



热门文章

用多元线性

国外汇储备

何加强会计

国衍生金融

间借贷利率

章

章

品市场竞争

业银行走混

国存款保险

国创业板市

华夏并购案

[2006年12月]关于“个人金融中心”建设工作的若干思考

【字体：大 中 小】

作者：[王莹] 来源：[本站] 浏览：

随着我国经济与社会的发展，个人银行业务将成为银行最重要的利润来源之一。目前，国内行均把发展个人业务作为自身战略目标的重要组成部分，纷纷成立“个人金融中心”或“个人中心”，推出了各种个人类金融产品和特色服务以吸引个人客户，希望能在竞争伊始率先争夺的个人客户和最大的市场份额。

个人金融中心（个人理财中心）作为银行个人业务的形象窗口，是银行借此规范和指导全行业务的样本部门，因此，如何建设个人金融中心是非常关键的，笔者对此进行了一些思考和提出的工作思路能对银行个人业务的发展有所帮助。

一、目前银行个人业务普遍存在的问题

由于个人业务开办初期（90年代中期），银行对个人客户不够重视、管理方式不够规范、不够发达，当时的经济环境和经济水平也导致个人金融需求不够旺盛，因此，银行基本上对个

（一）个人信贷业务客户数量大幅增加，贷后管理难度日渐加大，操作风险、道德风险凸现展与风险控制的关系较难把握。

（二）个人信贷业务流程重复环节较多、缺乏人性化，不利于业务拓展。

（三）银行对个人客户群体未进行细分，对个人客户的群体特点没有了解和掌握，对个人客

（四）个人融资类的产品研发工作对市场需求发掘不深，市场上缺乏个性化、特色化的个人

（五）个人客户分散，营销渠道主要依靠经营网点，营销方式主要依靠广告宣传，营销效果

（六）专业个人客户经理数量不足，银行的业务培训工作滞后，个人客户经理的业务技能和

虽然个人金融中心的成立并不能解决上述所有问题，但是如果对一些问题做认真分析，并纳

二、个人金融中心的建设思路

（一）基本思路

1. 优化业务流程，完善审批和贷后管理工作，掌控操作风险和道德风险；

2. 以个人富裕和大众富裕客户为主要目标客户；

3. 确定经营主打产品，注意产品创新，提供综合性、先进性较强的产品与服务；

4. 采用整体营销模式，提高营销效率；

5. 统一个人客户经理的准入标准，加强专业化培训；

6. 精心对待中心的选址工作；

7. 重视中心的外部形象设计，进行品牌化经营。

（二）具体做法

1. 对主要的个人银行类业务及产品进行全面整合。统一合同协议的内容和版本；制定统一、

2. 可通过网点推荐、广告宣传等方式收集个人富裕和大众富裕客户的信息，建立银行个人高

3. 中心成立初期，以个人住房贷款、个人汽车消费贷款和个人消费额度贷款、个人理财产品

4. 要拓宽营销渠道，与内部其他重要经营部门联动，共同营销房地产开发商、中介商、汽车

5. 建立一支高素质的个人客户经理队伍。对中心的个人客户经理在全行进行公开竞聘选拔，

除了必要的业务培训之外，还要对个人客户经理的仪表、销售说辞、服务态度、服务行为等进行标准化

三、个人金融中心的建设步骤

（一）全省范围的建设步骤

可先在省一级分行本部成立个人金融服务总中心，随着总中心的运作成熟，再适当设立昆明地区的分

（二）昆明地区分中心的选址策略

分中心的选址主要依靠现有营业网点的资源优势来进行，可依据以下几个方面：

1. 硬件环境，包括营业面积是否足够，能否按照统一要求进行合理布局；

2. 市场环境，包括是否易吸纳客户办理业务，交通是否便利，人气是否旺盛，周边治安状况；

3. 业务基础，包括个人信贷余额、个贷不良率、总分行级VIP客户数量、原有的项目资源、是否发生过

4. 地理环境，包括在昆明所处的地理位置及向周边进行业务辐射的能力。

按照以上因素，重点对昆明地区经营良好的营业网点进行考察，最终可选出综合评价较高的网点作为

四、个人金融中心的品牌形象建设

除了以优质服务赢得客户的良好赞誉外，中心需要依靠多种宣传营销手段打造特有的品牌形象，使目

120+ renowned advisors reveal what to buy and what to sell. Meet face-to-face with top investment experts. Acquire a global market perspective. Discover profitable investment insights...

120+ renowned advisors reveal what to buy and what to sell. Meet face-to-face with top investment experts. Acquire a global market perspective. Discover profitable investment insights...

(一) 对中心品牌形象进行专门设计, 加强“中心”品牌对外的视觉效果。可请专业公司对中心的业务区域布局、形象标识、广告用语进行专业设计, 也可向社会或行内征集设计方案。要求中心的业务区域布局视觉良好、服务便利, 中心的形象标识鲜明生动、便于识别, 广告用语简洁通俗、易懂易记, 符合中心的功能定位, 形成中心独有的品牌形象。

(二) 采用多种沟通和传播方式, 加强“中心”品牌的宣传冲击力, 加深公众对“中心”的认知度。

1. 传统方式: 利用布标、宣传折页、招贴画、广告牌、车身广告等;

2. 媒体方式: 电视广播、报刊杂志、新闻发布会;

3. 电子渠道: 电话银行、网上银行、自助银行、手机短信;

4. 宣传活动: 客户联谊会、产品或中心介绍会、路演等大型营销活动。

(三) 借助项目合作方的宣传影响力, 加强“中心”的对外作用力。可与房地产开发商、二手中介商及汽车经销商等业务合作伙伴联合, 通过诸如发布联名广告、建立互惠会员制活动等方式, 将对方的商品与中心的个人金融服务结合起来, 产生连锁反应, 借此达到更好的品牌宣传效果。

(作者单位: 中国建设银行云南省分行)

【 评论 】 【 推荐 】

评一评

正在读取...



笔名:



评论:

发表评论

重写评论

[评论将在5分钟内被审核, 请耐心等待]

【注】 发表评论必需遵守以下条例:

- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

Copyright ©2007-2008 时代金融

XML RSS 2.0



EliteArticle System Version 3.00 Beta2

当前风格: 经典风格

云南省昆明市正义路69号金融大厦