

# 浅谈商业银行对公客户全面营销服务体系建设

王俊增\*

中国农业银行周口分行, 河南 466000

**摘要:** 随着我国商业银行业务模式创新持续发展, 商业银行提供的传统金融服务已不能满足市场经济条件下对公客户对商业银行金融服务的新需求, 因为客户的商业模式发生了巨大的变化。持续的重组和兼并使公司治理成为企业发展、企业多元化和财务需求领域的主要焦点活动, 如何帮助财团加强现金流管理, 有效整合经济链; 加强投资管理, 控制投资风险; 加强内部控制和风险管理; 加强资源整合, 提高整体应对能力, 是商业银行在企业财务管理领域发展的动力。

**关键词:** 商业银行; 全面营销; 服务体系; 建设

## 一、前言

近年来, 商业银行因其所处垄断行业利润过高。中国人民银行控制主要商业银行中小企业的存款准备金率和存贷款基准率, 随着金融改革的深化和中国金融市场的自由化进程不断加速, 商业银行之间的竞争不可避免。为了提高经济运行效率, 利用资金为竞争性行业提供服务, 商业银行的利润主要取决于其提供的服务质量和消费者的需求, 商业银行应该更加重视其服务。商业银行应转变以客户为中心的服务营销观念<sup>[1]</sup>。

## 二、营销服务体系的基础——全面了解客户

商业银行营销网点更了解客户, 因为商业营销网点的客户越来越少, 越来越集中, 由于客户规模越来越大, 越来越复杂, 人均服务水平越来越高, 客户数量越来越少, 使得大型银行的工作更加困难, 商业银行需要建立一个标准的客户信息数据库, 为营销打下基础。

### (一) 了解客户需求

首先了解客户的基本信息, 包括客户的活动范围、营业地址和行业属性, 然后再谈谈银行客户的当前业务, 包括主要业务特点, 银行客户的存款和贷款。最终分析客户对银行的金融需求, 包括客户自身的发展方向和未来对银行产品的需求等<sup>[2]</sup>。

### (二) 客户数据分析

在获得完整的客户信息后, 合理的信息分析和详细的信息处理成为客户系统管理的关键要素, 这就需要商业银行IT部门的系统支持, 有序高效地维护庞大复杂的客户信息, 建立企业客户信息集成系统客户基本信息模块、客户存款状态模块、客户产品状态模块、当前客户服务模块、银行客户开户及市场份额变动模块、客户业务需求模块。基于对现有银行系统的系统参考, 可以自动生成一些模块的信息, 如客户基本信息模块、产品分销模块、客户账户状态等, 一些模块要求营销人员通过反馈和与客户的积极接触来收集信息, 并手动输入客户营销系统, 并对客户信息进行日常维护, 建立稳固的营销信息基础<sup>[3]</sup>。

## 三、全方位营销服务体系的建立——系统的营销措施

以客户识别为基础, 根据客户需求, 作为向客户提供全方位金融服务的出发点, 银行必须获得客户对银行服务水平、银行产品的认可。

### (一) 为客户提供优质的银行服务

银行服务理念是银行业务文化的重要组成部分。为了更好地诠释企业文化, 服务是发展银行业的重要环节。

客户对银行的要求可以说是“满足他们的需求”。他们的工作效率和对客户的盈利能力不仅是客户选择银行的标准, 也是他们与客户合作的标准。

\*通讯作者: 王俊增, 1972年10月, 男, 汉, 河南郸城人, 现任中国农业银行周口分行总经理, 高级经济师, 本科。研究方向: 商业银行对公金融。

优质的银行服务包括银行员工的服务态度、银行服务理念和银行服务的主动性。在要求银行员工了解客户的业务需求后,积极向客户提供满足其需求的银行产品和服务,从而赢得客户对银行的信任。

#### (二) 培养高素质的营销人才

传统的商业银行服务已不能满足客户的需求。商业银行需要不断更新。从时间角度看,银行产品在满足客户业务需求时,营销必须有自己的产品,包括产品特色、客户基础和产品优势。在了解客户业务需求的基础上,寻找产品和需求,找到最佳焦点,为客户提供最佳的银行产品和营销解决方案,以满足客户需求,影响客户,提高客户对银行的忠诚度。

