

工行大同分行着力开展“获客户、获商户、增贷款、增中收”专项竞赛活动，拓规模增效益，力促信用卡中收专业占比争先进位。

挖掘客户着力精准营销。筛选中高资产贷户、有借无贷户、代发工资无贷户客群名单下发支行网点，开展精准外呼营销获客。依据各支行网点客户资源优势，如代发工资户、熟食甜点、干果水果等人流量多、存量客户多的目标客户开展进场营销获客。通过进店客户精准识别以及借贷同发方式，联动开展营销获客。

聚焦收单着力商户拓展。开展“拓商户 增收入”专项营销活动，周末统一组织支行进行扫街拓商户。营销人气商户客群，通过PBMS和BI平台精准营销未使用该行收单产品的微信优质收单商户。营销热点商友客群，通过在该行预留信息营销未与该行开展收单合作的商友客群。营销行内潜在目标客群，筛选该行有贷户清单、结算户、商户贷清单进行挖掘营销。借力省分行“爱购周末”营销活动，配置专项费用，联袂重点商户开展消费满减活动，触发客户端和商户端活跃，提高收单市场活跃度。

紧扣融资着力分期扩张。顺应消费热点，以“一网点一日五万元”综合消费分期营销活动为突破口，开拓资产业务新的增长点。开展爱购汽车分期促销活动，以准直客和直客式购车分期发展为导向，瞄准汽车4S店对接营销增加合作单位，不断扩大购车市场分期规模。利用厅堂阵地营销，客群批量营销、优质目标客户营销，深挖该行幸福e分期客户资源，推动e分期规模不断扩大。借力开展“拓商户 增收入”专项营销活动，乘势开展账单分期业务推广宣传，不断扩大消费转分期规模。

依托平台着力绑卡渗透。以绑定微信、支付宝消费为重点，开展信用卡绑卡促销活动，首选超惠卡作为营销卡种，对进店客户、代发工资客户、按揭贷款客户、商户客户不论办理什么业务优选营销信用卡，办理信用卡引导绑卡并消费一笔，有卡客户营销绑卡并消费一笔。同时，借力总、省行“新客礼”“新卡礼”“爱购开卡礼”和“山西工行新客欢迎礼”活动推出更多的新客权益，激发客户办卡意愿，提升绑卡成功率。

责编：孙明月