

商业银行数字化代发客群金融服务优化策略探讨

赵璇

(晋商银行股份有限公司,山西 太原 030006)

摘要:随着金融科技的发展以及客户需求的变化,商业银行的数字化转型逐渐成为行业发展的必然趋势,商业银行代发业务发展迅猛。文章围绕商业银行数字化代发客群金融服务展开讨论,从代发客群特征入手,阐述了数字化服务现状,给出了详细的优化策略,以实现客户留存和价值提升。通过这些策略,商业银行可以更好地满足代发客群的金融需求,提高服务质量和客户满意度,从而增强商业银行在代发业务市场的竞争力,实现数字化转型和业务创新。

关键词:商业银行;数字化;客群

中图分类号:F830.33

文献标识码:A

文章编号:1008-4428(2025)27-0073-04

Discussion on the Optimization Strategies of Digital Mass Payment Customer Group Financial Services in Commercial Banks

Zhao Xuan

(Jinshang Bank Co., Ltd., Taiyuan, Shanxi, 030006)

Abstract: With the development of financial technology and the changing demands of customers, the digital transformation of commercial banks has gradually become an inevitable trend in the industry, and the development of commercial bank payroll services has been rapid. This article discusses the financial services for digital payroll customer groups provided by commercial banks. Starting from the characteristics of payroll customer groups, it elaborates on the current status of digital services and provides detailed optimization strategies to achieve customer retention and value enhancement. Through these strategies, commercial banks can better meet the financial needs of payroll customer groups, improve service quality and customer satisfaction, thereby enhancing their competitiveness in the payroll business market and achieving digital transformation and business innovation.

Key words: commercial banks; digitalization; client groups

0 引言

代发客群是银行的重要客户群体,其稳定的资金流动和潜在的消费金融需求为银行提供了丰富的服务创新机遇。因此,探索与分析商业银行数字化代发客群金融服务,对推进银行业的数字化转型、提升服务质量和满足客户多样化需求具有重要意义。

1 代发客群特征

1.1 规模化与集中化

代发客群的主要来源是政府部门、企事业单位和社会服务团体,这类客户群体通常拥有大量的员工或成员进行批量开户和资金发放,因此,形成了显著的规模效应和集中效应。通过单位合作,银行可

以在短期内吸收大量客户,从而以较低的成本扩大零售客户基础。此外,单位客户通常会长期与同一银行维持代发扣业务合作关系,为银行带来长期稳定的客户流量并积累庞大的客户数据资源。

1.2 稳定且持续的资金流动

代发客群的收入来源是工资、社保、养老金或其他定期福利发放。这种收入具有稳定性和周期性,通常在每月规定时间进行资金打款,资金流入银行账户后,多数客户会通过支付、储蓄、投资等形式逐步消费或使用。这种规律的资金流动为商业银行的贷款发放和理财产品销售创造了良好的基础。相比于其他自然流量客户,代发客户的资金流动较易预测且可控,进一步增强了银行经营资金的安全性与

稳定性。

1.3 结构多样,需求分层

代发客群的构成极为多样化,包括不同年龄、职业和收入水平的客户。例如,企业白领通常面临高收入和高消费需求,关注工资理财、信用卡和消费贷款,同时更注重产品便利性与个性化;产业工人则注重工资到账的及时性,以及支付、日常转账的快捷性;退休人员则偏向于安全性较高的储蓄或养老型金融服务。由于代发客群结构的复杂性,需求呈现明显的分层特点,这要求银行在产品设计上根据客户属性提供差异化服务^[1]。

2 商业银行数字化代发金融服务存在的问题

目前,多数商业银行已将代发服务逐步向数字化方向转型,并初步形成了相对完善的业务系统框架。银行借助手机银行、网上银行、智慧柜员机(STM)等数字化渠道,基本实现了代发工资、社保及养老金等业务的自助办理功能。在服务环节上,一些银行开始利用大数据技术和智能推荐算法,通过手机银行及时向代发客户推送理财、贷款等匹配性产品,提高交叉销售效率。部分银行已开始探索基于人工智能的智能客服,通过自助答疑、机器学习分析客户需求等方式提升服务体验。同时,通过应用程序编程接口(API)技术,商业银行正逐步与企业内部系统对接,为代发单位企业提供更加流畅的资金处理和服务链条^[2]。但是,在提供服务的过程中还是存在一些问题。

