

数字化营销在金融领域的应用研究

陈 林

浙江温州龙湾农村商业银行股份有限公司, 中国·浙江 温州 325000

【摘 要】在金融领域数字化技术的应用与发展促使金融行业得到进一步的发展与转型,为金融行业的发展迎来巨大的机遇和挑战,并且在金融市场以及营销领域,数字化技术的应用都具有一定的作用和价值。运用数字化技术能够有效为金融领域提供准确且及时的信息服务,保证金融领域能够快速获取市场竞争的信息,并且为保证自身持续稳定发展做出相应的措施。许多金融企业与机构在数字化技术应用的推动下,在激烈的市场竞争中占据了一定地位,营销策略也在不断的优化,可以说,在数字化营销推动下金融领域逐渐步入新的发展阶段。基于此,文章针对数字化营销在金融领域中的应用展开探索,指出金融企业数字化营销策略中所存在的问题,并围绕数字化营销策略的优化提出建议,为推动金融行业持续发展提供参考。

【关键词】数字化营销; 金融领域; 应用

The Application Research of Digital Marketing in Finance

Chen Lin

Zhejiang Wenzhou Longwan Rural Commercial Bank Co., Ltd., Wenzhou, Zhejiang 325000, China

[Abstract] The application and development of digital technology in the financial field have promoted the further development and transformation of the financial industry, and ushered in huge opportunities and challenges for the development of the financial industry. In the financial market and marketing field, the application of digital technology has a certain role and value. The use of digital technology can effectively provide accurate and timely information services for the financial sector, ensure that the financial sector can quickly access the information about market competition, and make corresponding measures to ensure their own sustainable and stable development. Driven by the application of digital technology, many financial enterprises and institutions occupy a certain position in the fierce market competition, and their marketing strategies are also constantly optimized. It can be said that the financial field has gradually entered a new stage of development under the promotion of digital marketing. Based on this, the article explores the application of digital marketing in the financial field, points out the problems existing in the digital marketing strategy of financial enterprises, and puts forward suggestions on the optimization of digital marketing strategy to provide reference for promoting the sustainable development of the financial industry.

[keyword] Digital marketing; Financial field; application

引言

数字化技术在当前时代下不断的发展,为许多行业领域带来科技的创新,尤其在金融领域中的应用,带领金融行业进入全新应用模式,对金融领域经济效益的提升起到有效的推动作用。在经济快速发展与转型的推动下,经济领域市场竞争越来越激烈,数字化技术的应用,为人们以及金融领域营销工作的开展提供许多便利,不仅转变了人们的消费行为和习惯,还进一步促进金融领域的发展与转型。追随社会时代的发展以及消费者消费行为习惯的转变,数字化营销在金融领域中的应用能有效提升服务效率和营销效果,实现金融行业的持续发展战略。

1 数字化营销相关概述

1.1 数字化营销内涵

数字化营销主要是从本质上利用数字化信息技术和通信技术对各行各业的营销策略和消费者的消费行为习惯进行重塑,利用互联网信息技术推动时代的发展与转变,将大数据充分运用到人们的生活与工作当中。数字化营销工作的开展能够利用大数据信息和数据进行深度的挖掘,抓住大众消费的倾向,在各行各业领域中的应用都具有较高的商业价值。因为数字化营销的数据类型较多,且信息数据处理速度较快,在各行各业的应用都具有较高的应用价值体现^[1]。所以,数字化营销在各行各业领域内的应用都具有重要作用。之所以称之为数字化营销,是通过互联网以及大数据等信息技术实现营销的目的,借助科技手段,对复杂的信息和数据进行整合与梳理,从而将对企业和消费者更有利的信息进行梳理与分析,在降低企业运营成本的基础上,为企业获取更高的经济效益,促进行业领域的持续稳定发展。

1.2 数字化营销特点

数字化营销在各行各业领域内的应用具有故事性、互动性、娱乐性以及话题性的特点。因为数字化营销比较注重消费者内心消费欲望以及消费行为习惯等方面的挖掘,能够通过讲故事的形式吸引消费者购物,使消费者心理情感产生共鸣,从而提升消费者对产品产生的好奇心,在消费者内心为品牌树立良好的形象,从而促进产品的营销。另外,数字化营销主要是利用大数据信息和数据吸引广大消费者的参与,带动消费者参与到产品营销的互动当中,从而提升消费者对产品以及服务的体验评价,通过互动提升消费者对产品的信任度,从而有效达到产品营销的目的。利用消费者对产品产生的信任度和好感,充分发挥产品与其他产品和服务中存在的不同点,不断对消费者强调产品的个性特色。一方面能够增强消费者对品牌的认知,另一方面能够为消费者购买产品奠定基础。除此之外,利用数字化营销模式构建话题,并积极引导消费者参与到话题讨论当中,博取消费者的眼球,增强消费者对产品营销的关注度,从而刷新消费者的认知和记忆,达到有效的产品营销目的。

