

# 商业银行网上银行金融服务的营销措施研究

杨晓敏\*

陕西太白长银村镇银行股份有限公司, 陕西 721000

**摘要:** 商业银行是我国金融行业的主要组成部分, 是经济核心产业。因为我国商业银行网上银行金融业务起点低、发展时间短, 因此会有很多问题存在, 比如, 营销思想陈旧、缺乏金融产品、欠缺多元化营销方式、没有过强的品牌形象、缺少相应的人才等。

**关键词:** 商业银行; 网上银行金融服务; 营销措施

## 一、引言

21世纪以来, 国内商业银行的改革转型始终与平台化服务密不可分。网上银行、手机银行等平台的创新与广泛应用, 大幅提升了银行服务的广度、深度和精度, 为中国银行业实现跨越式发展作出了重要贡献。在新的改革浪潮中, 金融科技加持之下的平台化服务将继续发挥不可替代的重要作用, 助力商业银行实现高质量发展。

## 二、商业银行网上银行金融服务的营销措施研究

### (一) 营销思想陈旧

商业银行进行相应的网上银行金融服务营销时, 其营销思想必须与实体银行的营销思想一致, 要以客户为中心, 确保客户满意。商业银行开通了网上银行金融服务, 提高了其市场活力, 也增加了金融业务营销方式。可是, 我国的商业银行没有形成完善的网络经营运行模式, 没有清晰、正确地认识到网上银行金融服务的服务内容、经营方式、交易价值等, 只是把网上银行的金融服务看作是线下银行金融服务的扩展和补充, 没有和线下银行金融服务树立相同的营销思想, 理解营销就是推销, 对宣传、公关等不能正确认识, 没有较强的网络营销意识, 也不重视信息化营销方式和网络营销<sup>[1]</sup>。

### (二) 营销策略和方式相对单一

通过研究发现, 我国当前一些商业银行网上银行进行金融操作的过程中, 不知道如何去实施, 如何去策划, 没有有效的掌握网络化现代化的营销模式, 没有有效的学习相关的营销手段, 没有对营销方法进行大胆熟练的应用, 在网上银行推出新产品之后, 不知道如何通过网络的方式进行营销, 很多产品在定位方面不准确, 无法将自身的优势充分地发挥出来, 无法让网上银行金融服务的预期营销目的实现。

## 三、加强商业银行网上银行金融服务的营销策略

### (一) 创新营销策略

商业银行网上银行金融服务展开的过程中, 一定要重视以客户为基础, 积极对营销手段进行创新, 通过差别化的服务方式面对客户进行服务, 采取一对一、面对面的方式, 提高客户的满意度, 如此一来, 可以将客户对商业银行传统金融服务的看法转变, 更好地让商户和银行之间进行协作, 与此同时可以将网上银行金融服务的传递方式和推销方式转变, 利用网上银行更好的在线与客户进行交流, 让客户对产品和服务的区别进行了解, 更好的选择自己需要的产品, 最终符合客户个性化、多元化、差别化的要求, 商业银行网上银行金融服务需要将传统产品导向为客户需求导向的方式转变, 依照客户的要求, 为客户打造自己需要的金融产品。在商业银行网上银行金融服务创新的过程中, 还需要重视创新营销手段, 拓展业务范畴, 让产品的市场容量增加, 为个人客户和公司客户制定相应不同的营销方案<sup>[2]</sup>。

### (二) 加强营销意识

网上金融服务营销意识的高低对银行网上营销水平和效果有直接的影响, 所以, 在进行网上银行金融服务实施和开展中, 银行和工作人员都必须重视相应的营销思想的创新和强化, 尤其是与现代科技信息相结合的创新思想, 增强

\*通讯作者: 杨晓敏, 1991年7月, 女, 汉族, 陕西宝鸡人, 现任陕西太白长银村镇银行股份有限公司内审合规职员, 本科。研究方向: 银行金融。

其业务服务和营销意识。

第一,要全面了解网上金融产品,并结合实际进行推广。目前网上银行产品的品种少、经营的相关业务范围小,营销人员也匮乏,这些因素都导致影响思想滞后。所以,要清晰明确网上银行营销氛围和内容,提高相应水平和能力,研究和开发新项目,增强营销思想。

第二,要以客户的需求为目标,坚持客户第一。在进行网上银行营销活动,必须以客户的需求为基础,结合客户需求进行相应营销服务思想和观念的创新,增加营销服务内容,让网络平台可以实现其效率高、快捷方便的特性,为客户提供具有针对性的服务,为其提供有特色的产品,最大程度地满足客户要求。

