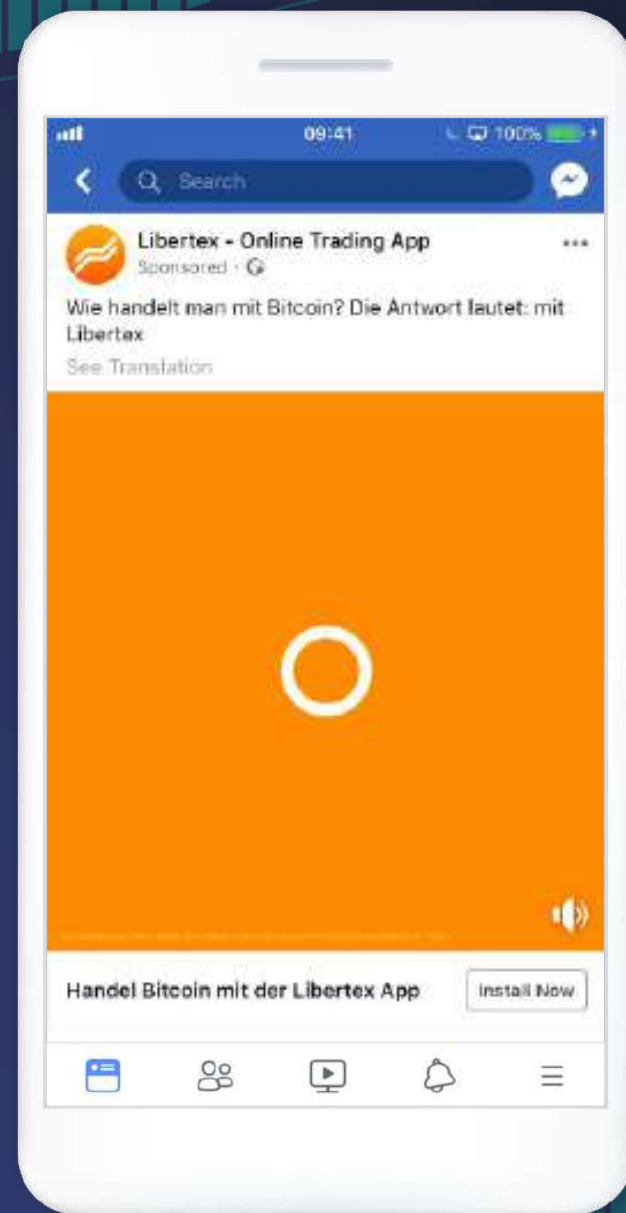
应用程序安装量提升

28%

新女性受众转化提升

“我们此次实验的目标是衡量Facebook广告对我们用户获取营销表现的影响。为了扩大我们的广告覆盖面，我们还使用广泛用户，开展了其他营销活动。通过这个实验，我们可以看到，从其他渠道（付费广告和自然获取）获得的转化与Facebook有很强的联系。”

- **Matvei Krivoshein**, 首席营销官, **Libertex**





SoFi, 北美

通过**FACEBOOK**自定义受众，提升 贷款申请量

SoFi是一家线上个人金融公司，提供学生贷款再融资、抵押贷款和个人贷款。

由于SoFi没有任何实体分支机构，它知道数字广告，特别是移动广告，将是其脱颖而出的关键。

整个2016年，该公司在Facebook和Instagram上进行了3次独立的营销活动，使用针对移动设备优化的广告创意。Sofi还使用Facebook像素来评估其营销活动的直接响应结果，并与尼尔森品牌效应合作以确定营销活动的品牌影响力。

