



數據深耕鎖定新客群 花旗銀行信用卡辦卡推廣

Vpon 威朋

案例背景

近幾年來，銀行信用卡競爭越趨白熱化，從無腦神卡到異業結盟都不斷地推陳出新，為了獲得更多客戶的青睞，並深耕客戶經營，擴大自身的金融生態圈版圖。

花旗銀行希望突破既有的行銷推廣手法，鎖定新的潛在客群，在高度競爭的市場中拓展新客戶。

Vpon威朋作為數據應用與分析顧問，目標是協助客戶透過數據深度的整合、分析和洞察，挖掘更多潛在客群。



解決困難

1

已知高潛在人群市場已飽和

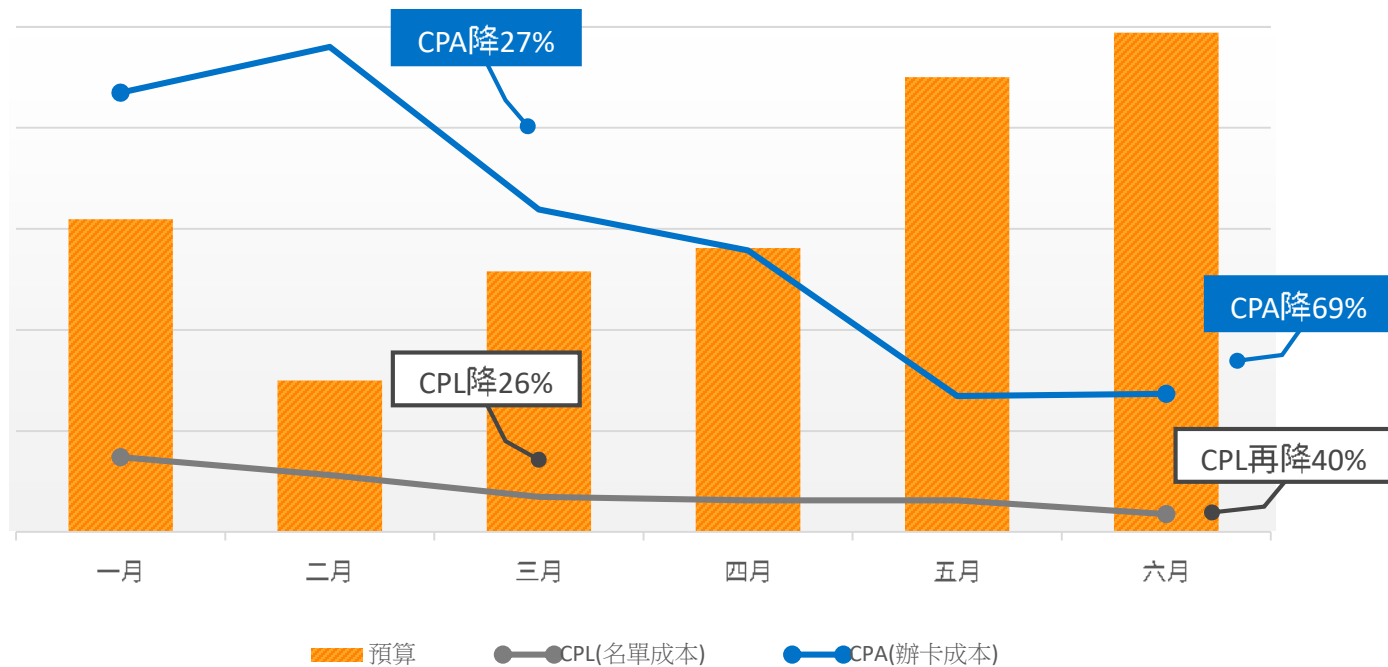
對信用卡辦卡、投資理財有興趣的人群，是所有銀行鎖定的重點對象，如何另闢他路，找出更多隱藏在冰山之下的潛在人群

