

# CÁC CÔNG TY THẺ TÍN DỤNG (CREDIT CARD) BIẾT ĐẾN BẠN NHIỀU NHƯ THẺ NÀO?

Chào mừng các bạn đến với kỷ nguyên của công nghệ thẻ tín dụng.

Mỗi khi bạn thực hiện mua hàng hóa bằng thẻ tín dụng thẻ, một bản ghi bán hàng được đăng nhập vào một kho lưu trữ dữ liệu đồ sộ được duy trì bởi các công ty phát hành thẻ tín dụng (CREDIT CARD).

Mỗi giao dịch mua hàng được gán loại mã có bốn chữ số mô tả các loại hàng mua được thực hiện. Có mã số riêng biệt cho các cửa hàng tạp hóa, thức ăn nhanh, nhà hàng, bác sĩ, quán bar, bảo hiểm và thanh toán trái phiếu, dịch vụ hẹn hò và hộ tống. Tóm lại, những mã này cho phép các công ty thẻ tín dụng dùng để tìm hiểu để đối phó với các khách hàng của mình trong nháy mắt.

Các công ty thẻ tín dụng sử dụng các dữ liệu cho nhiều mục đích. Đầu tiên, họ sử dụng chúng để xác định mục tiêu trong chương trình khuyến mãi tương lai cho sản phẩm bổ sung chính xác hơn. Ví dụ, người sử dụng thẻ để mua vé máy bay có thể nhận được chương trình khuyến mãi cho mỗi dặm bay thường xuyên.

Dữ liệu giúp các nhà phát hành thẻ bảo vệ chống lại gian lận thẻ tín dụng bằng cách xác định các giao dịch mua hàng xuất hiện bất thường so với lịch sử mua hàng bình thường của một chủ thẻ. Các công ty thẻ cũng đánh dấu những người dùng thường xuyên chi trả nhiều hơn hạn mức tín dụng của họ hoặc chứng minh thói quen chi tiêu thất thường. Cuối cùng, những bản ghi này được sử dụng bởi các cơ quan thực thi pháp luật để theo dõi bọn tội phạm.

Chủ thẻ tín dụng với các khoản nợ, những người không bao giờ trả đầy đủ hết nợ của họ hoàn toàn và do đó phải nộp phí lãi suất hàng tháng và lệ phí khác, đó là nguồn lợi nhuận chính của các công ty phát hành thẻ tín dụng.

Tuy nhiên, cuộc khủng hoảng tài chính gần đây và khủng hoảng tín dụng đã chuyển chúng thành trách nhiệm pháp lý vì rất nhiều người được mặc định khoản thanh toán của họ và thậm chí nộp đơn xin phá sản. Nên hiện tại công ty thẻ tín dụng được tập trung khai thác dữ liệu thẻ tín dụng để dự đoán các chủ thẻ có nguy cơ cao nhất.

Sử dụng công thức toán học và những hiểu biết từ khoa học hành vi, các công ty này đang phát triển nhiều “hồ sơ chi tiết” nhất giúp họ hiểu được khách hàng. Các dữ liệu này cung cấp những hiểu biết mới về các mối quan hệ của một số cách mua sắm theo khả năng của khách hàng hoặc không có khả năng trả hết nợ thẻ tín dụng và các khoản nợ khác. Các công ty phát hành thẻ hiện nay sử dụng thông tin này để từ chối ứng dụng thẻ tín dụng hoặc giảm số lượng thẻ tín dụng đối với những khách hàng có nguy cơ cao.

Các công ty này được thưởng dựa trên đặc điểm mua sắm rủi ro của chủ thẻ. Tiền mua quần áo secondhand, dịch vụ trái phiếu bảo lãnh, mát-xa, hoặc cờ bạc có thể giúp công ty phát hành thẻ nhận dạng bạn như là một nguy cơ, thậm chí nếu bạn duy trì điều này từ tháng này qua tháng. Những hành vi gây nghi ngờ khác như: việc sử dụng thẻ tín dụng của bạn để trả phí phạt đỗ xe sai quy định, phải trả tiền cho đồ uống tại một quán bar, phải trả cho tư vấn hôn nhân, hoặc ứng tiền mặt. Trả cho việc vượt quá tốc độ tạo ra mối nghi ngờ vì nó có thể chỉ ra đó là người không có lý trí hay bốc đồng.

