

Chi tiêu qua thẻ VIB dự kiến chạm mốc 4 tỷ USD trong năm 2023

14:22 30/10/2023

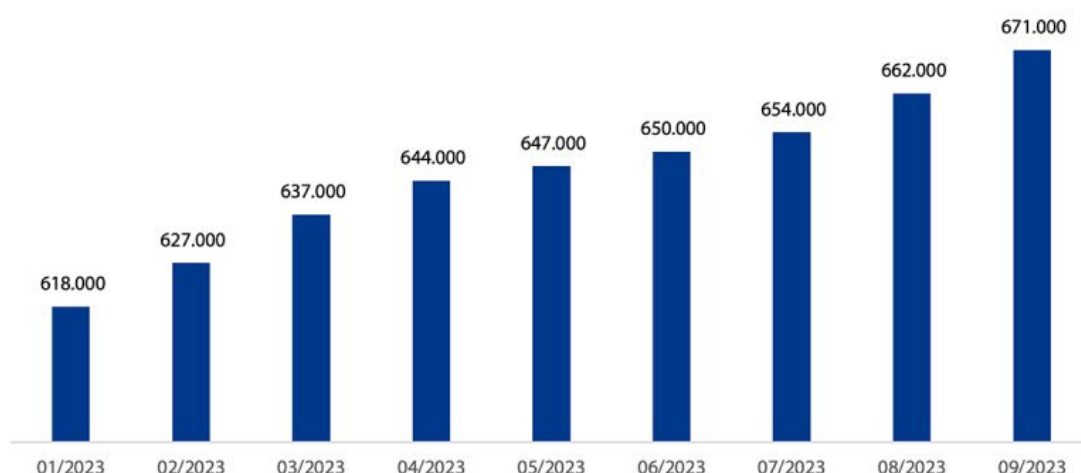
Chiến lược đổi mới sáng tạo các dòng thẻ tín dụng của VIB đại diện cho một xu thế thanh toán không tiền mặt hiệu quả, đáp ứng đa dạng nhu cầu của công dân số hiện đại.



Chi tiêu qua thẻ VIB liên tục thuộc nhóm cao nhất thị trường, dự kiến chạm mốc 4 tỷ USD

Năm năm trở lại đây, VIB liên tục ra mắt các dòng thẻ độc đáo với lợi ích vượt trội cho từng nhu cầu của người dùng, nhanh chóng khẳng định vị thế dẫn đầu về tốc độ tăng trưởng số lượng thẻ mở mới và chi tiêu qua thẻ.

Mảng thẻ của VIB tăng trưởng ấn tượng, đạt hơn 671.000 thẻ lưu hành tính đến hết tháng 9/2023.



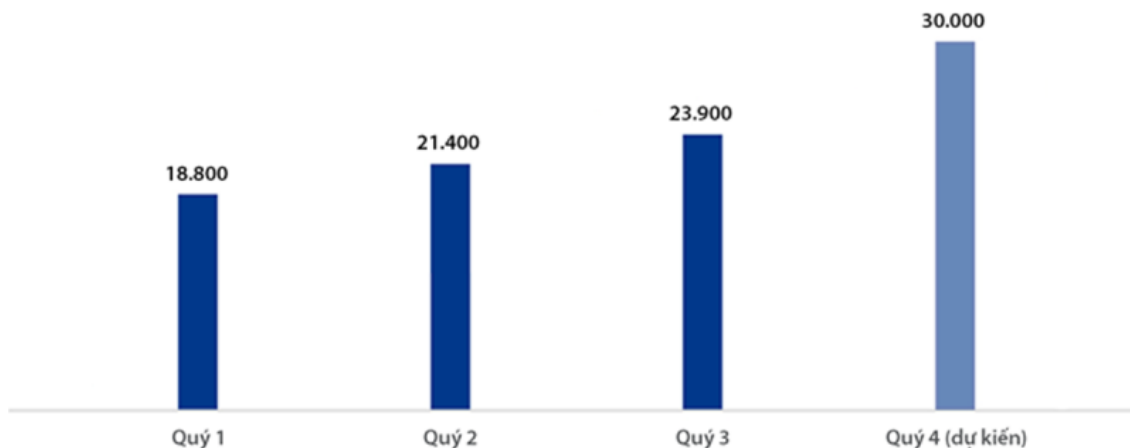
Số lượng thẻ VIB lưu hành trong 9 tháng đầu năm 2023 (ĐVT: Thẻ)

Trong đó, Super Card và LazCard - hai dòng thẻ nâng tầm tính cá nhân hóa dựa trên các tính năng chuyên biệt được may đo theo nhu cầu thực tế của người dùng, liên tục lập kỷ lục về đăng ký mở mới ngay từ những ngày đầu ra mắt trong năm 2023.