15点

品牌知名度提升

5点

通过SoFi贷款意向
提升

39%

贷款预核准申请量提升

了解更多>>

来源: <https://www.facebook.com/business/success/sofi>



附录

1. 从规模营销走向价值营销
2. 利用**MESSAGING**应用升级金融科技服务

金融科技移动时代： 从规模营销走向价值营销



如何衡量真实 客户价值？

3

位用户

\$475

美元



提高客户终生价值是实现业务持续增长的一种战略方式



营销领袖和创新企业非常重视客户终生价值

1.9倍

除投资回报、客户获取费用和点击率等较为传统的最后触点指标以外，关注客户终生价值的可能性达 1.9 倍

3.5倍

安排专注于探索客户端到端体验的员工参与市场营销的可能性达 3.5 倍

表现最差的企业

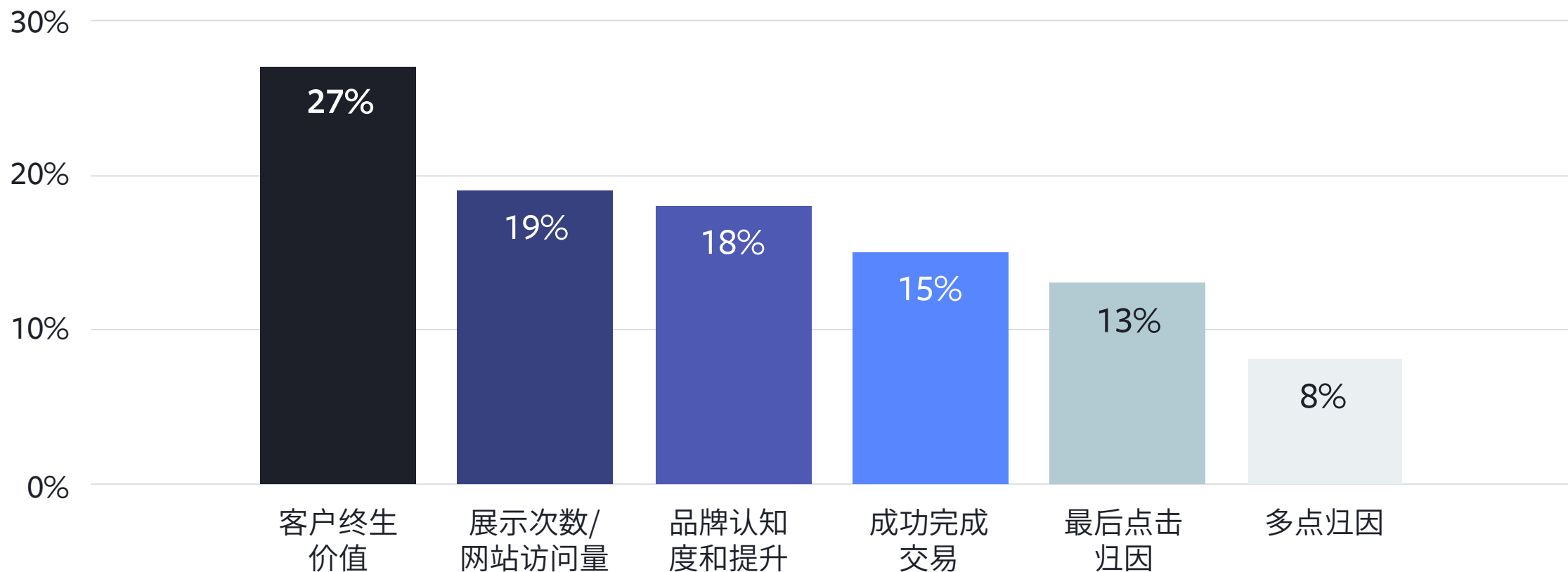
获得最高投资回报的企业

事件

终生价值

2018 年互联网趋势报告： 您认为哪些广告花费优化指标很重要？

全球受访者百分比



走向价值营销， 提升营销成效



找到最有价值的客户



吸引并留住他们



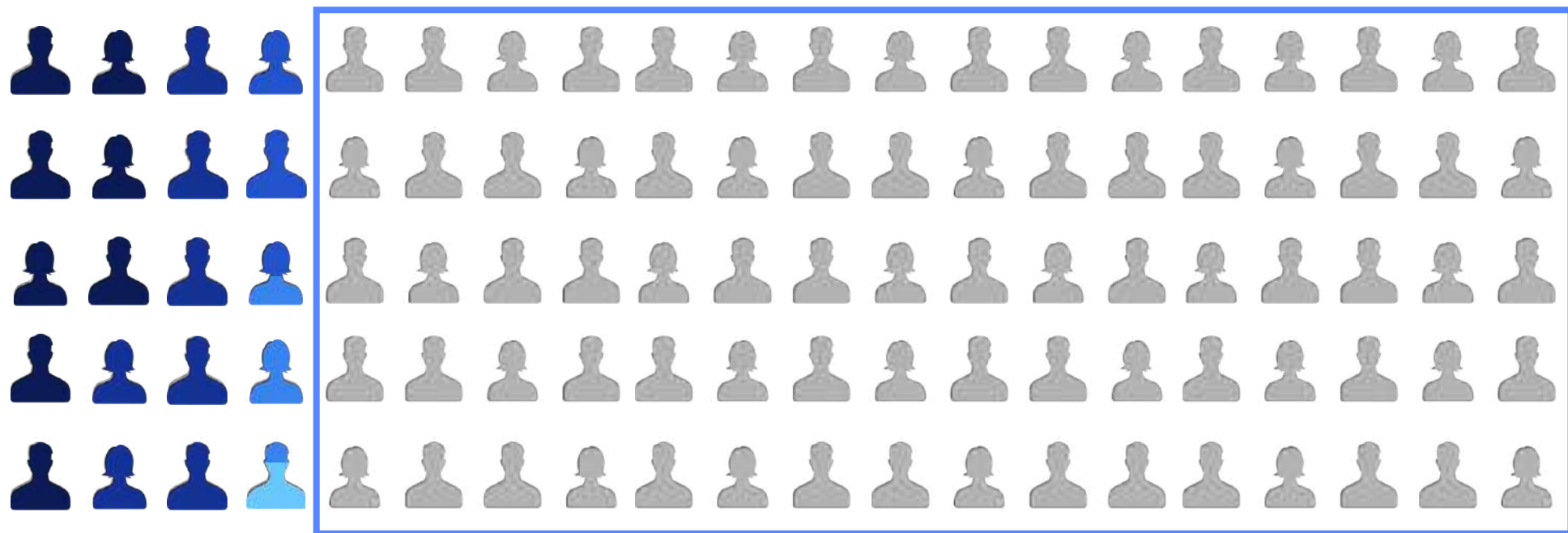
壮大优质客户受众群

A man and a woman are in a workshop, looking at a laptop. The man is pointing at the screen, and the woman is looking at it. They are both smiling. The workshop has shelves with books and a sewing machine in the background.

