

投资 Ascend Money, 未来5年覆盖泰国一半网民

马云欲打造泰版支付宝

本报记者 莫利萍

用支付宝买买买,中国网民已习以为常。而在泰国,网银使用占比还不到20%,泰国人网购消费中,75%的付款仍使用“货到付款”和“柜台付款”的方式。不过,这种状况马上将被改变。昨天,蚂蚁金服与泰国支付企业 Ascend Money 签约,通过输出技术和经验把蚂蚁金服的普惠金融模式复制到泰国,未来5年有望服务泰国一半以上的网民。

今年10月11日,与泰国总理巴育会面时,马云说,阿里将用自己的技术和经验,帮助泰国发展电子商务,建设无现金社会,帮助中小企业和创业者。不到一个月,蚂蚁金服就宣布对 Ascend Money 进行战略投资。昨天,马云和泰国正大集团主席、CEO 谢国民共同现身现场,为这次战略合作站台。

“我们的目标是把支付宝模式复制到泰国。”蚂蚁金服国际事业部总裁费根说,希望未来5年内,这一“泰版支付宝”可服务泰国一半以上网民。

根据协议,除资本层面外,双方将在产品技术、业务模式、市场运营等方面深度合作。Ascend Money 将参照蚂蚁金服的业务模式,拓展线下支付、小贷等应用服务场景,让泰国民众可用手机实现购物、餐饮消费、打车及公共缴费,享受出门不带钱包的无现金生活便利。同时,Ascend Money 也会接入支

付宝“全球收全球付”支付系统,让泰国民众可用手机买遍全球。

Ascend Money 为泰国正大集团旗下企业,拥有 True Money 和 Ascend Nano 两大金融服务持牌平台。其中, True Money 提供借记卡和电子钱包服务; Ascend Nano 则定位小额贷款和个人贷款平台,向泰国中小企业和用户普及互联网信贷服务。

此次战略投资 Ascend Money,是继投资印度 Paytm、参股韩国互联网银行 K-Bank 后,蚂蚁金服的普惠金融模式再次输出到海外。去年蚂蚁金服入股印度移动支付平台 Paytm,一年多时间 Paytm 的用户从2000多万跃升到1.5亿,被称为“印度版支付宝”。目前 Paytm 不仅具备支付、转账功能,还有购物、餐饮、水电煤缴费、公交出行等服务,让大量没银行卡的印度用户享受便利。

普惠金融模式的输出加速了蚂蚁金服全球化进程。截至今年10月,蚂蚁金服的实名用户超过4.5亿,其中境外用户4000万户,加上合作伙伴 Paytm 服务的1.5亿用户,意味着蚂蚁金服在海外的用户已接近2亿,占总用户数的3成。

今年3月的博鳌论坛上,马云发起 eWTP 倡议,希望建立一个全球买全球卖的全球电子贸易平台,其中支付系统的“全球收、全球付”是不可或缺的一环。而蚂蚁金服的全球普惠金融服务能力无疑是 eWTP 建设的重要一环。费根表示,蚂蚁金服计划在更多国家复制普惠金融模式。

房产中介,杭州有了监管神器 有了它,买卖二手房不怕被忽悠

本报讯 经过一轮严厉监管之后,杭州房地产市场乱象渐消。昨天,杭州房地产监管再出新招:运用互联网技术和大数据理念,创建了杭州房地产经纪行业管理服务平台。你的二手房中介靠不靠谱,评价如何,你只要拿出手机扫一扫二维码,就一清二楚。依靠这款神器,杭州开创了二手房市场从个案监管转向长效管理的新模式。

今年杭州房地产市场开始进入存量房时代,而二手房买卖存在着假房源、中介经纪人忽悠等痛点。昨天正式上线的杭州房地产经纪行业管理服务平台,消费者可以通过杭州住房保障网站及官方微信登录查询。该平台第一批上线的我爱我家、链家、豪世华邦三家经纪企业,备案门店数量377家,从业人员10873人(今年以来上述三家企业成交单数占比约70%)。平台试运营后,将在短期内扩大至市区所有经纪企业、门店和从业人员,实现行业全覆盖。

