

Tiếp cận khách hàng nữ trong nền kinh tế của các quý bà (She-conomy)

11:17 28/05/2019

Hơn bao giờ hết, phụ nữ ngày càng có thu nhập cao hơn, chi tiêu nhiều hơn và ảnh hưởng đến đa số quyết định mua sắm – từ nhu yếu phẩm đến các tài sản lớn. Xu hướng nhân khẩu học này mang đến những cơ hội marketing hấp dẫn, nhưng thực tế tiếp cận phái nữ không hề dễ dàng.

Với vai trò ngày càng sâu rộng trong các quyết định tài chính, phụ nữ đã trở thành mục tiêu marketing quan trọng của các tổ chức tài chính, và là phân khúc chiến lược trong mọi kế hoạch tiếp thị. Phụ nữ là “cảm hứng” cho rất nhiều thông điệp marketing, là “động lực” cho rất nhiều sản phẩm bán lẻ. Tuy nhiên, đa số các tổ chức tài chính – dù có quy mô rất lớn – vẫn gặp trở ngại khi tiếp cận đối tượng này. Vậy làm sao để thay đổi cách thức giao tiếp khách hàng nữ?



Đánh trúng tâm lý khách hàng nữ với các sản phẩm gần gũi và thiết thực, BAC A BANK là một trong những ngân hàng được chị em tin tưởng lựa chọn

Nhận biết sự khác biệt giới tính

Cần mạnh dạn tìm hiểu về sự khác biệt trong hành vi chi tiêu và vay mượn của hai giới. Cùng với một số tiền cần vay, tiểu thương nếu là nữ giới có xu hướng sử dụng thẻ tín dụng hay vay tiêu dùng; nếu là nam giới sẽ tìm kiếm các khoản vay kinh doanh/ hỗ trợ vốn lưu động.

Các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, phụ nữ dường như hay để lại các khoản nợ trên thẻ tín dụng và chỉ thanh toán tối thiểu, trong khi đàn ông rất hay thanh toán toàn bộ số dư trên tài khoản thẻ tín dụng ngay sau ngày sao kê.

Cung cấp thông tin và hướng dẫn

Phụ nữ được ghi nhận là có khuynh hướng tìm kiếm các thông tin tài chính nhiều hơn nam giới, vì thế các tổ chức tài chính nên khai thác tất cả các kênh có thể giao tiếp với phụ nữ. Điều này đặc biệt quan trọng khi phái yếu cũng tiếp thu và tin tưởng hơn các thông tin được truyền đạt qua nhiều phương tiện khác nhau. Chúng ta cần hiểu cách phụ nữ tiếp nhận thông tin như thế nào và phải đảm bảo các nội dung truyền tải phù hợp và có hiệu quả ngay với khách hàng nữ.

Thấu hiểu các động lực

Phụ nữ hiện đại ngày càng có trình độ, thu nhập cao và chủ động hơn trong các quyết định mua sắm lớn. Tư duy của họ bám sát vào ngân sách và luôn tìm kiếm sự thỏa thuận/ trả giá, chú ý nhiều đến thương hiệu và có xu hướng tìm hiểu kỹ về sản phẩm dịch vụ.

Các ngân hàng cần cân nhắc những vai trò khác nhau của phái nữ: sinh viên, bà mẹ, bà nội trợ, chủ doanh nghiệp, người kiếm thu nhập chính trong gia đình... từ đó tìm ra cách tiếp thị phù hợp với vai trò mà người phụ nữ đang đảm nhiệm. Để tiếp cận hiệu quả, cần rất cẩn thận để đưa ra sản phẩm tùy biến theo các đối tượng phụ nữ khác nhau.

Xã hội hóa chiến lược

Một số khảo sát cho thấy một bộ phận không nhỏ phụ nữ sử dụng mạng xã hội để tìm kiếm và trao đổi thông tin về sản phẩm - dịch vụ. Trong số đó, hầu hết sẽ quyết định mua sản phẩm nếu được giới thiệu bởi những nhân vật nổi tiếng trên các kênh trực tuyến và cho rằng sẽ mua một sản phẩm nào đó nếu doanh nghiệp chia sẻ thông tin về coupon, cơ hội mua hàng hấp dẫn hoặc các mẹo nhỏ/ ý tưởng sử dụng sản phẩm trên mạng xã hội. Điều đó cho thấy những kênh trực tuyến có thể ảnh hưởng quyết định mua sắm đến mức nào, nhờ đó, ngân



NGƯỜI XÂY TỔ ẤM

An tâm gửi tiền, Tận hưởng ưu đãi

- Cộng thêm lãi suất khuyến khích
- Giảm lãi suất vay cầm cố sổ tiết kiệm
- Quà tặng liền tay



www.baca-bank.vn



1800 588 828

Tại

Việt Nam, một số ngân hàng đã chú trọng truyền tải những thông điệp riêng để tiếp cận khách hàng nữ tùy vào sản phẩm - dịch vụ cung cấp. Tiêu biểu như Ngân hàng Bắc Á (BAC A BANK) thời gian qua đã quan tâm xây dựng và triển

khai nhiều chính sách nhằm thu hút và giữ chân một lượng lớn khách hàng nữ như:

* Sản phẩm tiết kiệm Người xây tổ ấm với ưu đãi trực tiếp vô cùng hấp dẫn: chỉ cần gửi tối thiểu 10 triệu đồng với kỳ hạn 12 tháng trở lên, khách hàng nữ đã được cộng thêm tỉ lệ lãi suất khuyến khích, không giới hạn số lượng sổ tiết kiệm – đáp ứng nhu cầu quản lý tài chính gia đình với các kế hoạch cụ thể trong tương lai.

* Khách hàng còn được giảm ngay lãi suất lên đến 1%/ năm nếu vay cầm cố sổ tiết kiệm – ưu đãi được xây dựng trên cơ sở định vị phụ nữ như người ra quyết định chính trong việc cải thiện điều kiện sống (nhà cửa, phương tiện đi lại...)

* Với các khách hàng có số dư tiền gửi tối thiểu 1 tỷ đồng còn được nhận phiếu mua hàng tại hệ thống cửa hàng TH truemart trên toàn quốc – món quà thiết thực chăm sóc sức khỏe gia đình.

Ngoài ra, khách hàng nữ sẽ có cơ hội sở hữu thẻ đồng thương hiệu BAC A BANK - TH truemart miễn phí với nhiều tính năng nổi bật, đặc biệt là mức chiết khấu 5% trên hóa đơn mua hàng tại TH truemart – vừa thỏa mãn sự ưa chuộng của phụ nữ đối với tính tiện lợi của thẻ ghi nợ để thanh toán các khoản chi thường nhật, vừa giúp khách hàng quản lý tài khoản/ giao dịch chính xác và thông minh.

Tại BAC A BANK, các chương trình khuyến mại được tiến hành định kỳ nhằm tri ân khách hàng nữ nhân các dịp lễ lớn như Ngày Quốc tế Phụ nữ, Ngày Phụ nữ Việt Nam... song song với các chính sách chăm sóc khách hàng thường xuyên như tặng qua dịp sinh nhật, lễ Tết...

Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng truy cập website www.baca-bank.vn hoặc Tổng đài CSKH 1800588828.

PV