Điều này cho thấy những điểm khác biệt vượt trội về trải nghiệm chi tiêu không tiền mặt mà chiến lược thẻ chuyên sâu của VIB mang đến đã giúp thương hiệu thẻ của nhà băng này được đón nhận nồng nhiệt bởi người dùng Việt.

Cùng với đó, chi tiêu qua thẻ VIB liên tục thuộc nhóm cao nhất thị trường. Theo số liệu từ Hiệp hội Thẻ Việt Nam, trong 6 tháng đầu năm, tổng chi tiêu qua thẻ VIB đạt hơn 40.000 tỷ đồng, cao hơn gấp 3 lần so với trung bình thị trường.

Tính đến 30/9/2023, con số này đạt hơn 64.100 tỷ đồng (gần 2,7 tỷ USD) và VIB dự kiến chạm mốc 4 tỷ đô vào cuối năm nay.



Tổng chi tiêu qua thẻ VIB trong năm 2023 (ĐVT: Tỷ đồng Việt Nam)

Chi tiêu bình quân trên mỗi thẻ của VIB trong 3 quý đầu năm đạt 11,2 triệu đồng, cao hơn 40% so với trung bình thị trường. Kết quả này đến từ xu hướng khách hàng tương tác và giao dịch qua Thẻ VIB ngày càng tăng mạnh, tương ứng với 2,6 triệu lượt giao dịch trung bình mỗi tháng trong ba quý đầu năm.

Dẫn đầu về hiệu quả hợp tác với các tổ chức hàng đầu thế giới

Đặt mục tiêu mang đến những trải nghiệm chi tiêu không tiền mặt tốt nhất cho khách hàng, VIB duy trì và liên tục mở rộng danh mục hợp tác với những đối tác là các tổ chức phát hành thẻ hàng đầu thế giới. Bên cạnh Mastercard và Visa, tháng 6/2023, VIB đã chính thức hợp tác cùng American Express cho ra mắt Super Card - dòng thẻ đầu tiên tại Việt Nam trao toàn quyền làm chủ, tự chọn tính năng và hoàn tiền đến 15% cho khách hàng.

Vị thế tiên phong, dẫn đầu xu thế thẻ tại Việt Nam cùng lợi thế về công nghệ, ý tưởng sáng tạo của VIB khi kết hợp với kinh nghiệm lâu năm của các tổ chức quốc tế đã đưa đến quả ngọt về sự yêu mến và tỷ lệ sử dụng ngày càng cao của người dùng. Đây cũng là lý do thị phần chi tiêu qua thẻ VIB với các đối tác quốc tế hàng đầu luôn đạt mức vượt trội.

Năm 2022, tổng chi tiêu qua thẻ VIB - Mastercard đạt hơn 3 tỷ USD, khẳng định vị thế dẫn đầu với mức tăng trưởng nhanh nhất thị trường Việt Nam. Đồng thời, số lượng thẻ VIB - Mastercard phát hành tại Việt Nam và tổng chi tiêu qua thẻ tại nước ngoài cũng thuộc nhóm cao nhất.

Kết quả tích cực về mảng thẻ tín dụng khiến VIB trở thành nhà băng đầu tiên và duy nhất tính đến nay phá kỷ lục cùng lúc đạt được 9 giải thưởng và cũng là số lượng giải thưởng lớn nhất trong lịch sử của Mastercard.

Riêng Super Card, dấu ấn của dòng thẻ đầu tiên trên thị trường cho phép người dùng tùy chọn và điều chỉnh các tính năng, đã thu hút hơn 7.000 lượt đăng ký mở thẻ chỉ sau ba tháng ra mắt. Đây đồng thời cũng là kỷ lục của chính VIB về số lượng thẻ phát hành cao nhất chỉ trong thời gian ngắn.

Chinh phục người dùng bằng những dòng thẻ cá nhân hóa

Những năm qua, xu hướng thanh toán không tiền mặt đã và đang làm thay đổi không chỉ thói quen chi tiêu của người dân, mà còn đổi mới cách thức giao dịch thanh toán của toàn xã hội. Thấu hiểu thị trường, VIB tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu xu thế thẻ khi tiên phong cung cấp các sản phẩm, dịch vụ theo nhu cầu thực tế của khách hàng, thay vì chỉ gói gọn với những gì Ngân hàng sẵn có.

Hướng đi khác biệt này thể hiện qua việc VIB liên tục cho ra đời các dòng thẻ chất lượng cao, mang tính cá nhân hóa, đáp ứng theo nhu cầu thực tiễn của người dùng. Từ cuối năm 2018 đến nay, VIB ưu tiên thiết kế tính năng, giao diện thẻ sao cho phù hợp với sở thích cá nhân và nhu cầu riêng biệt của từng phân khúc khách hàng.



