마케팅 전략과 별개로 생각해볼 것

* 할인점 전문몰 말고 전체를 포함시켜야할지?
* 삼성카드 워드클라우드 만들기

마케팅 전략

<https://www.nerdwallet.com/article/credit-cards/covid-19-how-credit-card-issuers-are-responding#amex>

-요즘 흥행하는 업계랑 제휴 맺기(ex. Netflix, spotify, 온갖 각종 온라인몰 등)

-장 볼 때 혜택 많이 주는 서비스

🡪아예 카드를 새로 하나 출시?(ex. 같이 힘을 모으자 해서 모으자 카드

한정판. 선착순 몇 명만 출시. 그리고 기간이 짧음

* 힘을 모으자! 포인트를 모으자! 등등… 죄송 좀 유치)
* Limited-time dining, grocery perks for certain cards, Gym memberships and fitness clubs.

-구찌 전시회 같은 데 가면 포인트 주기. 서로 윈윈

-할인혜택 이외로 할 수 있는 것: 광고를 어디에 배치할지? 타겟층을 누구로 할지🡪여기서 특히 우리가 분석한 클러스터링 데이터 써야할 듯

-빅데이터 어떻게 이용할 건지?

🡪올해 초와 현재 키워드를 정해서 삼성카드와 관련된 워드클라우드를 보여주기. 데이터 분석의 중요성(?)

-지난 카드 소비 내역을 분석해서 맞춤 카드 자동 발급 시스템. 비대면으로 간편하게.

🡪카카오의 성공요인 중 하나: 귀여운 캐릭터 만들기(?)

이를 이용해서 각종 적금, 예금 자동이체 시스템. 카드 디자인 예쁘게

<https://www.medialogic.com/blog/financial-services-marketing/prepaid-card-marketing-covid-19/>

* 신용카드보다 선불카드 사용량이 증가했다. 아마도 코로나 시국을 맞아서 경제 능력 부족으로 조절하려는 시도? 따라서 삼성카드에는 체크카드가 없기 때문에 출시한다.(이건 내 뇌피셜. 체크카드 있나 찾아보기). 또한 체크카드는 주로 10대~20대가 많이 쓰기 때문에 귀여운 디자인. 무료 송금 시스템.

 more attractive and relevant – upgrades, rewards, mobile wallet capabilities, mobile apps, account alerts and management support

<https://www.medialogic.com/blog/financial-services-marketing/credit-card-acquisition-strategies/>

**Offer incentives that resonate now**

**🡪추후에 지급되는 혜택 말고 지금 당장. 최대한 빠른 시일 내에 지급하기. 코로나로 인해 급전 혹은 현금이 필요한 사람들**

**“Get creative with social media”**

<https://stablewp.com/13-strategies-to-tackle-covid-19/>

🡪온라인 홍보 비용이 절감됐다

홈페이지에 있는 베이비스토리, 키즈곰곰, 아지냥이 등을 더 홍보

🡪논문들 적극 활용

**소비자는 신용카드 브랜드별 차이를 인식하고 있을까?**

<https://academic.naver.com/article.naver?doc_id=630735973>