

VIB hoàn thành trước kế hoạch mục tiêu đạt 04 triệu khách hàng chất lượng

19:38 04/12/2022

Với 01 triệu khách hàng chất lượng mới trong quý III năm nay, VIB đã đạt mức tăng trưởng 200% so với cùng kỳ năm 2021, và hoàn thành trước kế hoạch mục tiêu 04 triệu khách hàng năm 2022. Trong đó, gần 70% khách hàng mới sử dụng các gói tài khoản thanh toán Sapphire và gói tài khoản ưu tiên Diamond. Điều này cho thấy việc thiết kế các gói sản phẩm riêng biệt đã nhắm trúng nhu cầu của khách hàng.

Yêu cầu về tính cá nhân hóa trong sản phẩm dịch vụ

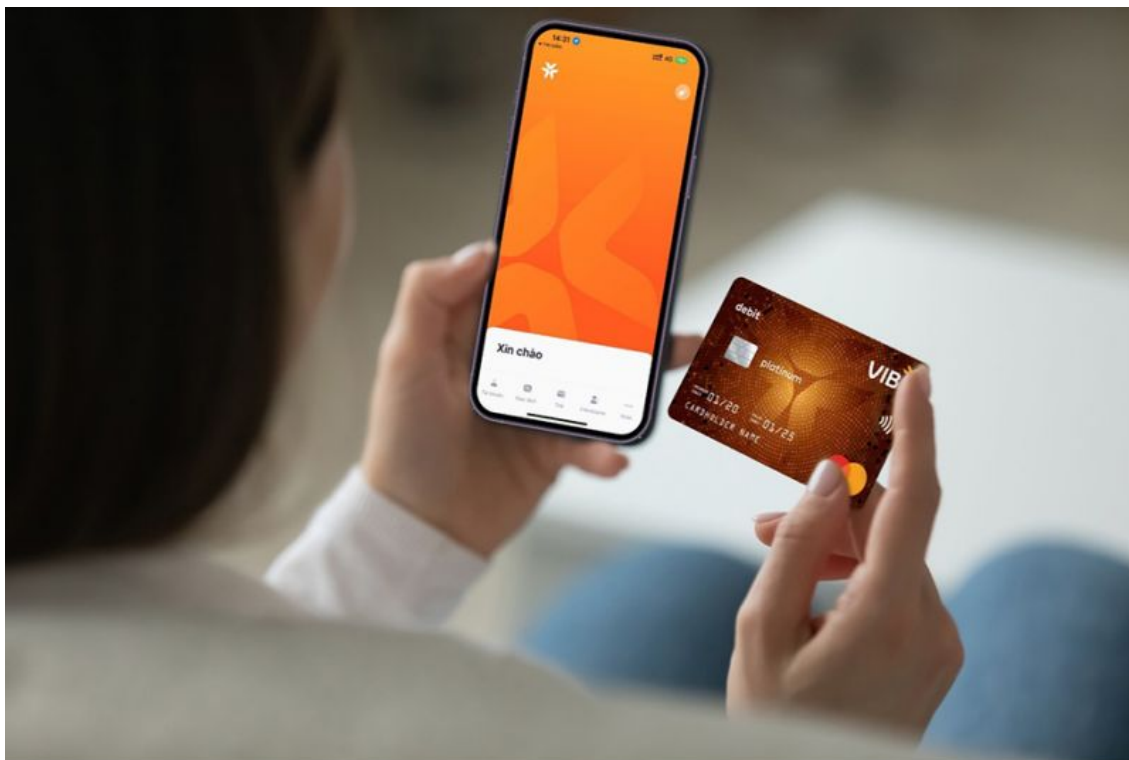
Một thống kê gần đây cho thấy, thế hệ người tiêu dùng 4.0 sẽ chiếm gần 40% dân số toàn cầu và đóng góp hơn 50% tổng mức tiêu dùng hàng năm trên toàn thế giới. Họ có những đặc tính khác biệt và có yêu cầu cao về tính cá nhân hóa khi sử dụng sản phẩm dịch vụ. Lúc này, sản phẩm dịch vụ tài chính cũng cần khác biệt, độc đáo, mang tính “may đo” riêng theo từng nhóm nhu cầu để đáp ứng và mang lại lợi ích tối đa cho khách hàng.