Với thẻ VIB, người dùng được toàn quyền lựa chọn các tính năng và lưu lại dấu ấn với năm chữ số cuối của thẻ theo ngày sinh, ngày kỷ niệm hoặc bất cứ chữ số nào yêu thích. Bên cạnh đó, lợi thế số hóa 100% quy trình đăng ký và xét duyệt thẻ tín dụng từ VIB cho phép người dùng hoàn toàn chủ động mở thẻ, lựa

chọn tính năng, thay đổi hạng mục chi tiêu trong suốt vòng đời của thẻ ngay trên ứng dụng ngân hàng số MyVIB. Điều này giúp các thao tác với chiếc thẻ tín dụng trở nên thuận tiện và riêng tư hơn bao giờ hết.

Mọi chi tiêu cho nhu cầu du lịch, ăn uống, mua sắm, sức khỏe, giáo dục... đều có các dòng thẻ VIB tương ứng với nhiều ưu đãi hấp dẫn. Hệ sinh thái thẻ VIB đa dạng với hàng loạt sản phẩm được chuyên biệt hóa như Super Card hoàn tiền đến 15%, tùy chọn tính năng thẻ; Financial Free miễn phí rút tiền mặt đến 100% hạn mức; Travel Élite với phí giao dịch ngoại tệ chỉ từ 0%; Online Plus 2in1 tích hợp thẻ tín dụng và thanh toán quốc tế hoàn tiền đến 6% cho chi tiêu trực tuyến;...



“Mục tiêu hàng đầu của chúng tôi là mang đến nhiều quyền lợi và ưu đãi nhất cho khách hàng, để chiếc thẻ luôn là người bạn đồng hành trong mọi nhu cầu chi tiêu.

Bà Tường Nguyễn - Giám đốc Trung tâm
Chiến lược và Vận hành thẻ VIB

Sáng tạo trong cách tiếp cận, rút ngắn khoảng cách với người dùng

Là cái tên nổi bật trên thị trường thẻ tín dụng, VIB sở hữu hệ sinh thái thẻ độc đáo, đậm chất công nghệ, đồng thời luôn tiên phong, sáng tạo trong cách tiếp cận khách hàng.

Điển hình, VIB kéo gần khoảng cách với khách hàng khi đồng hành cùng hai mùa giải The Masked Singer Vietnam – Ca Sĩ Mặt Nạ, nơi tụ hội những khán giả yêu nhạc đồng thời cũng là người dùng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng. Chương trình truyền hình tỷ view này mang đậm dấu ấn VIB và là minh chứng cho phong cách hiện đại, riêng biệt, nhất quán của nhà băng trong mọi hoạt động. Hơn hết, đây còn là một sự kết đôi vừa vận về tư duy và hình ảnh giữa VIB với đơn vị sản xuất nhằm mang đến những sản phẩm chất lượng cao cho khán giả.

Xuyên suốt chương trình, điều dễ thấy là thông điệp “Dẫn đầu xu thế thẻ” của VIB đã ăn sâu vào tâm trí của khán giả, đồng thời kết nối họ với các sản phẩm, dịch vụ tài chính vượt trội thể hiện qua 3 tiêu chí: Nhanh - sở hữu thẻ trong vòng 30 phút; Nhiều - đa dạng ưu đãi tích điểm, hoàn tiền cao nhất thị trường đến 15%; và Tốt - luôn thấu hiểu và đáp ứng các nhu cầu, sở thích của khách hàng với các dòng thẻ cá nhân hóa, chương trình tặng vé concert và ly The Masked Singer Vietnam cho cộng đồng người hâm mộ.

Cũng trong năm nay, hình ảnh trẻ trung của VIB tiếp tục để lại dấu ấn tại Let's Feast Vietnam - chương trình truyền hình thực tế vừa giành chiến thắng ở hạng mục “Best Reality & Variety” trong khuôn khổ Giải thưởng Nội Dung Châu Á & Giải thưởng OTT Toàn cầu (ACA & Global OTT Awards) tại Liên hoan phim quốc tế Busan (Hàn Quốc).

Xuất hiện liên tục với vai trò là trợ thủ giúp người chơi thanh toán toàn bộ chi tiêu không tiền mặt khi tham gia thử thách, thẻ trắng VIB Super Card gây ấn tượng khi tiên phong mang đến đặc quyền thiết kế thẻ cho người dùng. Cùng 15 nhà sáng tạo nội dung đến từ Việt Nam, Hàn Quốc, Indonesia, Hong Kong (Trung Quốc), Philippines và Đài Loan (Trung Quốc) quảng bá hình ảnh về phong cảnh, con người, ẩm thực Việt Nam, thẻ VIB đồng thời đã lan tỏa hình ảnh về một ngân hàng hiện đại, trẻ trung với những sản phẩm, dịch vụ chất lượng cao đến với khán giả truyền hình.

Với các dòng thẻ sáng tạo đi cùng nhiều ưu đãi vượt trội, VIB đã và đang góp phần thay đổi góc nhìn của người tiêu dùng đối với thẻ tín dụng, góp phần rút ngắn cách biệt trong thanh toán không tiền mặt của quốc gia so với quốc tế.

Thái Sơn