2.1 服务单一,缺乏个性化体验

代发业务的数字化服务目前主要集中在代发工资、账户查询和资金转账等基础功能上,服务内容较为单调,缺乏多样性和创新性,无法匹配不同收入阶层、职业特点的客户需求。银行对代发客户的生命周期管理不足,缺乏根据客户不同的人生阶段提供对应产品的服务,削弱了客户黏性,也限制了代发业务的发展潜力。

2.2 信息孤岛,服务协同不足

代发系统与零售银行产品系统、风控体系等模块孤立运行,导致银行难以形成客户的统一画像。代发业务记录无法很好地与客户的理财、贷款需求

进行联动,限制了增值服务的开发潜力。客户在银行的交易数据和消费记录未能充分整合,阻碍了精准营销和服务效率的提升。此外,不同数字渠道的体验差异化较大,客户在使用过程中往往需要多次重复操作,缺乏统一、流畅的数字化服务体验。

2.3 安全与信任问题

数字化代发服务在提升了资金发放的便捷性的同时,也增加了潜在的安全隐患。随着技术应用的不断发展,信息泄露与金融欺诈的风险持续攀升,如账号盗刷、虚假身份冒用和恶意转账等事件的频发,引发了客户的广泛担忧。部分商业银行的现有风控体系在应对复杂安全场景时仍显不足,往往难以及时阻止或识别异常交易。此外,部分客户对数字化渠道的不信任也限制了服务的进一步推广,尤其是有些较为保守的代发客群更倾向于通过传统网点进行服务办理,他们担忧敏感信息可能会在数字平台上被滥用或泄露,对线上办理接受度较低。

2.4 客户转化率低

尽管代发业务使得银行能够快速吸纳大量客户资源,但这些“被动进入”的代发客户的深度开发和转化率却并不乐观。大多数代发客户将银行账户仅用于工资到账与简单支付功能,代发的资金在短时间内即会转出,此种资金快速流失现象降低了银行的资金沉淀能力。银行目前对代发客户的增值服务力度较小,如理财、贷款等附加产品的设计吸引力不足,很难激励代发客户将更多金融需求交由银行完成,从而导致客户对银行黏性较低甚至流失^[3]。

3 商业银行代发客群数字化服务的优化策略

3.1 基于技术升级服务模式

技术升级是优化代发客群数字化服务的基础,能够显著提升服务效率和客户体验。首先,商业银行应充分利用大数据技术,通过分析代发客群的收入、消费和资金流动特征,构建精准的客户画像,挖掘客户潜在的金融需求。例如,可以基于工资到账时间自动推送短期理财产品、个性化贷款建议或储蓄计划,从而提高交叉销售效率,提升银行的产品销售转化率。其次,人工智能技术的应用,尤其是智能推荐和智能客服,将显著提升服务质量。通过机器

学习算法,银行能够分析客户行为和历史交易数据,为客户量身定制金融方案,并通过智能客服提供快速、准确的在线咨询服务。利用分布式账本技术,可以实现资金流转的清晰记录,同时保障数据的不可篡改性,为客户和企业提供可信赖的服务。最后,银行还需要加强内部系统的整合,打破各业务部门之间的“信息孤岛”。通过统一的数据中台,实现代发系统、零售银行业务系统和风控机制的联动,使客户的银行账户、理财需求和历史交易记录得以全面关联,为客户提供更精准的产品推荐和服务支持,还能帮助银行更好地识别潜在风险,优化风控策略^[4]。