#### (三) 营销和真实客户整合

为了深化客户潜力,银行营销必须由潜在客户积累,实时了解客户的业务需求,并根据客户的业务变化,为客户提供多元化的银行产品以满足其业务需求。只有真正深入客户群,银行营销才能找到与客户合作的机会,满足客户的业务需求,为客户提供全方位的银行服务,实现双赢。同时,了解客户的业务需求和我们产品的合规性,必须实时观察客户的前端业务流程,以便为未来的营销工作实施反营销或信息积累<sup>[4]</sup>。

#### (四) 全面的客户营销计划

在商业银行竞争激烈的情况下,商业银行更需要根据市场变化调整内部结构和营销模式,优化营销团队的组成,提高银行的服务水平。

营销团队由多个业务部门组成。各部门加强协调、互动、相互支持、相互服务,结合服务综合体的优势,形成共同的服务网络。

#### (五) 强大的信科技术支持

商业银行应该建立完善的客户营销服务体系,最大限度地利用客户信息,完善客户服务营销流程、营销计划和营销细节,确保系统中客户资源的综合利用。因此,强大的信息技术对于银行系统的营销支持尤为重要。

此外,营销人员的创新方法和创新精神尤为重要。目前,银行的营销水平有限,营销必须创新以满足客户的业务需求,这体现在营销计划和银行创新上,在全面的营销服务体系下,提高营销效率,是银行业未来发展的源泉。

不断完善和创新,建立银行营销体系是一项长期的任务,商业银行必须具备全方位的营销服务,才能在竞争激烈的市场中占有一席之地<sup>[5]</sup>。

### 四、对公金融服务措施主要提供的便利

与资金管理相关的金融服务不仅是一个操作系统、一个技术平台和一套应用程序,也是商业银行服务总体决策的组成部分,商业银行应该采取哪些措施,如何管理金融服务的建设,如何连接公司的内部和外部现金流以达到预期的建设效果。

#### (一) 支持企业解决实际资金管理问题

在我们帮助客户开发资金管理金融服务之前,我们需要学习商业银行资本管理的经验,与客户讨论客户的实际业务需求,提出建议,遵守客户管理和业务规范,并与客户讨论。其目的是确保与金融服务和资金管理相关的问题,直接、系统地为客户解决业务问题,真正帮助客户解决实际管理问题。

#### (二) 定位企业客户,创造新的资本价值

在大多数商业客户了解与资金管理相关的金融服务之前,他们无法真正理解管理公司资金的好处。作为一种资金管理系统,商业银行将通过使用现代金融服务管理工具,帮助公司客户分析资本成本和机会。金融服务资金管理的有效性可以使企业客户三倍。换句话说,显著增加和高度集中流动性是金融服务管理的核心。

#### (三) 降低为企业客户提供服务的成本

我们不直接将金融资金管理服务视为商业银行的业务之一,也不将其视为公司客户现成的软件产品。我们根据其业务状况和发展目标调整金融服务以进行资金管理。事实上,该系统的运行将增加企业客户服务的成本<sup>[6]</sup>。

### 五、结论

除此之外,营销人员的开拓思路、勇于创新的精神也尤为重要,围绕现有的银行服务水平营销客户具有一定局限性,为此需要营销人员结合客户业务需求勇于创新,体现在营销方案的创新和银行产品的创新,这也是全面营销服务体系的营销升华部分和未来银行业务发展的源动力。持续完善、努力创新,银行营销服务体系的建立是一项长期工

作, 需要不断细化、不断完善, 最终以商业银行的全方位的营销服务体系在银行竞争市场中取得一席之地。

**参考文献:**

- [1]姚圣慧,陈阳.浅谈商业银行服务营销[J].商情, 2013:184,282.
- [2]中国农业银行安徽省分行联动营销课题组[1].商业银行客户营销服务联动机制探讨[J].农银学刊, 2016:17.
- [3]梁宇箭.商业银行个人客户服务营销体系建设的思考[J].现代经济信息, 2011:194+211.
- [4]王春和,邓士杰.浅谈商业银行建设对公现金管理金融服务体系的重要性[J].金融电子化, 2009:7+35-38.
- [5]张岚.浅谈商业银行对公客户全面营销服务体系建设[J].中国经贸, 2013:80.
- [6]高政宜.浅谈商业银行个人VIP客户分层服务体系建设[J].现代商业, 2018.