Theo một số chuyên gia, các ngân hàng hiện tại không chỉ bán cho khách hàng những sản phẩm đang có, mà chú trọng nhiều hơn đến việc nghiên cứu kỹ nhu cầu và thói quen của khách hàng để thiết kế sản phẩm khách hàng cần. Trong đó, việc đưa ra những gói sản phẩm cùng lúc đáp ứng các nhu cầu giao dịch khác nhau, đồng thời cung cấp thêm nhiều giải pháp tài chính đáp ứng mọi nhu cầu phát sinh trong tương lai là một chiến lược đang ngày càng có nhiều nhà băng theo đuổi và VIB là một trong những ngân hàng tiên phong trong xu thế này.

Khẳng định sự khác biệt với các sản phẩm gói

Tại VIB, nhà băng này đã và đang khẳng định sự khác biệt với việc phát triển các gói sản phẩm dịch vụ được cá nhân hóa theo từng nhóm nhu cầu giao dịch cụ thể của khách hàng.

Ngay từ năm 2018, VIB đã thiết kế và cho ra mắt các gói tài khoản gồm nhiều dịch vụ kèm theo dành riêng cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp như: Gói tài khoản Sapphire dành cho khách hàng cá nhân có nhu cầu giao dịch, thanh toán thường xuyên; gói tài khoản Diamond dành cho nhóm khách hàng có nhu cầu tận hưởng các đặc quyền ưu tiên; gói tài khoản Reserved miễn phí mọi phí giao dịch cho khách hàng doanh nghiệp nhỏ.



Gói tài khoản Sapphire đáp ứng hầu hết nhu cầu giao dịch của người dùng

Trong đó, gói tài khoản Sapphire đáp ứng hầu hết nhu cầu giao dịch cá nhân thông thường. Người dùng chỉ cần đăng ký 01 lần duy nhất trong chưa đầy 01 phút qua ứng dụng ngân hàng di động My VIB 2.0 hoặc tại quầy cho trọn bộ 03 sản phẩm gồm: Tài khoản thanh toán, dịch vụ ngân hàng điện tử và thẻ thanh toán toàn cầu (IDC).

Lợi ích nổi bật của gói tài khoản này là miễn phí mọi dịch vụ, từ phí quản lý tài khoản thanh toán, phí chuyển tiền trực tuyến nhanh và thông thường, phí duy trì thẻ thanh toán toàn cầu, đến phí rút tiền tại ATM nội địa, phí nộp tiền mặt VND.

Người dùng gói Sapphire cũng được hưởng các ưu đãi từ ngân hàng số MyVIB và thẻ thanh toán IDC cũng như tham gia các chương trình ưu đãi đặc biệt khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ ngoài gói của VIB.

70% khách hàng chất lượng mới sử dụng sản phẩm gói

Theo thống kê của VIB, trong 09 tháng của năm nay, 70% khách hàng chất lượng mới của nhà băng này sử dụng sản phẩm gói. Tổng số lượng khách hàng hiện hữu sử dụng các gói sản phẩm chiếm tới 50% số lượng khách hàng có tài khoản tại VIB. Với riêng gói tài khoản Sapphire, VIB ghi nhận số lượng khách hàng mới tăng trưởng vượt bậc, đặc biệt là từ khi áp dụng số hóa, cho phép khách hàng đăng ký trực tuyến thông qua ứng dụng MyVIB 2.0 với quy trình đăng ký vô cùng đơn giản chỉ trong chưa đầy 01 phút. Tính đến hết quý III năm nay, tổng giao dịch tài chính của khách hàng tại VIB tăng thêm hơn 100 triệu giao dịch so với cùng kỳ năm 2021. Con số này được dự báo sẽ tăng mạnh trong quý cuối năm khi nhu cầu giao dịch và thanh toán gia tăng.

Trong một khảo sát năm 2020 của PwC, 1/3 số người tiêu dùng thế hệ Y tại Mỹ khi được hỏi đã cho biết có thể thay đổi ngân hàng trong vòng 90 ngày. Vì vậy, các ngân hàng cần cung ứng, thiết kế các sản phẩm, dịch vụ với mức độ cá nhân hóa cao hơn, thông minh hơn, đem lại những trải nghiệm hoàn hảo cho khách hàng. Bên cạnh nỗ lực số hóa nhằm đẩy nhanh tốc độ cung cấp dịch vụ đến khách hàng thì việc am hiểu và đặt nhu cầu của khách hàng làm trọng tâm trong thiết kế sản phẩm chính là một hướng đi đúng đắn đem đến cho ngân hàng sự tăng trưởng khách hàng bền vững trong tương lai.

Việt Anh