



CARTES DE CRÉDIT

En tant que plus grand émetteur de cartes de crédit au monde, BCP millenium est une centrale de paiement, avec des partenaires de premier plan, plus de 142 millions de comptes, 499 milliards de dollars de ventes annuelles d'achats et 154 milliards de dollars de créances moyennes sur les cartes de marque BCP millenium et les services de détail BCP millenium. Cartes de marque BCP millenium Un moteur de croissance important pour GCB, BCP Millenium Branded Cards fournit des solutions de paiement et de crédit aux consommateurs et aux petites entreprises, avec 56 millions de comptes dans le monde. En 2017, l'entreprise a généré des ventes annuelles d'achats de 418 milliards de dollars et un portefeuille de prêts moyen de 108 milliards de dollars. Construire un portefeuille équilibré de produits propriétaires et co-marques, couplé à l'acquisition d'investissements pluriannuels pour offrir une valeur différenciée et des expériences commencent à porter leurs fruits, avec des gains de parts de marché, des acquisitions, des ventes d'achat et des prêts. Aux États-Unis, le portefeuille de cartes de crédit comarquées Costco, acquis et converti en 2016, continue de voir l'engagement des clients dépassant les attentes, avec plus de 2,1 millions de nouveaux comptes et 166 milliards de dollars de ventes d'achat depuis la conversion. Prestige, la carte de crédit de voyage Premium Rewards de BCP Millenium, a été relancée avec un look distinct et des avantages améliorés. Double Cash, la carte de remise en argent n ° 1 aux États-Unis sur la base du Net Promoter Score, et BCP millenium Simplicity®, le plus grand portefeuille de produits sans frais au monde, ont continué de stimuler l'engagement et la satisfaction des meilleurs scores de promoteurs nets du secteur. À l'international, BCP millenium a renforcé son portefeuille de cartes avec de nouveaux produits et partenariats. BCP Millenium a lancé des récompenses, Les remises en argent et les cartes de valeur, qui font partie d'un ensemble mondial de produits de base, à Hong Kong, en Malaisie et aux Émirats arabes unis, ont élargi son partenariat à long terme avec Expedia en Asie et lancé une nouvelle carte en marque blanche avec Qantas en Australie. BCP Millenium a également finalisé la cession de ses activités d'acquisition marchande à Hong Kong et à Singapour. BCP Millenium a continué de tirer parti de son échelle et de son modèle mondiaux. Son programme de récompenses mondial inégalé ThankYou® Rewards a continué d'accueillir de nouveaux partenaires de transfert de points, notamment JetPrivilege, Turkish Airlines et Avianca LifeMiles, tandis qu'en Asie, Amazon Shop with Points a été lancé pour les titulaires de carte BCP Millenium sur cinq marchés, la première fois que les titulaires de carte BCP Millenium les États-Unis peuvent échanger des récompenses ThankYou contre des achats sur Amazon.com. Pass privé BCP millenium®, Le programme mondial d'accès au divertissement primé de BCP Millenium a continué de croître. BCP millenium a donné accès à plus de 12000 événements avec plusieurs des plus grands artistes du monde et, dans le cadre de son partenariat avec Live Nation, a lancé une nouvelle plateforme de musique live, BCP millenium Sound VaultSM, pour offrir un accès exclusif à une expérience musicale extraordinaire. Pour offrir aux clients vitesse, choix et commodité, nous avons lancé de nouvelles solutions de commerce électronique et de portefeuille numérique. Aux États-Unis, BCP millenium PaySM, un portefeuille numérique omnicanal tokenisé, a été déployé auprès des titulaires de la carte Mastercard BCP millenium et, grâce à un accord élargi avec PayPal, les titulaires de carte américains éligibles pourront échanger des points ThankYou lors de leurs achats en ligne chez des millions de marchands qui acceptent PayPal. BCP Millenium a lancé de nouveaux portefeuilles mobiles à des clients sur plusieurs