哪些客户对您而言最有价值？

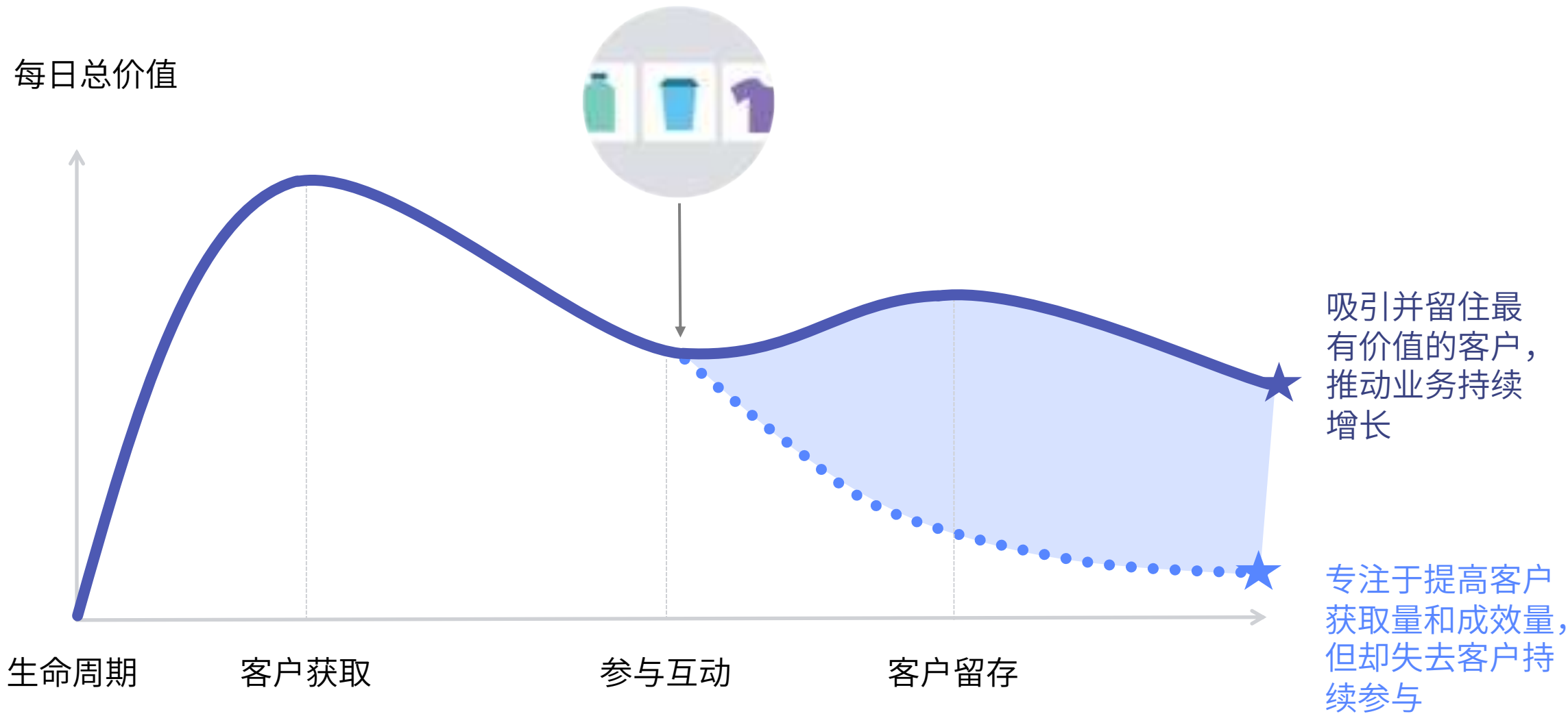
并非所有转化都能带来价值

大部分安装操作不会产生创收事件

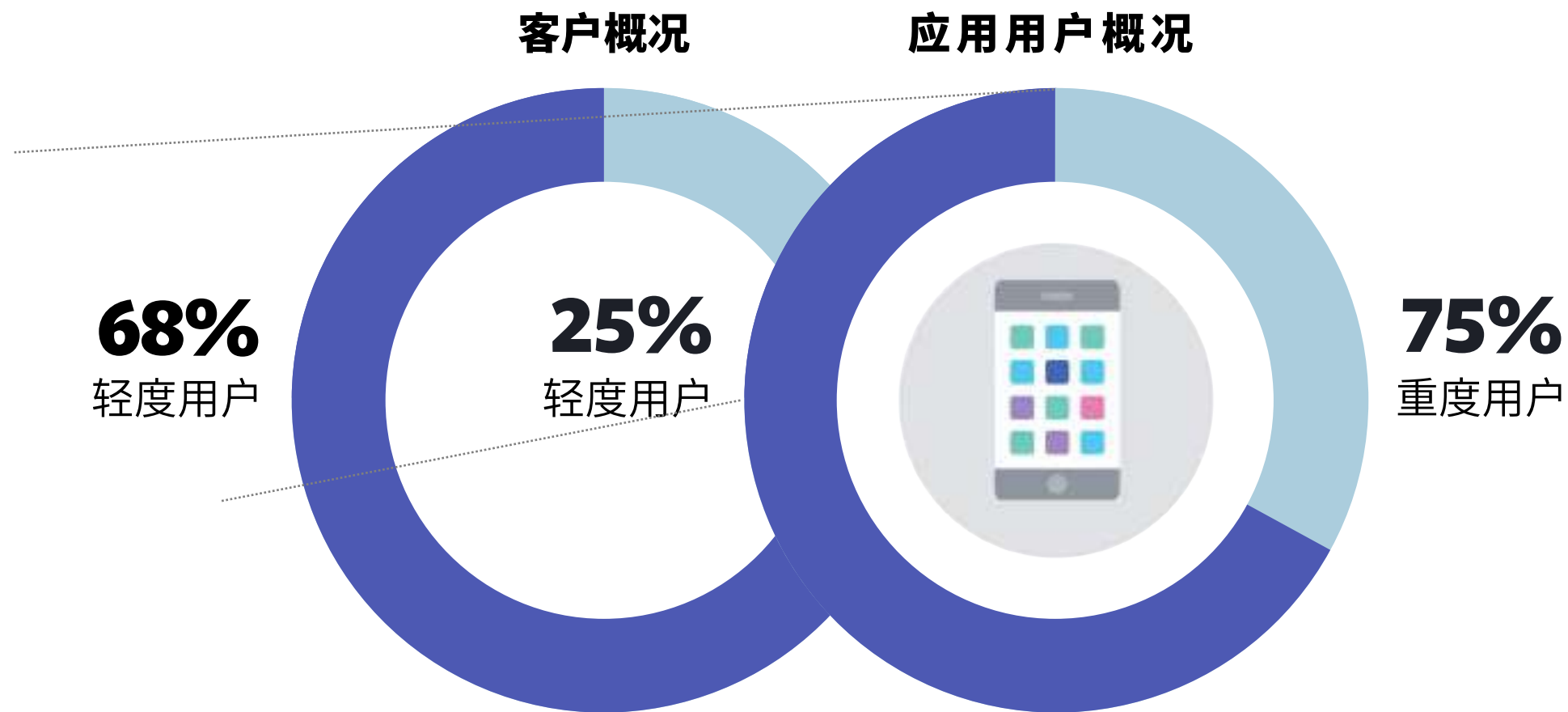


👤当天 👤7天 👤14天 👤21天 👤28天

规模到价值的转折点对业务成功至关重要

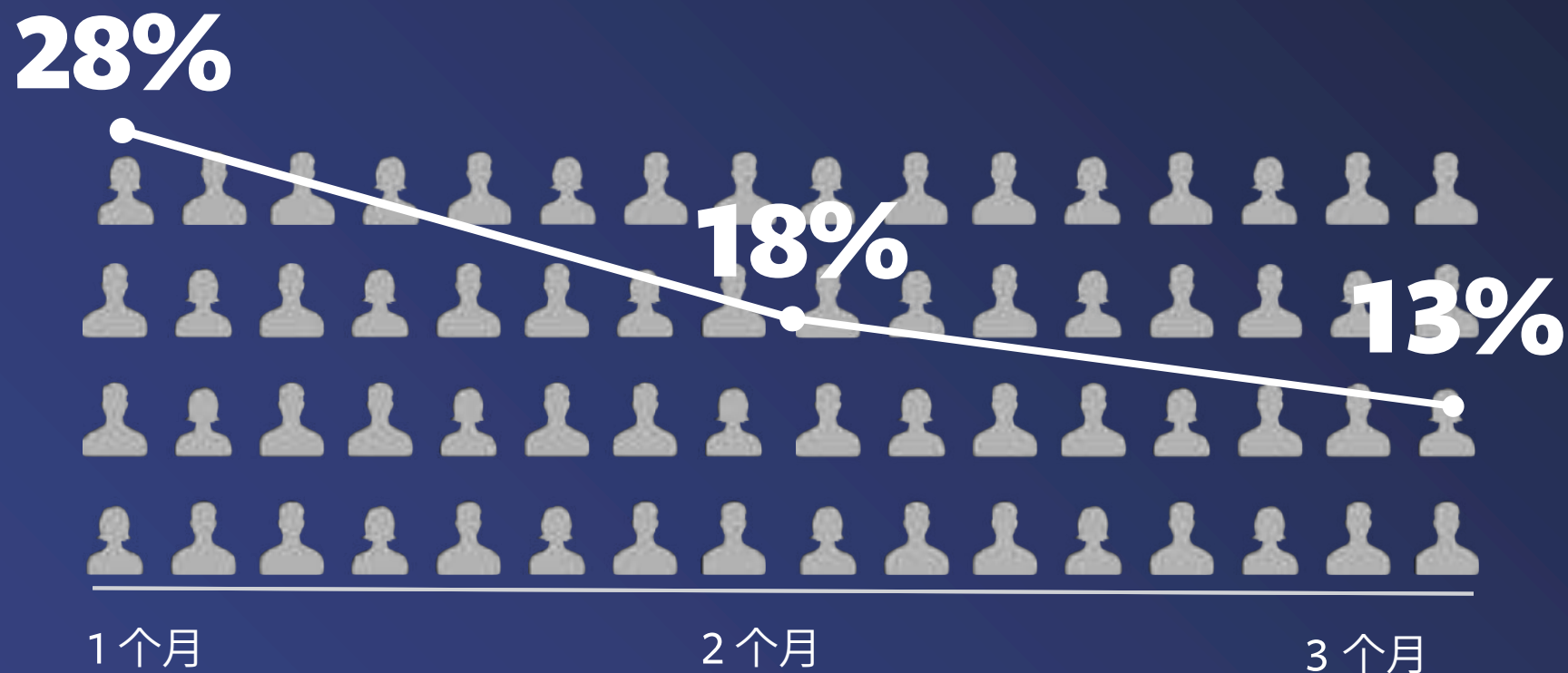


最忠实的客户创造最大价值



脆弱的忠诚度：即便是最活跃的客户也可能流失，且代价十分高昂

不使用应用的时长



停用应用 1、2、3 个月后重返应用继续消费的付费用户占比



高参与度和留存率是 实现业务长期增长的 关键推动因素

80%

的未来利润来自仅 20%
的现有客户

5%

的客户留存率增加就可
带来 25% 至 95% 的盈
利能力提升

50%

的现有客户更有可能尝试
新产品且花费高出 31%
(与新客户相比)

调整成效衡量方案

专注于以人为本的价值衡量



衡量

预测用户在一段
时间内产生的价值

“预测用户将产生
多大价值？”



竞价

根据各发行商的终
生广告花费回报优
化竞价策略

“如何优化以获得
更多价值？”



提升

以价值为基础获取客
户，在整个客户生命
周期内实现广告花费
回报的最大化

“如何根据价值来确
定投资方向和增加
投资？”

对任何行业而言，最有价值的客户都会是保持活跃的最忠实客户



电商业

(来自广告/IAP 的 \$)



游戏业

(来自广告/IAP 的 \$)

转变前

\$CPI

单日 \$eCPM

(Audience Network)

\$CPI

\$CPM

转变后

LTV

= 生命周期 X 单
日创收 (\$)

生命周期因行业而异 (游戏业为 90 天以上；实用工具类应用为 28 天以上；电商业为 60 天以上)

** 客户的观看量指标

营销策略从追求规模转向追求价值

规模到价值

营销活动优化

真实业务价值

单次安装费用

针对最低单次
安装费用优化

未衡量

广告花费回报
(7/14/28 天)

