

网红新媒体客群银行联动 与营销解决方案

2024年11月11日



The better the question. The better the answer.
The better the world works.



EY安永

Shape the future
with confidence
聚信心 塑未来

网红新媒体客群银行联动与营销解决方案

2024-11-11



前言

在数字化营销时代，银行与新媒体客群的联动营销已成为金融机构拓展客户群体、提升品牌影响力的重要策略。新媒体客群如主播网红等人群以其独特的影响力和广泛的粉丝基础，为银行提供了新的营销渠道和客户触点。银行需要深入了解不同主播客群的特征和需求，以便设计更加精准和有效的营销策略，提出针对性的金融产品与服务，以及创新的合作模式。

一、市场背景与客群分析

1. 新媒体客群的兴起

随着互联网的普及和社交媒体的发展，主播网红已经成为新一代的意见领袖和市场影响者。他们通过直播平台、短视频平台等渠道，与粉丝建立紧密联系，形成了强大的粉丝经济。银行作为传统金融机构，通过与主播网红的合作，可以更有效地触达年轻客群，提升服务的个性化和互动性。

2. 客群特征分析

根据网络公开资料整理，新媒体主播网红涉及各个领域，其中以美食、美妆、知识、才艺、情感等领域粉丝量居多，而不同领域的头号主播网红具有不同的特点。

美食主播

以青年为主，女性居多，地域偏好明显，收入不均，头部主播占据大部分收入。

时尚美妆主播

女性主导，男性逐渐增加，收入差异化显著，集中在一线城市。

知识教育类主播

年轻、高学历，地域集中于大城市，收入差异大。

娱乐才艺类主播

内容多样化，地域特色显著，收入与学历、地域关联。

二、金融产品与服务创新

金融机构可以开发与主播网红客群需求相匹配的定制化金融产品，提供个性化服务方案，并设计增值服务来满足主播在财务管理、税务规划等方面的特定需求。通过这些创新举措，银行能够为新媒体客群提供全面而专业的金融服务，增强客户忠诚度和满意度。

1. 定制化金融产品

银行可以根据不同类型的主播网红需求，设计定制化金融产品，以帮助他们有效管理财务并扩展业务。针对美食主播、时尚美妆主播、知识教育类主播以及娱乐才艺类主播，银行可以提供专属的信用卡、跨境支付服务、供应链融资、私人银行服务、教育储蓄计划、艺术家贷款等定制化产品。通过针对性的产品设计，银行可以与主播建立更加紧密的合作关系，实现品牌曝光度和客户忠诚度的提升。

针对美食主播，银行可提供多样化的金融服务，以满足其在消费、业务扩展及财富管理等方面的需求。例如，尊享信用卡为主播提供高额信用额度，专为他们在全球美食活动中的高消费设计，同时享有餐厅折扣与积分奖励；通过供应链融资，银行为那些计划扩展业务或创建自有品牌的美食主播提供低息贷款和定制化采购融资方案，助力其业务发展等。

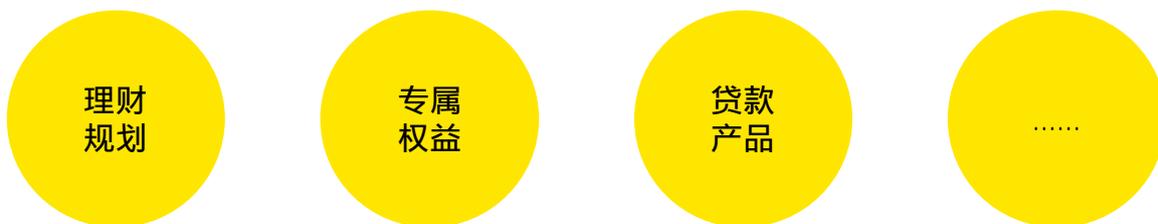
针对时尚美妆主播，银行可提供专门的金融解决方案，帮助其管理国际收入和品牌发展。例如，跨境支付服务为时尚博主处理多国收入提供支持；通过私人银行服务，博主能够享受财富管理、税务规划和家族信托等服务，获得定制化的投资策略，优化资产配置等。

针对知识教育类主播，银行可探索开发多种金融服务以支持其职业发展和知识产权保护。例如，教育储蓄计划帮助主播进行长期储蓄和未来教育投资，支持其参与学术相关活动。同时，知识产权保险为知识类主播的内容创作提供保障，降低维护版权时可能面临的法律风险。

针对娱乐才艺类主播，银行可提供专属的金融服务，帮助其管理创作和收入。例如，艺术家贷款为主播提供资金支持，满足其在内容创作、演出及设备采购中的需求；演出保险则为大型活动提供风险保障，降低财务风险。银行还可推出粉丝经济账户，专门用于管理主播不稳定的打赏和直播收入，帮助其实现财富增值和有效的收入管理。