2

無法辨別已辦花旗卡客戶

已辦卡客戶也是定期關注相關資訊的族群，在鎖定潛在客群的同時，需有辨別出已經辦卡客戶人群的分析能力

成功達標



Data Bond數據包

排除既有卡戶

Look-alike擴大投放

運用以數據為導向的策略，成功將行銷成本逐漸下降

成效

CPL
名單行銷成本

40%

CPA
辦卡行銷成本

69%

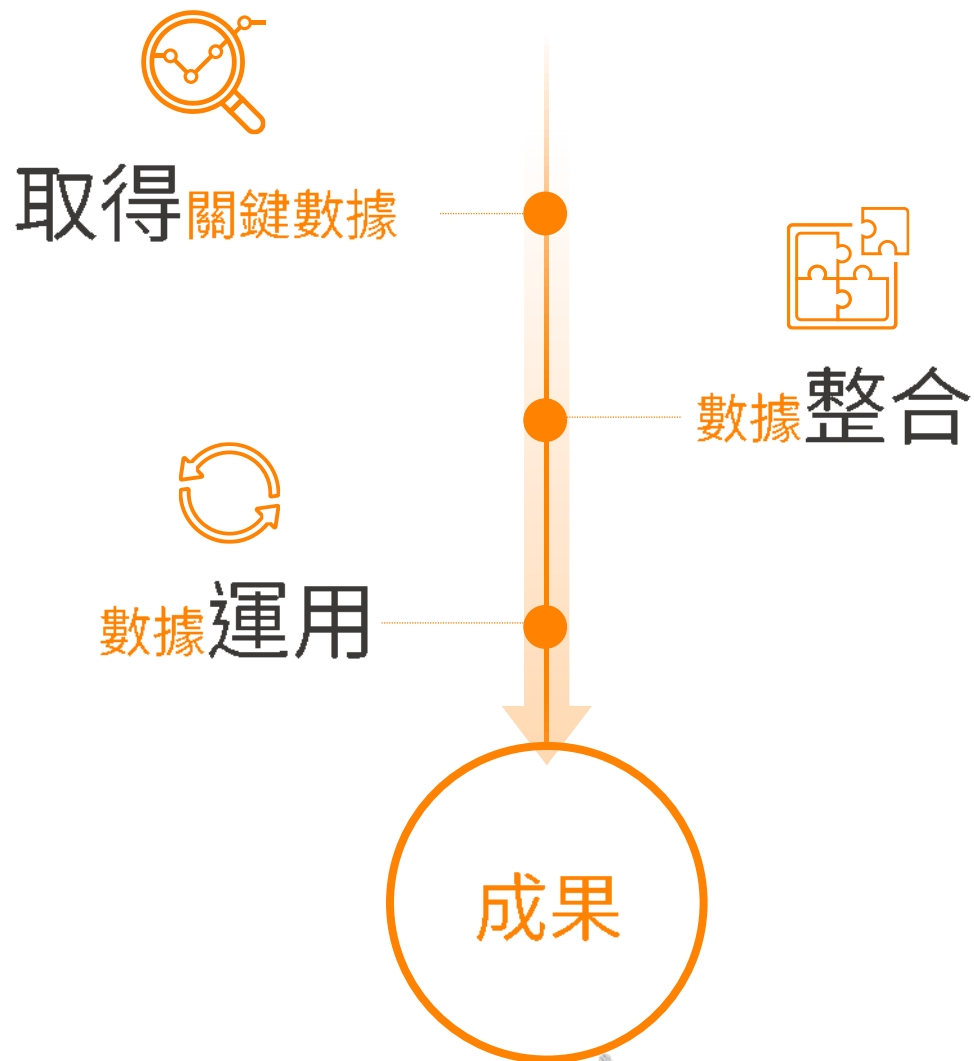
名單品質更好 核卡率更高

Vpon威朋怎麼辦到的？



Vpon威朋怎麼辦到的

透過Vpon威朋的數據解決方案



協助客戶運用數據將每一次的行銷活動效益最大化，且將數據結果投入數據循環進行深耕，打造長期的行銷策略建議

經驗

擁有11年經驗
與技術

團隊

超過25位
數據專家

觸及

每月2,000萬
不重複行動裝置

取得關鍵數據

取得
關鍵數據

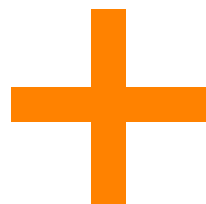
數據
整合

數據
運用

數據
成果

一般成效優化型廣告

運用廣告平台數據
操作與優化



與Vpon威朋合作

取得花旗銀行官網
不同產品線瀏覽數據

Vpon威朋 DMP 數據庫

擁有超過2,000萬不重複行動裝置數據

有別於一般成效優化型的廣告專注在成效操作本身，
Vpon威朋更加重視與客戶深度合作，分析花旗銀行官網數據

取得關鍵數據

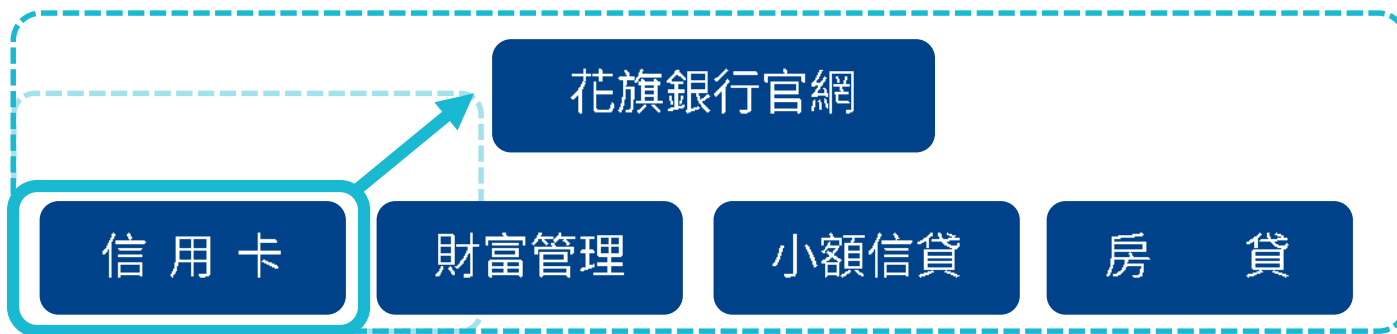
取得
關鍵數據

與Vpon威朋合作

為考量客戶隱私 又要有
效提升轉換率

因此提出為客戶做**不同**
產品線數據分析，作為
關鍵數據

citi 全站數據分析



數據
整合

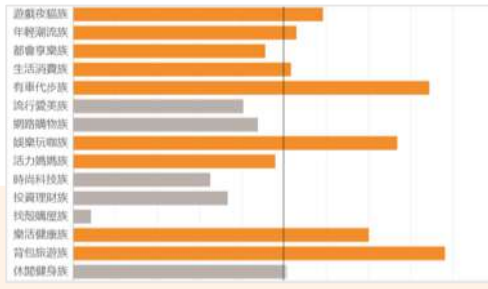