针对 7/14/28
天的广告花费
回报优化

仅衡量短期

广告花费回报（预计）

**针对客户生命周期内
的广告花费回报优化**

衡量长期业务价值

跨 FACEBOOK 旗下应用和服务衡量成效

始终专注于以人为本的价值衡量



衡量真实价值

建立自己的业务情报系统

使用 Appsflyer 等移动成效衡量合作伙伴

使用 Facebook 分析

为真实价值竞价

为 CPA 竞价

为 CPE 竞价

为 ROAS 和 LTV 竞价

提升真实价值

移动应用安装量

价值导向型类似受众
类似受众

线索广告与其他版位

移动应用使用率

像素事件

Audience Network
与版位优化

与价值营销成效相关的 业务指标



客户获取



广告与营销
覆盖人数



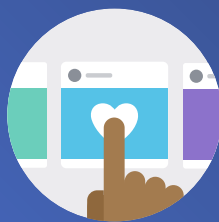
投资回报



管理策略的
影响



客户维系
能力



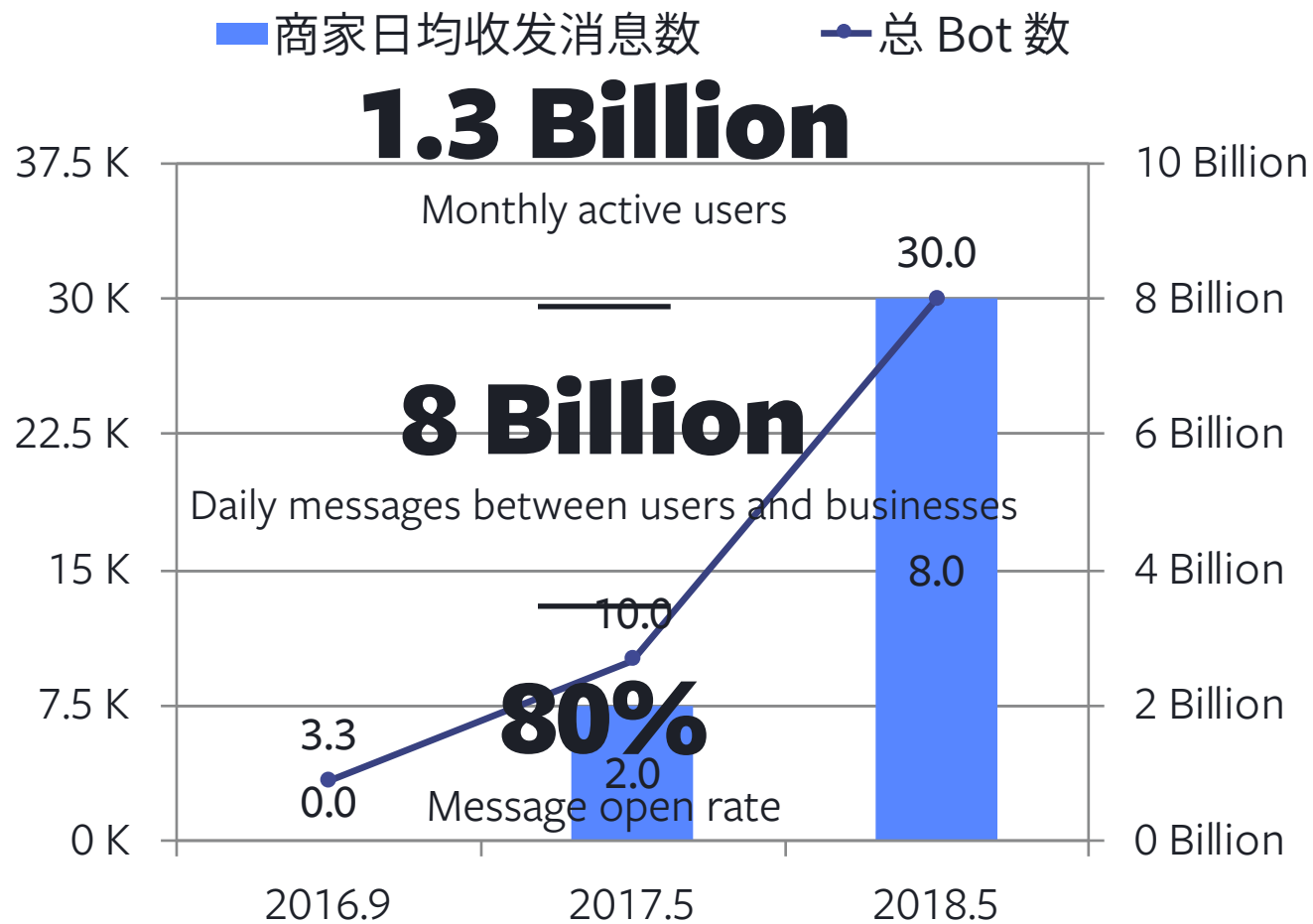
单个客户
的创收能力



利用MESSAGING应用 升级金融科技服务



MESSENGER商家收发消息和机器人的使用



MESSENGER上的金融服务成功案例



GENERALI THAILAND

