

ویدئوهای تبلیغاتی جذاب، جذب مشتریان سایر بانکها

برگردان: نصر... جعفری - اداره تشکیلات و روشها

منبع: breand financial

تارنمای Experience از ۱۴ کلیپ ویدئویی در صفحه اصلی خود بهره می برد که با یک روایت نمایشی زیبا، خدمات و محصولات بانکی را به

تصویر می کشد این نوآوری و ابتکار، صلاحیت و توانایی بالای بانک ASB را به اثبات می رساند.

بانکها ارائه خدمات و جذب مشتریان از طریق روش سنتی یعنی شعب را بی دغدغه تر می دانند ولی پر واضح است که بانکداری الکترونیکی چالشی نوین پیش روی آنهاست، چرا که علیرغم به کارگیری شیوه های مختلف تبلیغات، اطلاع رسانی و آموزش، میزان جذب و ترغیب مشتریان مشکل پسند چندان رضایت بخش نیست، بانکها همواره با این معما روبرو بوده اند که چگونه مشتریان شعب را از بانکداری سنتی به سمت بانکداری الکترونیکی سوق دهند؟

بانک ASB نیز لند گویا پاسخ این معما را یافته است. این بانک، یک تارنما یا وب سایت با ویدئوهای تبلیغاتی به راه انداخته است که مشتریان را به همراه خود به یک تور ویدئویی در حوزه محصولات و خدمات بانک می برد. کل مجموعه به زیبایی هرچه تمام تر از زاویه دید یک شخص یا مشتری (بازدید کننده از سایت) به تصویر کشیده می شود و بی شک بهترین نمایش ویدئویی (Demo) است که تاکنون در خصوص بانکداری الکترونیکی ساخته شده است و در عین ارائه حجم زیادی از اطلاعات که از هر نظر جامع و جذاب می باشد را نیز ارائه می کند.

تارنمای Experience از ۱۴ کلیپ ویدئویی در صفحه اصلی خود بهره می برد که با یک روایت نمایشی زیبا، خدمات و محصولات بانکی را به تصویر می کشد این نوآوری و ابتکار، صلاحیت و توانایی بالای بانک ASB را به اثبات می رساند. با شروع نمایش یا تور ویدئویی، گویی به یک فروشگاه گام نهاده اید و وقتی به صندوقدار می رسید، نمایش ویدئویی به طور موقت متوقف می گردد و در این لحظه می توانید با وی ارتباط برقرار کنید. فقط کافی است بر روی «لینک» مربوطه کلیک نمایید و با راهنمایی های ارائه شده تغییرات را ذخیره و عملیات لازم را انجام دهید.

ایستگاه بعدی این تور ویدئویی بانک ASB، خدمات ارائه شده از طریق موبایل می باشد. فرض کنید برای صرف ناهار به یک رستوران رفته اید و دوست شما می خواهد صورتحساب غذا را پرداخت نماید. شما می توانید از طریق موبایل بانک ASB، سهم صورتحساب خود را به حساب دوست خود واریز نمایید.

هرگاه سوالی برایتان پیش بیاید می توانید با مراجعه به فیس بوک بانک ASB و یا در واقع شعبه مجازی این بانک، آن را مطرح نمایید.

تصور کنید پس از پایان یک روز سخت و طولانی کاری به منزل مراجعه کرده و می خواهید قبض های خود را پرداخت کنید. فقط کافی است از «شبکه سریع» (Net Fast) سیستم بانکداری الکترونیکی ASB استفاده نمایید. این سیستم شامل یک پلتفرم «مدیریت حسابهای شخصی» با نام «حسابداری دخل و خرج مشتری» می باشد.

بانک ASB انرژی زیادی در طراحی تارنمای Experience صرف کرده است. دامنه اطلاعات این سایت بسیار حیرت آور و کیفیت خدمات آن بسیار بالاست. علاوه بر نمایش جزئیات جانبی، ویدئوهای آن دارای کلیدهای پخش (نمایش)، توقف، زیاد کردن صدا هستند. کلیدهایی که همیشه در همه تصاویر وجود دارند کلیدهای «انتقال» و «تماس» هستند. ابزارهای به اشتراک گذاری تصاویر و ویدئو و نیز شعب مجازی بانکی در پاورقی صفحه تارنما وجود دارند.

تیم کارشناسان اختصاصی انتقال حساب (Switching) تارنمای Experience بانک ASB، دریچه ای جدید و فوق العاده از بانکداری را به روی مشتریان باز نموده است. بانک ASB بطور هوشمندانه در سرتاسر سایت، پیام

«انتقال حساب بانکی» (Switching) را نمایش می دهد. در واقع بدین ترتیب بازدیدکنندگان سایت را ترغیب و تشویق می کند تا یکی از لینکهای سریع ذیل را بگزینند: «انتقال به ASB»، «مراحل انتقال حساب»، «انتقال به بانکداری آنلاین»، «انتقال به شعبه خودتان» و «انتقال به صفحه فیس بوک».

مشتریان از طریق شعبه مجازی در صفحه فیس بوک با ASB در ارتباط می شوند. مراحل اصلی انتقال حساب به همراه جزئیات آن، در تارنمای ASB معرفی شده اند. حتی اگر مشتری نتواند بصورت آنلاین از عهده انتقال حساب بانکی برآید، ASB یک متخصص ویژه جهت اجرای کل مراحل انتقال حساب، به مشتری معرفی می نماید. البته مشتری باید با تکمیل فرمهای مربوطه اجازه چنین عملیاتی را به ASB محول نماید.

باشد. اینترنیتی می یک نقطه ضعف بزرگ دارد و آن زمان طولانی بالا آمدن صفحه سایت حتی از طریق خطوط پرسرعت ASB عملکرد سایت این زمان طولانی انتظار از نظر تبلیغاتی و جذب شود. مربوط می Experience های این مسأله به حجم زیاد و پیچیدگی اطلاعات پروژه علت باید در زمینه افزایش سرعت وب سایت و پخش ویدئوها اقدامات موثری انجام دهد. ASB مشتریان چندان خوشایند نیست و