Các “hồ sơ chi tiết” cũng xác định hầu hết các chủ thẻ tín dụng đáng tin cậy. Ví dụ, các công ty thẻ tín dụng phát hiện ra rằng người người mua giống chim có chất lượng cao và cào

tuyệt để quét tuyệt khỏi mái nhà của họ có khả năng chi trả các khoản nợ của họ và không bao giờ bỏ lỡ các khoản thanh toán. Công ty thẻ tín dụng thậm chí còn sử dụng kiến thức chi tiết hành vi của chủ thẻ để thiết lập kết nối cá nhân với các khách hàng nợ tiền và thuyết phục họ trả hết nợ.

Một người phụ nữ 49 tuổi đến từ Missouri trong một vụ ly dị còn nợ 40.000 USD từ các công ty thẻ tín dụng khác nhau cùng một lúc, trong đó có 28.000 USD tại Ngân hàng America. Phó đại diện dịch vụ khách hàng tại Ngân hàng America nghiên cứu hồ sơ chi tiết của người phụ nữ và đã nói chuyện với rất nhiều lần cô ấy, thậm chí còn chỉ ra một dẫn chứng từ “hồ sơ chi tiết” là cô trả phí nhầm 2 lần. Đại diện lập một giao kèo với chủ sở hữu và kết quả là cô đã trả lại toàn bộ 28.000 USD mà cô còn nợ, (mặc dù cô không trả nhiều của phần còn lại mà cô nợ các công ty thẻ tín dụng khác.) Ví dụ này minh họa điều mà các công ty thẻ tín dụng bây giờ biết: khi chủ thẻ cảm thấy thoải mái hơn với các công ty, kết quả là tạo ra mối quan hệ tốt với một đại diện dịch vụ khách hàng hoặc cho bất kỳ lý do khác, thì họ có nhiều khả năng trả nợ của họ.

Đó là thực tế phổ biến cho thấy các công ty thẻ tín dụng sử dụng thông tin này để có được một ý tưởng tốt hơn về xu hướng người tiêu dùng, nhưng họ cũng có thể sử dụng nó để từ chối tín dụng hoặc điều chỉnh các điều khoản của thỏa thuận?

Pháp luật không cho phép sử dụng hồ sơ các cá nhân, nhưng có vẻ như các công ty thẻ tín dụng thực hiện điều đó. Vào tháng 6 năm 2008, FTC đã đệ đơn kiện chống lại CompuCredit, một nhà tiếp thị thẻ tín dụng dưới chuẩn. CompuCredit đã sử dụng một mô hình tính điểm hành vi tinh vi để xác định khách hàng những người mà họ coi là có hành vi mua bán rủi ro và giảm hạn mức tín dụng của các khách hàng. CompuCredit giải quyết các vụ kiện bằng việc ghi 114.000.000 USD vào các tài khoản của những khách hàng được cho là nguy hiểm và trả một hình phạt 2,5 triệu USD.

Quốc hội Mỹ cũng điều tra mức độ mà các công ty thẻ tín dụng sử dụng hồ sơ các nhân để xác định lãi suất và chính sách đối với chủ thẻ của họ.

Các điều luật về cải cách thẻ tín dụng mới có chữ ký của Tổng thống Barack Obama tháng 5 năm 2009 đòi hỏi các nhà điều tra liên bang điều tra việc này. Những điều chỉnh này có tác động đến thiểu số chủ thẻ có hồ sơ cá nhân bất lợi. Luật mới cũng tạo ra quy định cấm các công ty thẻ từ việc tăng lãi suất ở bất cứ lúc nào và với bất kỳ lý do nào về khách hàng của họ.

Trong tương lai, khách hàng có khả năng nhận được rất ít thư mời làm thẻ tín dụng và ít lời mời về thẻ không lãi suất với mức giá mà tăng vọt sau một thời gian gia hạn ban đầu. Các chính sách ít lừa lừa dối khách hàng hơn, như phần thưởng tiền mặt hoàn lại cho số dư chưa thanh toán, mà thực sự khuyến khích chủ thẻ không phải trả những gì họ nợ. Nhưng các công ty thẻ tín dụng nói rằng để đền bù cho những thay đổi của nhà nước này, họ sẽ cần phải tăng lãi, ngay cả đối với khách hàng tốt.

### CÂU HỎI THẢO LUẬN

1. Chiến lược cạnh tranh mà các công ty phát hành thẻ tín dụng đang theo đuổi là gì? HTTT hỗ trợ chiến lược đó bằng cách nào?
2. Những lợi ích kinh doanh của việc phân tích dữ liệu mua hàng của khách hàng và xây dựng hồ sơ về hành vi khách hàng là gì?
3. Những điều được thực hiện bởi các công ty thẻ tín dụng có đảm bảo đúng đạo đức? Họ xâm phạm quyền riêng tư không? Tại sao?