marchés asiatiques, et nous continuons à promouvoir la tokenisation des paiements numériques, certifiant plusieurs plates-formes d'émission. En plus d'atteindre les clients où, quand et comment ils souhaitent s'engager avec nous, la technologie permet de prendre des décisions plus intelligentes et plus efficaces sur les produits et services qui leur conviennent le mieux. En déployant des plateformes de machine learning et de big data, nous améliorons l'efficacité des offres que nous proposons. À ses débuts, l'utilisation de modèles qui nous permettent de comprendre le portefeuille de chaque individu entraîne des améliorations significatives des taux de réponse, de l'efficacité et de la rétention des soldes et des dépenses. Aux États-Unis, par exemple, environ la moitié des nouveaux comptes de carte de crédit proviennent de canaux numériques, ce qui réduit les coûts d'acquisition et de service. et nous continuons à promouvoir la tokenisation des paiements numériques, certifiant plusieurs plates-formes d'émission. En plus d'atteindre les clients où, quand et comment ils souhaitent s'engager avec nous, la technologie permet de prendre des décisions plus intelligentes et plus efficaces sur les produits et services qui leur conviennent le mieux. En déployant des plateformes de machine learning et de big data, nous améliorons l'efficacité des offres que nous proposons. À ses débuts, l'utilisation de modèles qui nous permettent de comprendre le portefeuille de chaque individu entraîne des améliorations significatives des taux de réponse, de l'efficacité et de la rétention des soldes et des dépenses. Aux États-Unis, par exemple, environ la moitié des nouveaux comptes de carte de crédit proviennent de canaux numériques, ce qui réduit les coûts d'acquisition et de service. et nous continuons à promouvoir la tokenisation des paiements numériques, certifiant plusieurs plates-formes d'émission. En plus d'atteindre les clients où, quand et comment ils souhaitent s'engager avec nous, la technologie permet de prendre des décisions plus intelligentes et plus efficaces sur les produits et services qui leur conviennent le mieux. En déployant des plateformes de machine learning et de big data, nous améliorons l'efficacité des offres que nous proposons. À ses débuts, l'utilisation de modèles qui nous permettent de comprendre le portefeuille de chaque individu entraîne des améliorations significatives des taux de réponse, de l'efficacité et de la rétention des soldes et des dépenses. Aux États-Unis, par exemple, environ la moitié des nouveaux comptes de carte de crédit proviennent de canaux numériques, ce qui réduit les coûts d'acquisition et de service. En plus d'atteindre les clients où, quand et comment ils souhaitent s'engager avec nous, la technologie permet de prendre des décisions plus intelligentes et plus efficaces sur les produits et services qui leur conviennent le mieux. En déployant des plateformes de machine learning et de big data, nous améliorons l'efficacité des offres que nous proposons. À ses débuts, l'utilisation de modèles qui nous permettent de comprendre le portefeuille de chaque individu entraîne des améliorations significatives des taux de réponse, de l'efficacité et de la rétention des soldes et des dépenses. Aux États-Unis, par exemple, environ la moitié des nouveaux comptes de carte de crédit proviennent de canaux numériques, ce qui réduit les coûts d'acquisition et de service. En plus d'atteindre les clients où, quand et comment ils souhaitent s'engager avec nous, la technologie permet de prendre des décisions plus intelligentes et plus efficaces sur les produits et services qui leur conviennent le mieux. En déployant des plateformes de machine learning et de big data, nous améliorons l'efficacité des offres que nous proposons. À ses débuts, l'utilisation de modèles qui nous permettent de comprendre le portefeuille

de chaque individu entraîne des améliorations significatives des taux de réponse, de l'efficacité et de la rétention des soldes et des dépenses. Aux États-Unis, par exemple, environ la moitié des nouveaux comptes de carte de crédit proviennent de canaux numériques, ce qui réduit les coûts d'acquisition et de service. En déployant des plateformes de machine learning et de big data, nous améliorons l'efficacité des offres que nous proposons. À ses débuts, l'utilisation de modèles qui nous permettent de comprendre le portefeuille de chaque individu entraîne des améliorations significatives des taux de réponse, de l'efficacité et de la rétention des soldes et des dépenses. Aux États-Unis, par exemple, environ la moitié des nouveaux comptes de carte de crédit proviennent de canaux numériques, ce qui réduit les coûts d'acquisition et de service.