

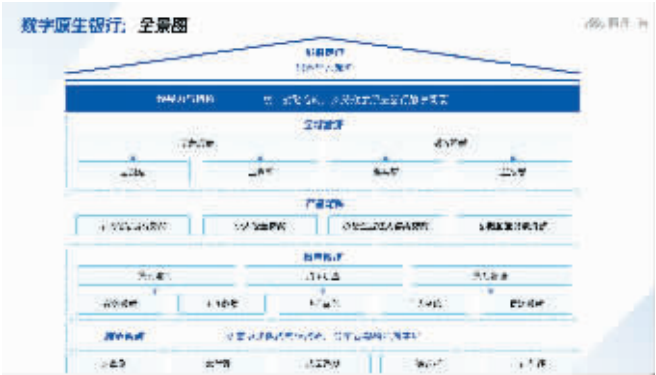
从0到1线上化拓客

腾讯助力数字原生银行小微信贷业务高质增长

如今，“宏观经济下行”已成为全球经济的关键词，尽管我国是全球不多实现经济正增长的主要经济体之一，但商业银行利润空间仍然被大幅压缩。银行亟需调业务、优结构，寻找新的利润增长点。与此同时，在强监管模式之下，消费金融增速也在逐年放缓，助贷联合贷发展模式亟待转型。在减费的政策利好之下，市场聚焦点从“向零售转型”到“向小微信贷转型”，中小银行回归本地，驱动小微信贷规模与增速双提升。然而实际展业过程中，普惠小微仍面临门槛高、额度低、利息高、期限短、融资渠道单一等实际问题。

在上述背景下，银行开始重点发展普惠小微贷款业务，但仍然面临“风险控制”和“成本管理”两大挑战。在风险控制方面，由于小微企业经营不确定性强、缺乏抵质押物，银行为小微企业提供融资服务将面临着更高风险成本；在成本管理方面，受政策让利影响，普惠小微贷款定价相对缺乏弹性，利润空间相对较小，相较于大型企业贷款需求更加小额分散，且经营规范化程度较低，使得拓客成本更高。

面对这两大挑战，以真实的用户触达降低风险，并以线上化、场景化的轻型拓客模式降低成本，已成为银行小微信贷业务高质量发展的两大关键能力，“数字原生银行”应运而生。根据腾讯金融研究院副秘书长杨望在《中国金融》刊发的《金融科技变中求进》表明，数字原生银行涵盖全域营销、各场景的产品矩阵、数字风控以及轻核心、分布式的架构。银行能够在平台生态的助力下，构建全域、全场景的轻型拓客模式，进而实现全域营销，同时综合布局场景，为用户提供更全面的服



务，实现更广泛的拓客。在向数字原生银行的转型过程中，腾讯整合腾讯广告、腾讯云、公众号/企业微信等产品生态，能够从客户影响、客户感知到客户服务、客户运营，全方位为银行提供拓客服务，助力银行信贷全业务链，把握营销新变革。

在过往的合作中，腾讯多次助力银行广告主探索轻型线上化拓客，提升转化并降低成本。

某银行在推广针对个体工商户和小微企业的个人经营性贷款产品时，充分挖掘小程序链路生态优势，打造便捷的转化体验。在注册阶段小程序可一键调取手机号，在申请阶段采用人脸识别核验身份，在小程序内即可完成授信，并直接放款到银行卡。最终有效提升转化率，并降低拓客成本。

某银行在推广针对小微企业的企业信用贷产品时，通过公众号加粉链路探索网销拓客模式。广告主选择投放在企业主活跃的高价值媒体，精准定向企业主人群。用户点击朋友圈广告引导至广告落地页，并通过引导关注公众号、申请服务提醒、注册申请的方式进行转化，最终实现公众号关注率超过15%，注册率超过50%。此次投放单广告注册率、完件率均优于大盘，且上线测试投放阶段授信费用率远超预期。



◎ 腾讯三大核心优势，助力银行广告主拓客：

- 1)全触点覆盖:腾讯系内外海量级应用与流量触点,能全时段、全场景,多维度捕捉目标受众;
- 2)精准、高质量触达:覆盖高质量金融兴趣人群,同时可通过正反识别、定制人群包、自动化投放等工具,供广告主实现个性化用户筛选和流量实时优选;
- 3)全链路风控:通过深度数据合作,与广告主共建信贷产品风控模型,长线提升客户授信水平与业务效率。

◎ 腾讯小微信贷解决方案能够有效覆盖投放曝光、客户转化、运营服务三大环节：

- 1)投放曝光:腾讯广告前端拓客引流
微信、腾讯系QQ、腾讯新闻/腾讯视频等平台与内容系全场景流量、腾讯外APP优量汇蓝海流量等广告流量全场景、全时段高效投放曝光,触达用户,全面提升浏览量、粉丝量及点击率,助推前端拓客引流。
- 2)客户转化:腾讯云场景SaaS工具助力转化
在关注、下载、企微等链路的加粉、注册、激活、授信、进件等各个转化环节,提供技术工具支持,有效促进转化。
- 3)运营服务:公众号/企业微信客户全生命周期运营
从新客留存、老客激活等多方面进行营销内容与服务跟进,例如采取新客免息券、优质客户提醒、客户关怀、还款提醒等,盘活全生命周期价值。

◎ 腾讯能够护航广告主从立项到投放成型四大阶段,并持续优化产品：

- 1)网销立项:明确产品定位、业务流程,搭建系统能力、团队能力,进行盈利性测算;
- 2)投放准备:确认人群定向、产品链路、考核目标等,同时对接系统、申请预算,推动服务商准入;
- 3)上线投放:验证网贷系统,获取团队资源,明确转化目标,进行经营分析并管理供应商;
- 4)放量投放:持续拓展人群、流量,提升转化,推动生态融合。



为更好实现从0到1线上化拓客，银行在搭建小微信贷业务团队时，需在前期做好拓客能力、团队写作、系统能力、数据建设、团队制度及资金供给等能力要素建设。

腾讯广告将持续为银行广告主优化从曝光、转化、再到运营服务的营销解决方案，



助力小微贷款业务搭建线上化、场景化的全域轻型拓客模式，进一步实现高质量的业务增长。