數據
運用

數據
成果

● 移動軌跡



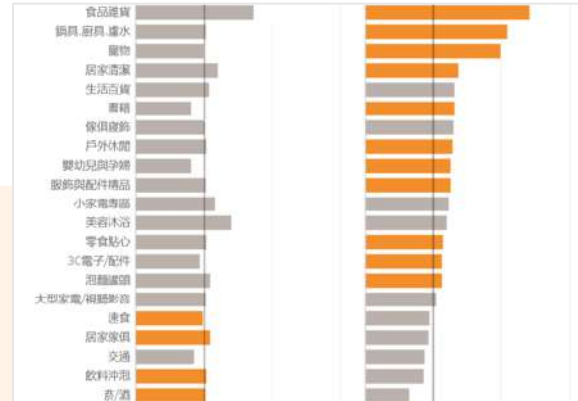
● 族群受眾



● APP偏好



● 消費數據



加上Vpon威朋DMP 豐富數據維度

數據整合

取得
關鍵數據

數據
整合

數據
運用

數據
成果



Vpon威朋
DMP

用戶比對



網站全面分析

分析既有
花旗卡戶輪廓



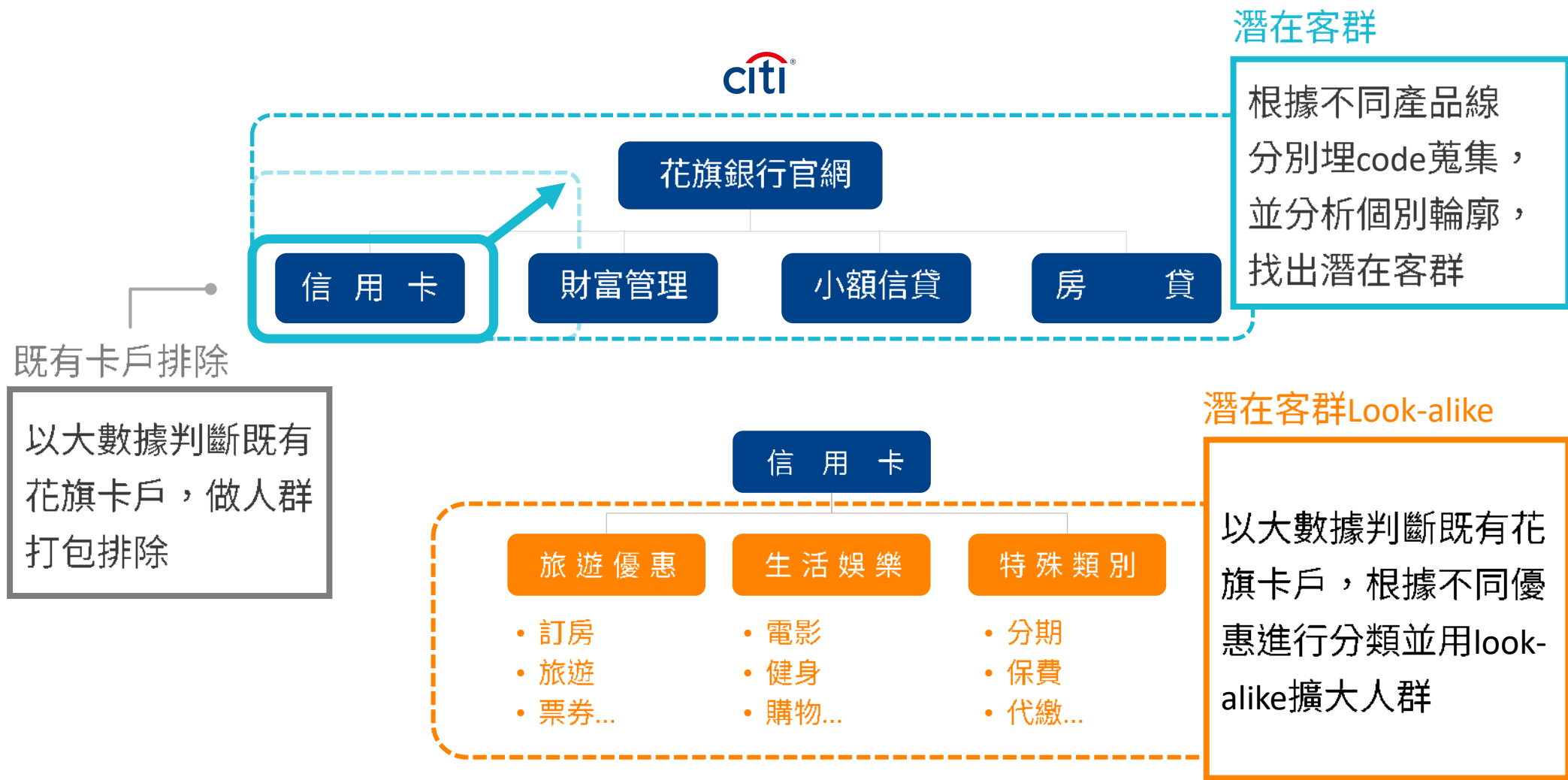
有效替代
CRM 數據源

- Vpon威朋以自身DMP數據庫，整合花旗官網數據，分析跟預測已經是花旗卡戶的行為模式

- 找出更多可能的花旗既有卡戶，進行look-alike和排除，有效替代 CRM 數據源。

數據整合

- 取得
關鍵數據
- 數據
整合
- 數據
運用
- 數據
成果



數據運用

運用數據整合力打包族群數據

取得
關鍵數據

數據
整合

數據
運用

數據
成果

有興趣申辦
的族群

潛在客戶

多平台同時再行銷，透過多平台運用，在各個主流媒體上都能再次觸及客戶

排除花旗既有卡戶

透過Vpon威朋數據和平台數據多管齊下，有效排除

客戶目標
卡戶

擴大平台投放

- Vpon Ad Network
- Google Network
- Facebook
- 其他...



族群數據包

● 根據人群特性，不同的平台可以分別擔任助攻與轉換功能

● 跨平台靈活運用，且將產出的數據做後續優化依據

數據運用

以Vpon威朋特有的移動軌跡數據為例



取得
關鍵數據

數據
整合

數據
運用

數據
成果

背包旅遊族



出入境次數頻繁以及
即將出國的族群

生活消費族




周間在都市移動