第三,增强银行服务思想。银行服务需要工作人员的参与,要求工作人员详细了解和掌握网上服务内容和知识,加强网上银行金融服务营销思想,进行观念和思维的合理创新,与时代发展相适应,改变传统做法和思想,诚心考虑客户需求,重视网络营销,给网络银行服务奠定基础,提高营销水平<sup>[3]</sup>。

### (三) 平台化服务信息化升级

网上银行已被客户认可,国内各商业银行从建设门户网站开始,并逐步将网上银行的交易种类从查询、转账等传统业务,扩展到基金、外汇、保险、证券等各类金融服务。伴随5G时代的来临以及智能手机的快速普及,国内手机银行进入了爆发式增长阶段。各商业银行纷纷推出手机银行APP,“移动优先”逐步成为行业发展共识。

据统计,手机银行发展迅速,手机银行用户活跃度逐步赶超网上银行,成为银行平台化服务的“主角”。商业银行纷纷布局互联网金融。一方面继续加大对手机银行的战略支持力度;另一方面围绕信用卡、电商、保险等细分领域,打造“金融+场景”手机APP。随着金融科技快速发展,商业银行积极借助科技手段创新推出了人脸支付、智能投顾、个人信用消费贷款、数字普惠等智慧金融服务,并通过API、生态云方式将金融服务嵌入客户生产生活场景,努力打造智能化、生态化的平台化服务。

### (四) 坚持“客户至上”的平台化服务理念

服务是商业银行的立行之本、发展之基。商业银行始终以建设客户首选银行和人民满意银行为目标,积极适应、引领客户需求,潜心打造随时、随地、随心的平台化服务。为给客户提供“ONE ICBC”的平台化服务体验,商业银行打造了“客户一点接入、全渠道通行”的线上统一通行证。

通过统一各线上平台的用户体系,实现客户一点注册、全渠道共享,打造了统一、流畅的线上平台用户注册、登录等交易流程,并且支持用户注册享受银行提供的线上服务,极大地提升了客户体验,降低了用户门槛。商业银行实现了各线上平台客户、数据、服务的互联互通。融e行、融e购、融e联分别从金融服务、电子商务、社交与生活服务层面作为客户流量入口,并通过业务场景进行协同服务。例如,客户通过融e行办理积分兑换可以自动链接到融e购商城兑换海量商品;融e购商户的订单数据用于小微企业授信,帮助企业客户通过手机银行获得无抵押信用贷款;转账、信用卡还款等常用交易支持跨平台复用、调用;等等<sup>[4]</sup>。

### (五) 坚持“安全第一”的平台化安全理念

银行平台化提升了各类金融服务便捷性、普惠性,催生出很多个性化、场景化的金融服务,聚集了海量的活跃客户。当前,外部信息安全形势日益严峻,各类银行平台依然是黑客、黑产攻击的重点,保护平台稳定、客户信息安全是所有商业银行必须坚守的底线。

### (六) 重视建设品牌形象

网上银行和线下的实体银行不一样,它有相应的虚拟性,相关银行网站及平台就是网上银行的品牌形象,对客户和市场有着重要的影响作用。网上银行要让客户产生直接的良好印象,是如今网上银行努力和研究的方向,也是如今营销的重点和关键。所以,银行必须认识到品牌形象的重要性,树立银行自己的品牌形象,要建设相应的网络格局,做到大方、简洁,给银行客户的印象深刻、全面,使其对网上银行产生兴趣,获得吸引力。确立了网上银行品牌形象,说明营销取得了初步成功。并且,银行进行网络营销时,必须重视保护域名,保证域名统一和独立,对相应的网上品牌形象有效维护。

## 四、结束语

商业银行网上银行金融服务是未来发展过程中的重点,要想让商业银行在市场上处于不败之地,一定要积极拓展

市场份额，与实际情况相结合，立足本身，让产品的类型更为丰富，增加营销手段，创新营销策略，加强专业化团队的建设，注重品牌营销，坚持以客户为基础，符合客户发展过程中个性化差别化的需求。与此同时，在当前互联网的条件下，一定要对技术进行创新，让自己的服务水平提高，对服务环境进行改善，为网上银行的发展打下坚实的基础。

**参考文献：**

- [1]王瑞莉,陈晶璞.商业银行网上个人业务营销策略探析[J].陕西行政学院学报, 2019,23(2):112-114.66.
- [2]周俊锋.商业银行在互联网金融冲击下的金融营销策略分析[J].现代国企研究, 2020,136(10):107.
- [3]马芳.商业银行互联网金融营销策略研究[J].中国市场, 2019(31).
- [4]周俊锋.商业银行在互联网金融冲击下的金融营销策略分析[J].现代国企研究, 2019(10).