2X

销售增长



BNP PARIBAS

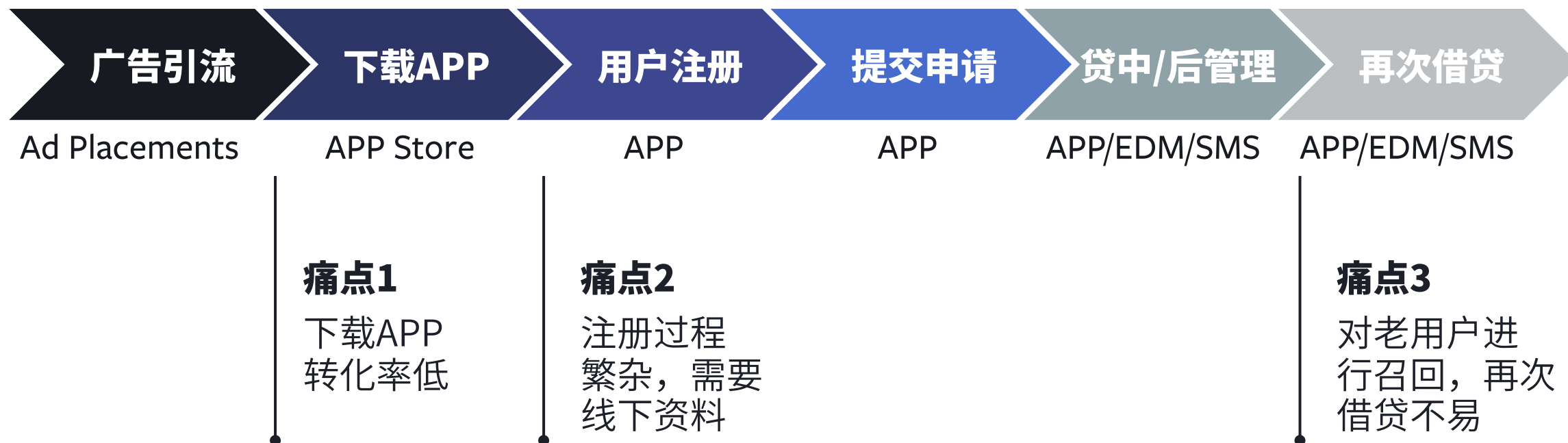
8.8%

Ad Recall 提升

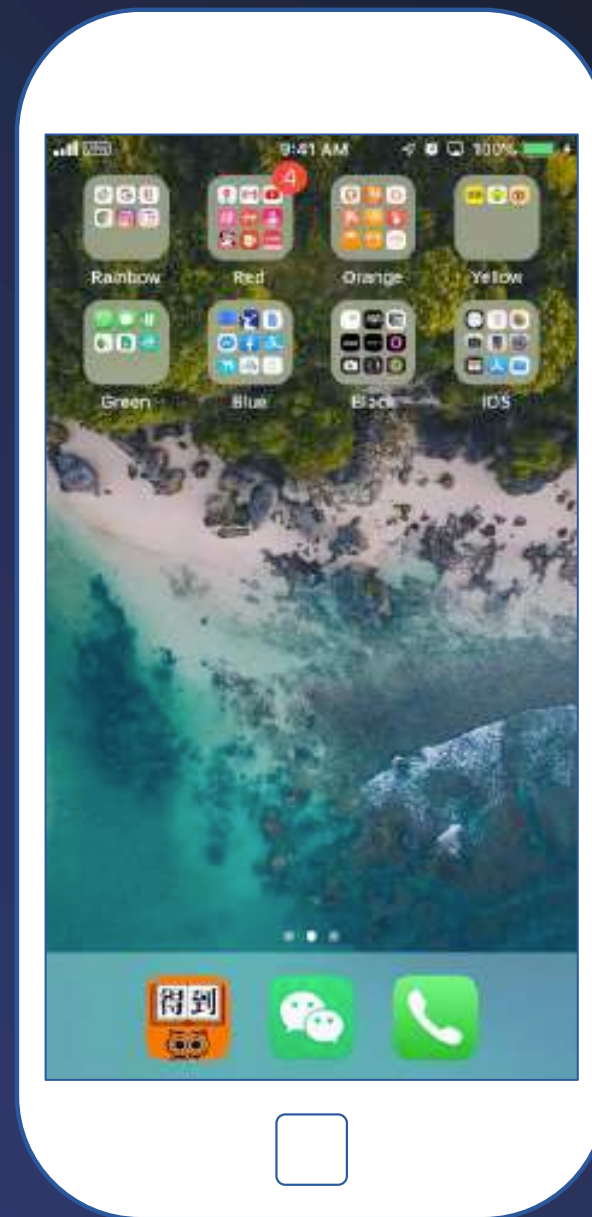
5.5%

申请BNL抵押贷款意向的提升

个人借贷业务流程

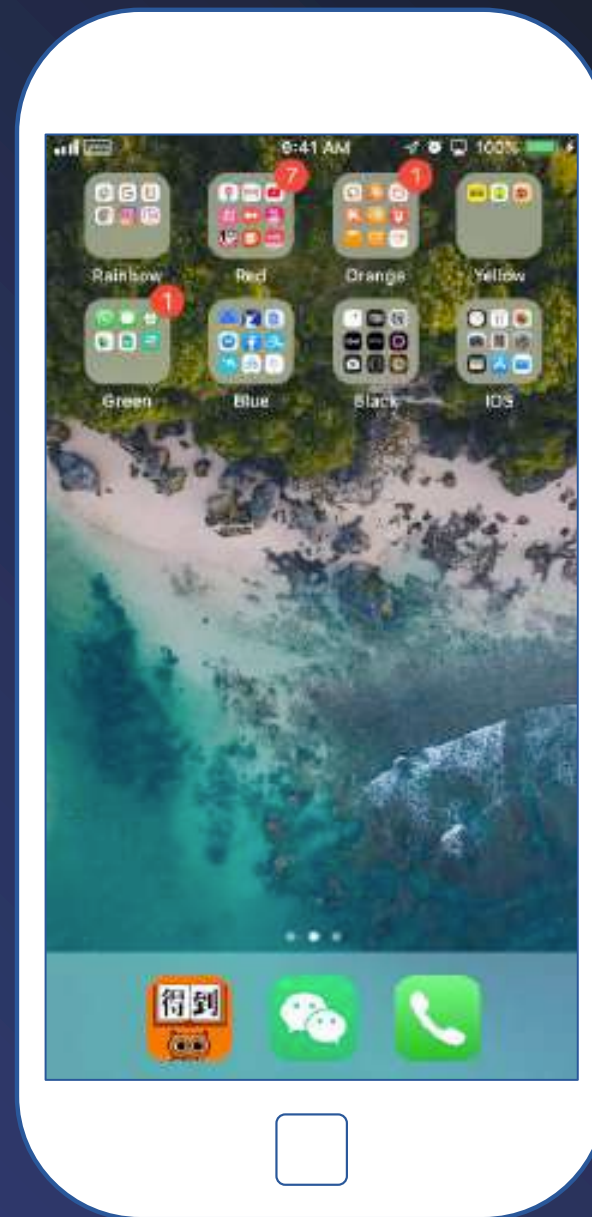


痛点1 下载APP转化率低， 用MESSENGER可以提升



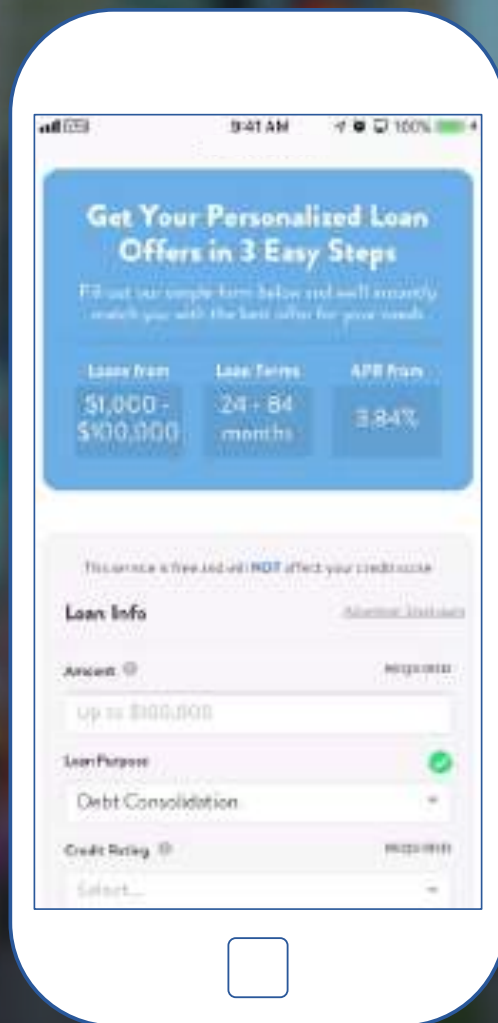
广告CTA：下载APP

MESSAGING 降低用户的心理门槛



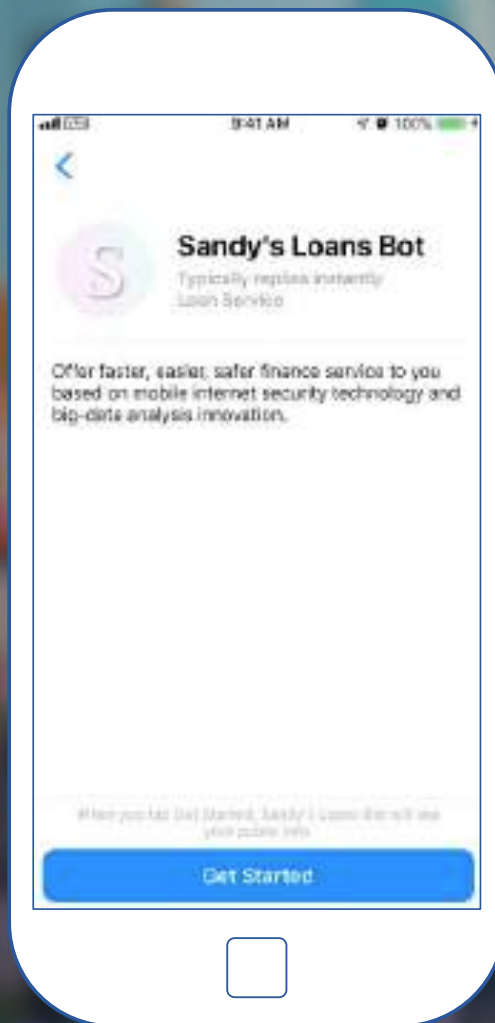
广告CTA：收1条消息

痛点2 账号注册繁杂的问题， MESSENGER可以解决



The image shows a smartphone screen displaying a loan application form. The form is titled "Get Your Personalized Loan Offers in 3 Easy Steps". It includes a section for "Loan Info" with fields for "Amount" (up to \$100,000), "Loan Purpose" (Debt Consolidation), and "Credit Rating" (Select...). The form is complex and requires a lot of input.

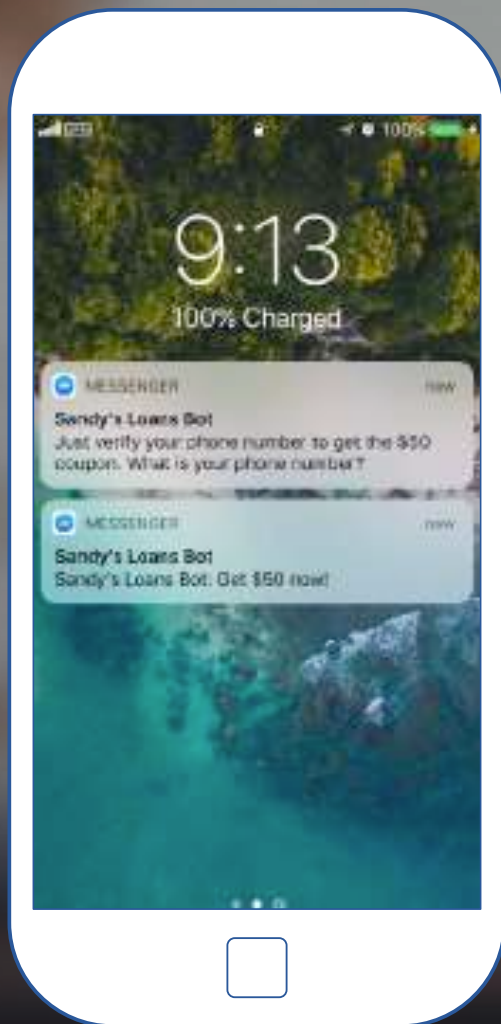
填写冗长表格



The image shows a smartphone screen displaying a chatbot interface. The chatbot is named "Sandy's Loans Bot" and is described as "Typically replies instantly". It offers "faster, easier, safer finance services" based on "mobile internet security technology and big-data analysis innovation". A "Get Started" button is visible at the bottom.

