



银行小姐姐“破圈”拍短视频,长得美,还有演技

95后客户经理 如何炼成网红“小萌总”

本报记者 梅丹

镜头前,她是粉丝眼中的“小萌总”;镜头外,她是兴业银行温州分行的“李经理”。

当金融人纷纷拿起手机、相机甚至摄像机,以银行网点为片场,拍起短视频时,24岁、审计专业的李小萌恰巧把简历投向了兴业银行温州分行。“我是去年6月份入职的,当时领导可能就觉得我性格好,有大众眼缘。”就这样,李小萌利用业余时间站到了镜头前。从配角到主角,她用了6个月时间;从0粉丝到4.3万多粉丝,兴业银行温州分行只用了70个视频。

事实上,最近招商银行的一位小姐姐凭借“书记舞”火爆出圈后,关于金融人拍视频的讨论就络绎不绝。是创新还是不务正业?是放下架子接地气还是行业“内卷”?我们采访了李小萌,看她如何在“李经理”身份之外,炼就短视频平台下的“小萌总”。

两名摄像三双眼睛 温州姑娘克服镜头恐惧症

打开抖音,没想到承包你一天笑点的,会是一个本应“严谨”的银行账号吧?

在兴业银行温州分行的抖音官方号里,有三条视频被置顶。其中一则《银行柜员的精彩生活》点赞量17.8万,评论数2500多条,转发超2000次。视频的灵感来源于脱口秀大会第三季,小萌演绎了当柜员点错钱后被领导训斥的尴尬经历。皱眉、挠头、尬笑、撇嘴……一系列小动作让她火了起来。

看到这里,你会以为小萌天生爱表演吧,但她却提高音量说:“不是的!我之前有镜头恐惧症。”

小萌评价自己是个放不开的人,从小就特别讨厌拍照,每次一台手机、两名摄影师怼着自己拍摄时就特别不自然,“我感觉有三双眼睛盯着我,不自在。”

不过,小萌骨子里还是有表演天赋的,作为温州人的她,从小跟着父母在石家庄长大,毕业后重新回到温州工作,北方人的热情融进了她的性格。“平时喜欢刷抖音,没事干就刷。”只不过,一面对镜头,小萌还是会有些不知所措,“最早是配角,算是被迫营业吧,压力也没这么大,后来成了主演,压力就来了。”

事实上,小萌在银行里的本职工作是客户经理,所有的拍摄都需要集中在周四下班前后进行,为了完成每周两次定时更新,每次拍摄都需要储备三四条的量,以备后续挑选。“一开始节奏异常快,因为放不开,拍摄进度跟不上。后来和大家慢慢熟悉起来后,逐渐做到本色出演,表现力越来越自然,速度也提上来了。”小萌笑着告诉我们。

拒绝日进斗金的诱惑 一心只想扮好“形象大使”

“小萌总”火了,外界的诱惑也多了起来。“还有网红公司来私信我的。”她说。

长相甜美、表现力强,李小萌天生被这个网红时代青睐。面对日进斗金的网红经济诱惑,小萌的反应符合银行人的一贯谨慎思维:“我觉得他们是真的不太靠谱!”

在李小萌看来,“小萌总”不是她的形象,某种程度上是单位的品牌形象。“我要传达的是我们银行贴心、专业、有温度的形象。”为了呈现这样的效果,李小萌在镜头后下足了功夫。

“我原先是属于零售的,但是如果要在视频里展现全方位的银行形象,那么别的线也都要懂。对公、私行、信用卡都需要熟悉业务。”银行的业务壁垒较



(·_·★)萌言萌语

没想到要换行啦”对于增粉、互动等数据,李小萌表示没有明确目标,但是多多益善,希望多产爆款。

他们

我

但

从



想看更多
萌言萌语
扫描二维码

高,不是说多看几眼就能学会的。于是,李小萌就在领导的安排下,跟着各个业务部门的骨干学习。“我就坐在旁边看他们工作,跟着学,就像师傅带着徒弟,成了各个部门的小学徒。”