頻繁的族群

有車代步族

根據移動速度判斷
為汽車的族群

根據不同族群，
投放不同廣告素材，
將對的訊息傳遞
給對的人

數據成果

取得
關鍵數據

數據
整合

數據
運用

數據
成果

將行銷活動過程中的所有數據匯出成

Audience Insight Report

為接下來的循環提供數據洞察依據

創造無限循環價值

CPL
名單行銷成本

成效

CPA
辦卡行銷成本

40%

69%

名單品質更好 核卡率更高

數據報告：人群輪廓解析



比達標更重要的事

讓廣告成效數據分析再利用
成為長期行銷策略利器



為客戶拿回數據掌握權

讓廣告成效數據不再只有一性



不同於一般廣告平台數據無法提出或分析
Vpon威朋打造的專屬數據包可以有效整合
Vpon DMP、行銷活動與客戶自身數據
從中提取數據洞察，做長期行銷策略使用

所有數據皆做去識別化處理，不含個人隱私
且數據存放經多項法規遵循標準和控管認證

為客戶拿回數據掌握權

讓廣告成效數據不再只有一次性

專屬數據包 長期決策利器

運用每一個活動的數據不斷累積，讓數據越滾越豐富、越來越精確

數據洞察報告

(Audience Insight Report)

不同於一般廣告平台數據無法提出進行分析，Vpon威朋的數據團隊可以深入分析數據洞察，讓花旗銀行更了解他們的客戶輪廓和行為

將對的訊息傳遞給對的人

透過不斷累積的數據和分析洞察，不僅可以應用至其他產品線，更能根據族群數據客製化溝通的素材，加速提高活動轉換率

Vpon

合作夥伴

partnership@vpon.com

客戶

sales.tw@vpon.com

其他合作

marketing@vpon.com

Facebook



LinkedIn



www.vpon.com