2 金融企业数字化营销策略中存在的问题分析

2.1 线上客户留存率和转化率较低

以某银行为例,运用数字化营销策略对金融产品进行营销能够有效提升线上客户的满意度,利用大数据信息技术掌握消费者的消费水平和消费行为习惯,能够促进产品的营销。但实际大部分银行在金融产品营销的过程中,并没有注重数字化营销策略的应用,忽略线上客户,导致数字化获取的客户留存率较低,再加上许多客户对数字化凝胶模式的理解水平较低,并不会主动通过

线上购买金融产品,大多比较倾向参与线下银行所创办的活动,部分消费者对线上活动的了解并不全面,因此不愿主动参与线上广告或抽奖活动,这大大降低了银行金融产品的营销效果,不利于金融产品的营销,导致产品营销的渠道狭窄,为银行的发展也会产生一定的负面影响。许多业务人员对客户经营方面工作的重视并不高,并没有全面的站在客户的角度考虑产品的营销模式,导致产品线上所吸引到的客户转化率较低,营销渠道中,线上线下融合的方式也不够清晰,不利于金融产品的营销,更不利于银行在激烈市场竞争中的持续发展。

2.2 线上服务平台体验有待优化

数字化营销模式在金融领域中的应用主要体现在线上营销层面,许多金融企业为了进一步提升自身的影响力,以及为用户提供可信赖度较高的消费渠道,会建立自有产品营销软件,在线上为客户进行服务,客户在产品的购买以及售后服务等方面工作均在线上完成。这虽然能够满足消费者足不出户便能通过线上消费的需求,但许多企业对数字化技术的应用认识不够全面,线上服务一味采用人工服务或机器人服务的方式,无法满足客户对服务的需求。作为线上沟通与服务的平台,软件所具备的功能较多,许多消费者在使用软件的过程中,并不能立刻找到部分功能的入口,严重降低软件使用的便捷性,同时也会对产品的营销效果产生一定的影响。若企业没有及时优化线上营销平台和软件功能,便会大大降低消费者的满意度,导致金融产品数字化营销的效果降低。

2.3 数字化传播效果无法达到预期

数字化营销策略的运用,主要目的是利用当前盛行的信息技术以及数字化技术等手段,促进消费者的消费欲望,通过线上宣传扩大产品的知名度,为消费者树立更好的品牌形象。但实际上,部分金融企业在利用数字化营销对产品进行传播与宣传的过程中,因为不具备丰富的新媒体传播经验,导致产品传播的效果不理想,不能吸引更多消费者关注,流量和营销效果都会大打折扣。例如,运用直播方式对产品进行宣传以及营销,但实际在直播过程中,员工对产品的讲解不够详细,消费者无法理解产品的实质性内容,并且直播画面中缺少产品的链接,消费者即使产生购买欲望,也无法及时购买到产品,又或者消费者在购买产品的过程中,需要退出直播间转入到其他软件当中购买,无法实现线上购物的便捷性,也会大大降低消费者的购买欲望。

3 数字化营销在金融领域的应用优化策略

3.1 加强数字化场景的建设

争夺数字化时代的金融服务入口,作为新商业模式以及新商业逻辑的核心^[2]。数字化营销在金融领域中的应用,主要目的是利用数字化技术建设金融服务场景,为消费者提供金融服务的同时,促进金融产品的营销。对此,企业需要加强数字化营销领域专业人才的培养,并利用数字化技术构建出产品营销场景,利用电商以及社交服务平台为用户提供金融服务,加大金融产品的宣传力度,提升自身金融产品数字化营销能力的同时,进一步发挥线上服务优势,突破传统金融产品营销的理念和方式,为用户提供更能满足消费者欲望的服务。在数字化营销策略的构建中,可以将金融产品的营销与消费者便民服务以及公共出行等方面核心内容相关联,突显金融产品的特色与优势,抓住消费者的消费心理,将金融产品营销与消费者的生活相关联,能有效提升金融产品的营销效果。在“走出去”方面,要通过跨界与融合,打破服务边界,拓展生态场景,实现对合作伙伴的金融赋能,开拓根据地并在外部生态实现对客户的经营服务^[3]。另外,在线上可以利用微信小程序或抖音短视频等方式加强宣传,引进金融产品线上营销的场景,为消费者购买金融产品提供更加便利的渠道,拓展消费渠道的同时留存更多线上消费者,从根本上提升数字化营销的效果。