2. 个性化服务方案

银行可为新媒体主播群体设计多种个性化服务方案，以满足该客群在理财、品牌合作及市场推广方面的需求。首先，专属理财顾问服务为主播提供一对一的理财规划，涵盖资产配置、税务规划等个性化的财富管理建议，确保根据主播的收入和风险偏好量身定制投资策略。其次，银行通过与知名品牌合作，推出联名信用卡，可以为主播及其粉丝提供专属权益和优惠，还可通过提升品牌曝光度和粉丝粘性，进一步吸引目标客户。此外，银行还可与主播开展直播带货合作，借助主播的影响力推广金融产品，扩大产品曝光率，从而提升品牌知名度和市场渗透率。这些定制化策略帮助银行精准触达目标客群，增强客户黏性与品牌影响力。



3. 增值服务设计

银行可通过增值服务设计，进一步满足主播的个性化需求。首先，银行为主播提供专业培训，帮助他们掌握金融知识。其次，银行提供税务规划服务，帮助主播在复杂的收入结构下实现合理避税和税务支出优化。此外，银行定期举办财务教育活动，帮助主播提升财务素养，增强其长期理财规划的能力等。这些增值服务能够全方位支持主播的财务管理与事业发展，增强他们的财务稳定性和专业性。



三、合作模式与营销策略

银行与主播的合作模式与营销策略，旨在通过多元化的联动方式、社交媒体营销和数据驱动的精准推广，提升品牌影响力和客户粘性。通过联名活动、主题银行和粉丝互动等活动，银行能够利用主播的影响力吸引年轻客户群体，并强化品牌曝光度。与此同时，社交媒体营销进一步扩大了银行产品的传播范围，通过内容分享、影响者推荐和社群互动，增强与目标客群的联系。通过数据驱动的精准营销，银行能够基于粉丝数据分析进行客户画像、个性化推荐，并实时跟踪营销活动效果，确保营销策略的有效性和针对性。这种综合性的合作模式可帮助银行通过主播的影响力实现市场拓展与精准触达。



联动营销活动

- ▶ 联名活动
- ▶ 主题银行
- ▶ 粉丝互动



社交媒体营销

- ▶ 内容营销
- ▶ 影响者营销
- ▶ 社群营销



数据驱动的精准确营销

- ▶ 客户画像分析
- ▶ 个性化推荐
- ▶ 效果跟踪

四、挑战与机遇

银行与主播的合作必须确保两者的品牌调性相符，避免主播的形象或行为偏离银行的价值观，进而影响银行的品牌声誉。此外，直播行业的快速变化带来流量波动，这使得合作的稳定性和长远效益难以保证。

银行可以利用主播的广泛影响力，特别是在年轻客群中的号召力，拓展年轻市场。通过与主播合作，银行能够推出创新型金融产品，如联名信用卡和专属服务，进一步提升品牌在年轻人群中的认知度与吸引力，同时促使银行服务更加多元化和创新化。

银行与主播网红的联动营销，不仅能够为银行带来新的客户群体，也为主播提供了更多的商业机会。通过精准的市场定位、创新的金融产品、个性化的服务方案以及有效的风险管理，银行能够与主播网红共同探索更多的合作可能性，实现双方的共赢发展。

如需了解更多信息，欢迎联系我们：



张超

金融服务咨询主管合伙人
安永（中国）企业咨询有限公司
+86 138 0102 1284
jason-c.zhang@cn.ey.com



刘静如

金融服务咨询合伙人
安永（中国）企业咨询有限公司
+86 138 1763 4332
jean.jr.liu@cn.ey.com



胡睿轩 博士

金融服务咨询经理
安永（中国）企业咨询有限公司
+86 136 8117 4026
rui.xuan.hu@cn.ey.com



陈金虎

金融服务咨询经理
安永（中国）企业咨询有限公司
+86 185 7645 9540
rain.jh.chen@cn.ey.com

安永 | 建设更美好的商业世界

安永的宗旨是建设更美好的商业世界。我们致力帮助客户、员工及社会各界创造长期价值，同时在资本市场建立信任。

安永坚持创新与技术投入，通过一体化的高质量服务，帮助客户把握市场脉搏和机遇，加速升级转型。

在审计、咨询、战略、税务与交易的专业服务领域，安永团队对当前最复杂迫切的挑战，提出更好的问题，从而发掘创新的解决方案。

安永是指 Ernst & Young Global Limited 的全球组织，加盟该全球组织的各成员机构均为独立的法律实体，各成员机构可单独简称为“安永”。Ernst & Young Global Limited 是注册于英国的一家保证（责任）有限公司，不对外提供任何服务，不拥有其成员机构的任何股权或控制权，亦不担任任何成员机构的总部。请登录 ey.com/privacy，了解安永如何收集及使用个人信息，以及在个人信息法规保护下个人所拥有权利的描述。安永成员机构不从事当地法律禁止的法律业务。如欲进一步了解安永，请浏览 ey.com。

© 2024 安永，中国。
版权所有。

APAC no. 03021021
ED None.

本材料是为提供一般信息的用途编制，并非旨在成为可依赖的会计、税务、法律或其他专业意见。请向您的顾问获取具体意见。

ey.com/china

关注安永微信公众号
扫描二维码，获取最新资讯。

