

工行最近有几个动作值得注意：

- 1、邀请专享提额
- 2、挖坟，有个别反馈被鞭尸
- 3、群发邀请办理环球PLUS白

这些放在一起，就俩字总结：**

这两字我不说，哈哈~

最近关于招行的各种传言很多，比如全网一张P的有错误的倒扣里程费用的图，又比如传百夫长里程兑换上限要改回去。。等等

深深怀疑招行有运营猫在信用卡圈子内天天制造各种热度话题。

很多小伙伴问，招行卡圈负面口碑爆棚，为啥发卡业务做得还是那么好？

下面我就想到哪里写到哪里了哈，闲扯一下~

招行小白用户做的好，与线下消费场景上的深度运营关系很大！

说下五一期间去附近一个商场溜达的感受。

商场里各行合作的特惠商户特别多，但观察下来，招行比其他银行做的优秀：

- 1、周三5折商户门口，都做的有优惠宣传图，并且会放在门口醒目位置。
- 2、多家门店，门口有一个服务员专门唱惠用招行银行信用卡，立减XX元。

还有，就是日常线下实体店使用优惠时候的感受：

像中信、平安、浦发、兴业等银行，经常是告诉收银员要使用某某优惠，对方不但不知道这个活动更不会操作。

小撩君线下遇到太多支付时候需要叫门店店长/经理前来协助指导如何操作核销优惠

券的案例，还有些是店里负责人都不会使用，小撩君上手教他如何操作。

这说明什么？说明大量的优惠券可能都去了黄牛合作的店，而大量的店铺是没有或者很少核销过该行优惠券。

而在招行合作的门店，店员多数都能很熟练的操作e招过买单、核销优惠券，就跟使用微信、支付宝、刷卡付款一样。

这说明，一方面店员培训做的好，另一方面操作过的次数多（刚需人群用的多）。

这样就形成了鲜明的对比：

同样是搞了一个全国连锁店铺的优惠活动

招行每家合作门店及其店员都是招行品牌和活动的宣传推广大使

其他行卡圈和黄牛平台是他的推广大使

效果自然不言而喻了~

招行线下场景上的深耕，其他银行不是一朝一夕能追赶上的。

尤其是招行e招过买单系统的布局，其他行很难追赶。

e招过买单是一个直连商户的系统，这就杀死了像ebuy这样的中间商。

没有了中间商，优惠券就没有了倒卖的江湖。

没有倒卖江湖，优惠补贴最后实实在在进入到了刚需持卡人的手中，口碑自然是越来越好（其他行是越来越差常见小白评价XX行的优惠我就从来没能用到过）。

从长远看，各行最后可能都要去学习、跟进招行这种直连模式。