3.2 实现线上线下结合渠道

在金融领域中运用数字化营销策略,将线上营销渠道与线下

营销渠道相结合,能够加快客户流量的沉淀以及裂变,推动客户流量的循环再生。利用线上营销渠道加强对金融产品的宣传,从而带动流量拓展客户的渠道,吸引更多新用户的同时,培养更多回头客,从而转变消费者的消费观念。通过线上客户的数据标签与商机捕捉,发挥线上高效率分层分类的优势,筛选潜力客群,向客户推荐有价值的线下服务,通过数据库的方式向线下网点同步潜力客群。积极推动朋友圈和网点线上店建设,通过深耕微信社交场景实现微信群成员线上活跃经营。另外,线上线下营销渠道的结合还能有效结合消费者消费理念,为消费者提供不同渠道的产品营销方案,为消费者提供更高的服务水平。线上线下营销渠道的结合,能够满足不同消费群体的需求,通过线上为客户提供远程服务,并且通过线上互动,能够吸取客户所提出的建议,总结自身在营销过程中存在的不足。而线下营销渠道能够做好流量的成绩,进一步增强金融产品的配置能力^[4]。二者的有效融合能够延伸服务能力与范围,促进金融企业内部数字化的建设,保证企业能够顺应时代的发展不断进步,调整自身产业结构的同时,参与并提升企业数字化服务能力。

3.3 推动数字化产品的创新

要想进一步促进金融领域的持续稳定发展,需要加强数字化营销的传播,未金融产品树立更好的大众口碑,加强品牌的宣传从而提升产品的营销效果。除了需要提供基础的金融产品之外,更要结合数字化技术进行产品的创新研发。以往传统的产品营销模式无法满足当前时代消费者对金融产品购买的需求,因此充分利用数字化营销策略,加强跨界联名,抓住消费者的心理,加大金融产品的宣传力度同时提升消费者的消费欲望。在数字化营销策略的构建中,需要将信息技术优势发挥到最大,利用短视频或微信小程序,公众号等形式加大金融产品的宣传力度,同时为消费者提供更多线上购买产品的渠道。在短视频创作中,可以利用创意是视频增强金融产品的口碑,并利用微信公众号和小程序等方式真正将金融产品带入到人们的生活当中。另外通过直播的方式加强对产品相关内容的宣传,吸引更多流量,将线上营销优势发挥到最大,通过线上营销渠道为客户提供具有一定特色的沉浸式金融产品,购买和服务体验。

4 结论

综上所述,数字化营销在金融领域中的应用,能够打破原本传统的金融营销策略并且利用现代信息技术的优势带领金融领域步入新时代,帮助金融企业形成新的发展格局,并且明确金融领域未来发展的方向。在实际应用的过程中,金融行业需要将数字化营销理念和策略贯穿到产品营销工作当中,将线上线下营销模式有效结合,为客户提供不同的营销渠道,加强对金融产品的宣传,同时利用数字化营销优势进一步推动产品的创新。总而言之,金融领域应用数字化营销策略能够充分发挥数字化营销特点和优势,进一步延长金融产品的生命周期,也从而打造出具有一定时代特色的营销模式,促进金融领域在当前时代下的稳定发展与进步。

参考文献:

- [1] 马胜清. A银行零售业务营销数字化转型问题研究[D]. 吉林大学, 2022.
- [2] 陈天泽. 数字化营销引领互联网金融领域新生态——记陈懿敏与上海在赢端网络科技有限公司[J]. 商业文化, 2021(19): 65-66+64.
- [3] 卞森. 数字化技术在金融领域中的应用研究[J]. 信息记录材料, 2020, 21(06): 80-81.
- [4]. 数字化营销推动农村普惠金融更上层楼[J]. 中国农村金融, 2019(03): 1.

作者简介:

陈林(1983),男,汉,浙江温州,银行副行长,本科,浙江温州龙湾农村商业银行股份有限公司副行长,研究方向:经济金融。