

## 以客户为中心，视讯技术引领金融产品服务创新

作者：张轶

本文从未来十年中国零售银行五大主流消费群体及其主要金融需求分析入手，分析了零售银行面临的金融产品创新和服务创新的转型需求，以及在传统网点运营成本高，带来的价值却未达到预期期望的背景下，零售银行通过引入视讯技术从而带动金融产品服务创新趋势。

未来十年零售银行的五大主流消费群体以及他们对金融产品服务的期望：

✚ **老龄消费群体：** 全国老龄办定义 60 岁及以上为老龄人口，该群体规模在 2020 年将占总人口的 17%，而北京、上海等大城市因人口寿命的普遍延长，这一比例将有可能高达 35%。他们期望：

- ✓ 低风险保本性银行产品；
- ✓ 对现有医保、社保有效补充的社保产品。

✚ **80/90 后消费群体：** 未来十年，占人口 40%的 80/90 后消费者将步入中年，成为消费者的主体，这一代人群体经历过互联网时代的高速发展，喜欢新鲜、个性化的事务。他们：

- ✓ 乐于在互联网上发表个人意见并与他人分享，关注金融产品的网上口碑与网友推荐等价值诉求；
- ✓ 是最迫切需要 7\*24 小时金融服务的群体，因为他们大部份还是上班族，上班时间无法去网点办理业务。

✚ **富裕阶层：** 根据 2006 年的全球财富报告，中国财富在 100 万美元以上的富裕人士拥有的财富总额超过了 12 万亿人民币，而且在以每年 11%的速度快速增长，这类人群：

- ✓ 期望得到专业金融机构提供的客户化、更全面、专业化的财富管理服务；
- ✓ 更注重银行对其(高价值)客户身份的认同，并得到相应匹配的服务。

✚ **小企业**：根据国家统计局公布的数据，2012 年小企业规模预计达到 5000 万，他们将贡献 60%左右的 GDP，同时也提供了 75%的城镇岗位。他们期望：

✓ 降低企业融资门槛，简化融资流程。

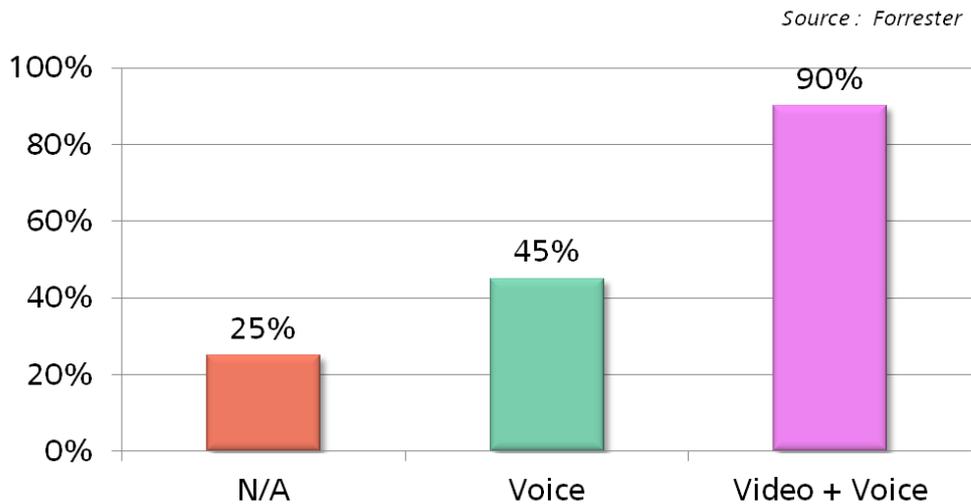
✚ **农村及新兴城镇居民**：预计到 2020 年，中国城市化比率将达到 56%，城镇人口将不断壮大，而且农民收入不断增加。而过去十年间，对农村及新兴城镇居民的金融服务覆盖严重不足，并且缺少针对性的金融产品，所以，未来农村及新兴城镇的金融市场将有巨大的发展空间。

综上所述，老龄消费者群体、80/90 后消费群体、高净值客户群体、小企业群体以及农村和新兴城镇居民群体将成为未来十年五个重要的金融消费者群体，未来零售银行产品服务也将围绕这五大客户群体的深层需求而开展创新。

## 零售银行面临的挑战

传统零售银行网点运营成本过高，但却没有带来更多增值价值，因此银行通过增加自助渠道，网上银行等多种服务方式，将低价值服务从传统网点转移到自助，减少网点对低价值服务的负荷；同时通过引入多媒体技术，如视频等技术等，改善客户体验、提升银行服务人员与客户之间的沟通协作效果，用高价值金融产品营销实现传统“出纳型”网点向“营销服务型”网点转型。

由此可见，金融产品和服务的营销方式直接决定了零售银行的最终成功率，那么我们来看看视讯技术能否帮助零售银行提升营销的成功率呢？根据 Forrester 调查报告显示：



当消费者对某个产品或者服务感兴趣时：

- 如果没有专业的人员在初期阶段对其进行服务,则仅有 **25%**的客户会继续等待;**70%**的客户或者潜在消费者会选择其他机构作为替代;
- 如果有专业人员远程通过**语音**对其进行服务,成功率为 **50%**;
- 如果能够使用**视频+语音**或者 face-to-face 的方式提供服务,则成功率则会大于 **90%**。

由上,视讯技术确实能够帮助零售银行明显提升销售成功率。那么最终消费者对视频技术的接受程度如何呢?根据 Ovum 调查报告显示:

- 消费者对视频交流的需求,远远超出了“传统”的内部会议,已经成为对外交流以及驱动公司收入增加的主要方式;
- 视讯技术其本质是一种语音、视频编、解码技术,因此视频技术可采用不同的形式,以不同的载体呈现载消费者面前;
- 视频技术的核心是解决了因地域不同、时间不同时,人与人之间无法面对面沟通交流的问题,因此不仅不会对现有业务造成冲击,还会因为多种选择方式的提供大幅提升业务处理效率,而且能将更多专业金融产品和服务资源有效的提供给最终消费者。

我们可以看到视讯技术引入到零售银行业的基础条件已经具备,而且已经成为银行产品

服务创新的趋势，很多零售银行在新建网点或网点改造中纷纷引入视讯技术，以求获得创新金融服务。

比如为了提升服务品质，零售银行开始细分客户群体，希望通过不同的理财专家（如贷款、信贷，财富管理，年金，风险管理，退休规划等），提供专业的理财咨询服务，但是有限的专家资源及地域分布不均，导致零售银行无法提供统一、专业的咨询服务，因此无法保证服务质量与客户期望的统一，降低了营销的成功率。但通过视讯技术就可以在专家和客户之间建立高清视讯通话，进行包括小企业借贷、房贷、个人理财、投资等丰富多彩的业务咨询，满足双方所需的沟通体验。银行在为客户提供“面对面”临场体验的同时提升了营销金融产品的成功率，也为银行增强了高价值客户的忠诚度。当前业内已经有银行通过采用先进的视讯技术走上了服务创新之路，如花旗银行在其东京、纽约旗舰营业网点就大量采用视讯技术提升客户体验度。