全面的学习也打消了李小萌家人的顾虑,“父母比较传统,一开始他们不太认可我一个在银行工作的姑娘家在镜头前抛头露面。但后来他们发现播放的都是正能量的内容,他们也会在抖音上刷到我,就慢慢认可了,觉得丫头这样也挺好的。”李小萌表示,家人的支持给了她进一步扮好“小萌总”的信心。

获取更多专业知识 也尝试“不走寻常路”

在来兴业之前,李小萌曾就职于另外一家银行。从老单位离职后,正好碰到疫情,找工作一度耽搁。

如今,工作将近一年,李小萌的人职兴奋感仍存。

作为银行人,想要谋求长远的发展,专业技能与经验是晋升的主要通道,入职兴业银行后,李小萌就走出了一条与常人迥异的职业道路,这算是走偏了吗?

“我觉得目前的挑战是更大的,正像我前面所说的,站在镜头前,我需要储备更多的专业知识,我需要熟知银行大部分业务。”李小萌表示,如果她仅仅作为客户经理就职于银行,那么她在一定期限内获得的职业技能就仅限于零售业务,而当她兼职“形象大使”后,她的业务接触面陡增,见识也开阔了,这对于一个24岁的小姑娘来说,可谓是机会难得。“我大学学的是审计专业,出了校门就进了银行的大门,从来没有想过换别的行当。”在职业前景规划上,李小萌有着明确的方向。

“我们的视频红了,但还远远没有到爆。”作为主演,小萌有着自己的担忧,“我们的文案比较匮乏,目前高流量的文案都是取材于脱口秀大会,我们自己的比较少。”虽然在金融短视频领域,不少银行都在尝试,但是做得好的并不多。

“圈子比较窄,交流的范围也比较窄。深圳那边有一些号做得不错,他们的设备也比较好,我们还是比较简陋的。”小萌说,目前他们的70余个视频均来自于外包技术团队的一台手机拍摄。“从内容来看,我们希望展现兴业自己的内容,而不是一味模仿,每家银行都有自己的特色,已经火了的就很难再去超越。”

银行号“出圈” 是博眼球还是博流量

兴业小萌总火了,会有客户专门到网点来打卡吗?答案是“目前没有”。

“抖音号是公域流量,面向的是全国受众,之前我看过数据好像是广东的粉丝比较多,温州本地的反而比较少。”该行抖音号负责人之一的零售部总经理董战雷,工作之余看得最多的就是互联网领域的内容,“如何把公域流量变成私域流量,是我们一直在思考的。”

即使是抖音号有了一定的名气,公司内外仍有一些质疑的声音:“做这玩意儿干什么?能带来业务增长吗?”答案是“不能”。还要继续做吗?答案是“要”。

“我们行长每周给我们开一次选题会。”董战雷表示,一把手的重视也促进了该行新媒体运营的顺利生产,但如何“养育”,这是包括董战雷、李小萌等一系列参与制作的人士需要研究的“育儿经”。董战雷毫不讳讳地表示,纯娱乐不是银行的追求,“我们希望让周边的客户知道兴业的服务,吸引客户关注我们,服务本地,打造闭环。”

目前抖音是开放式流量,也就是所谓的“公域流量”,如何使其转化为更加聚焦的“私域流量”?董战雷称,正在尝试的方法是推出“温州话系列”视频,目前该号已经推出了2期,“我们希望通过这个系列吸引更多的本地客户,后续还要继续推。”

“外界对金融做好玩视频的质疑很多,但是我们认为这个方向和逻辑是没有错的,金融一定要拥抱互联网,在强监管政策下,更有利于我们做线上平台和营销。”董战雷表示从内容上不能照搬照抄,银行需要走自己的路线,必须要坚持服务实体、客户的本质,金融输出的内容必须是专业的,可以有点娱乐,但是不能走网红经济路,变现不是主要目的。”

作为行业的摸索者,董战雷总结了自己银行的经验,“打造自己的闭环,实现公域和私域流量的转化,不是看重短期利益,而是把金融原本线下的网点模式搬到线上服务,实现新的人与人沟通的互动方式,把交流方式从厅堂搬到线上来。”