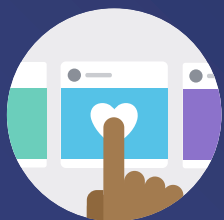
轻对话 获取更多信息

痛点3: 老用户召回难的问题, MESSENGER优惠券方案解决

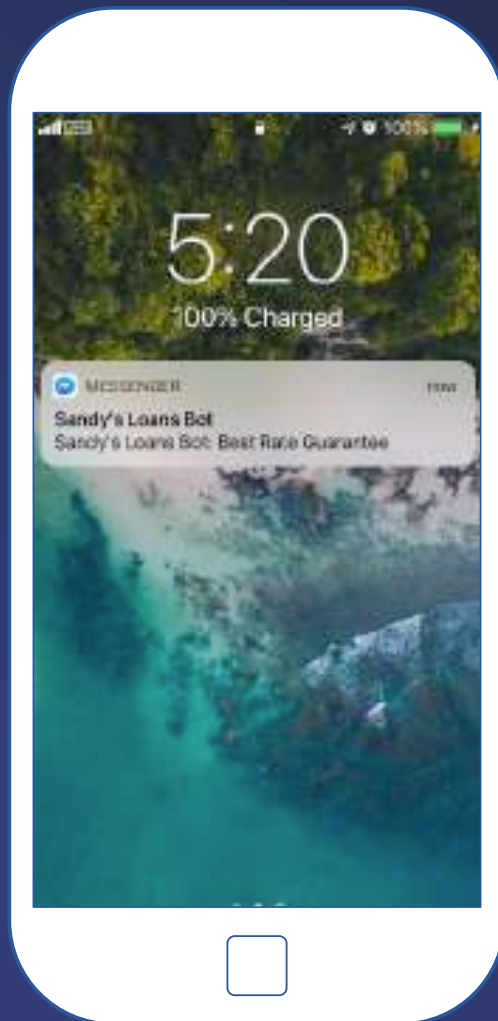


召回消息内放置优惠券

用MESSENGER进行老用户召回的优势



更高打开率

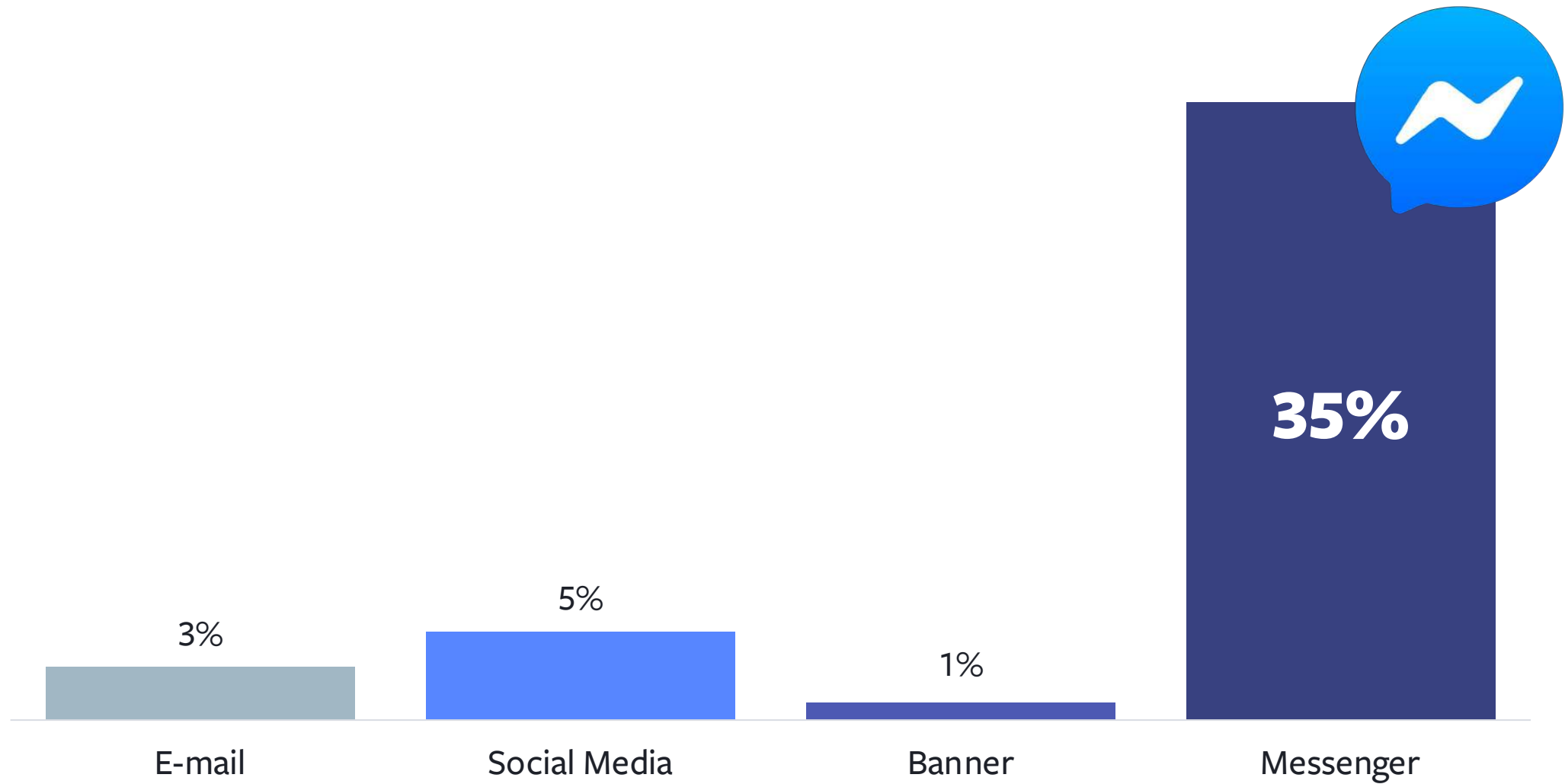


召回消息内放置优惠券



方便用户沟通

CLICK-THROUGH-RATE



谢谢