所有经平台备案的从业人员,均须佩戴由杭州市房地产中介协会监制的实名服务牌上岗服务。实名服务牌记载从业人员姓名、照片、所属企业、终身制的备案编号等信息,并附有二维码。消费者只要通过手机扫描二维码,就可掌握中介经纪人的从业信息,包括从业资质、成交单数、星级评价、奖惩情况等。通过平台数据,消费者可以择优选取“王牌”经纪人,在服务结束后,还可以在平台上对该经纪人进行评价。

昨天,平台上线后诞生首单交易。有了这款类似大众点评网的神器,消费者可以避免被忽悠。如果查到为自己服务的中介门店或经纪人在杭州房地产经纪行业管理服务平台未“备案”,那么就要小心了,他们有可能是黑中介。

本报记者 史一方

七天无理由再升级,10分钟退款极速到账

天猫双11狂欢在即,20万来自全国各地的阿里“云客服”也已集结到位。在接受专业客服培训之后,不少“云客服”已经上线服务,提前投入“实战”之中。

据了解,为满足双11期间激增的服务需求量,保障每一个剁手党们能在第一时间得到服务响应,20万云客服将会提供7*24不间断在线服务,确保剁手党们按照天猫、淘宝、聚划算消费指引,动动手指,就能享受“七天无理由退换货”等无忧售后服务。

同时,云客服系统也会连接数据库,提前发现潜在风险并作出预判,让双11真正实现买得开心、买得放心。

人未开口已知道问题

阿里巴巴“云客服”产品负责人表示,淘宝业务及产品的复杂性对“云客服”提出了较高要求,为了更好地服务会员,“云客服”们需要不断参加业务培训。工作中可能遇到的挑战都极大地提升了阿里“云客服”群体的沟通能力、自我管理、持续学习能力,并为日后更好地进入社会打下了坚实的基础。

此外,阿里巴巴正在筹备搭建一套针对“云客服”的通用技能培训认证及就业推荐体系,未来将为在校大学生带来更多电商培训和实践机会,同时也为平台消费者提供更高效优质的在线服务。

而为了确保“云客服”服务质量,阿里巴巴开发了一整套大数据分析系统。大数据会根据用户在进入客服系统前的每一个行为,充分结合用户状态、订单信息,动态分析客户问题并匹配相关业务“云客服”为其服务,“云客服”接到

问题后,在智能引擎中输入问题,10毫秒就能得到精准的参考回答。

人在高校已走进社会

作为全球领先的在线服务众包平台,阿里巴巴“云客服”依托网络力量将闲散的社会劳动力资源充分灵活地调动起来,是共享服务模式的典型代表。

所有有意愿成为“云客服”的人在经过培训并考试通过后,可根据个人时间选择班次上班,只要有网络有电脑,“云客服”就能工作,时间点完全受个人自由支配。

作为“云客服”的主流力量,在校大学生占据了阿里“云客服”的绝大多数。武汉纺织大学大二学生小雨(化名)2014年刚入学就成为了一名阿里“云客服”。加入阿里“云客服”后,小雨不仅赚到了生活和学习费用,还结识了全国各地的好朋友,沟通能力更强,不再是腼腆的宅女。小雨的学长,武汉纺织学院毕业生小李(化名)也

是一名资深“云客服”,三年的阿里“云客服”工作经验对小李毕业求职帮助极大。“阿里云客服要处理非常多复杂场景,有了这个工作经验,去其他客服岗位都可以得心应手,比如我大学时去联通公司客服部门实习,就觉得很轻松。”小李分享时表示。恰恰是因为实习时的出色表现,小李大学没毕业就拿到了当地联通公司的正式offer。

早在2010年10月,阿里“云客服”系统上线时,第一批“云客服”体验机会就开放给了杭州高校大学生。2015年底,“云客服”借百城千校计划走进大学校园,成为大学生社会实践第二课堂,集中为大学生带来电商培训和实践机会。在校大学生不仅可以通过从事“云客服”赚取生活费,更可提前积累工作经验,为毕业后的就业“铺路”。

阿里巴巴上市敲钟人黄碧姬也曾是一位大学生“云客服”。毕业后,很多跟黄碧姬一起做“云客服”的同学都从事了电商相关工作,黄碧姬自己也在一家电商公司从事运营工作。“云客服”工作经验让她更加清楚平台规则,进而帮助运营做出正确策略。

依托丰富的社会劳动力资源和专业的培训体系,背靠一整套大数据分析系统,20万严阵以待的阿里巴巴“云客服”将高效承接双11期间的海量问询,全力保障剁手党们的购物体验。