3.2 完善客户体验

代发业务的核心在于客户体验的提升,银行需从流程优化、个性化服务和全渠道服务三个层面入手。首先,通过简化操作流程,提升数字化平台的使用便捷性。例如,优化手机银行和网上银行的界面设计,确保客户能够快速完成工资查询、账单管理、资金转账、理财选购等关键操作。通过将多项功能集成到统一入口中,让客户以最低的操作成本,实现高效、流畅的业务办理。同时,配合智能语音助手或一键查询功能,客户可以更快地获取所需信息或完成常用操作,进一步提高使用效率。其次,银行需要针对代发客群的多样化需求,提供个性化和差异化的服务。企业白领较关注工资理财、高收益投资和消费支持型服务,银行应优先推荐多种稳健型或高收益型理财方案;针对收入水平较低的群体,则推荐快速到账、实时结算和小额消费贷等服务以帮助缓解用款压力;而退休客户则着重于资金的安全性和增值需求,银行可以设计更简单的储蓄型产品,以及针对养老需求的专属规划方案。再次,银行还应注重将产品设计与客户日常生活场景融为一体,例如,在教育、医疗、租房、购车等重要场景中嵌入相应的贷款、分期支付或专项储蓄服务,将金融服务与客户日常消费行为紧密结合。例如,针对有子女的家庭客户,银行可以提供教育储蓄计划或教育贷款服务;针对客户的购房需求,银行可以推出优惠的房贷产品或灵活的首付分期服务;而对医疗需求,银行可以设计专属的健康储蓄或医疗保险理财产品。最后,为了更好地覆盖多类型客户,银行还需要优化全

渠道服务体验。无论是线上渠道还是线下网点,都需打通服务流程并提供一致性体验。例如,线上渠道可快速完成基础业务,而线下网点则提供更复杂的问题咨询和产品匹配服务。多渠道协同工作的同时,注意各个渠道间数据的不重复输入和同步,以减轻客户操作负担,提升整体服务满意度。

3.3 加强安全保障与信任建设

数字化服务的普及同时也为数据安全和客户隐私保护带来了挑战,因此加强安全保障和信任建设是银行优化代发客群服务的一项重要任务。首先,银行需要建立多重身份验证机制,例如,生物识别、动态验证码和行为验证等方式,确保客户账户的安全性。同时,银行应全面应用先进数据加密技术和安全传输协议,避免客户信息在数据流转或存储过程中被非法篡改或泄露。如采用混合加密技术(如AES+RSA)保护代发薪资数据、客户身份信息敏感内容传输与存储安全,并且实施基于角色的权限管理(RBAC),限制非授权人员访问代发客户数据,并通过多因素认证(如生物识别+动态口令)强化身份核验,以此从技术层面来保护数据安全和客户的隐私。其次,银行还需加强实时监控,利用智能监控技术对交易的合规性和风险性进行甄别,通过分析客户的交易行为和资金流动特征,银行可以及时发现异常交易或潜在的欺诈行为。例如,当系统检测到客户账户出现非正常登录或大额资金转出时,可以立即触发风险警报,并冻结相关操作,防止资金损失。再次,为化解客户对数字化服务的信任顾虑,银行要注重优化风控体系,并制订清晰且透明的应急处理方案。当出现客户资金损失或账户安全隐患时,银行应及时介入,通过补偿或技术保护措施保障客户权益。从次,银行可以通过推送金融安全教育内容,例如,反诈骗提示、常见风险事件案例等,帮助客户增强风险防控意识,进一步提升客户对银行数字化服务的信任。最后,对某些对线上服务信任度较低的代发客群,尤其是老年客户,银行还需要保留线下服务渠道。例如,在发生安全问题时,支持老年客户通过网点解决问题;或在必要情况下,为其提供专门的技术支持团队和绿色通道,营造稳固的信任关系,帮助其逐步适应数字化金融服务。

3.4 深化企业与客户联动

代发客群的主要来源是企业 and 单位,因此,深化企业资源与客户服务的联动是优化代发业务中的重要组成部分。首先,在为企业服务方面,银行可以推出一站式智能化薪酬管理解决方案。从薪资核算、税费计算、代发社保到员工工资发放实现全流程数字化处理,通过与企业内部财务、人事管理系统深度对接,减少人工介入,提高资金处理效率,建立长期合作关系。其次,在员工个人服务方面,银行还可以与企业协同推出为员工量身定制的专属产品和福利优惠。例如,根据单位职工的整体收入水平和消费特点,银行可以设计灵活的贷款政策,如低息购房贷款、消费贷款或定制化的工资理财方案。再次,银行可以配合企业开展员工培训活动,如组织财务管理讲座、投资规划沙龙等,提高员工对银行服务的认知度,同时增强银行客户的黏性。最后,聚焦企业与客户的服务链条衔接,银行还可以开发一体化服务平台,将企业薪资代发、员工工资管理和员工个人金融服务结合在同一个数字平台中。例如,员工通过平台不仅可以查询工资发放明细,还能够订购优惠的银行理财产品,或根据实时的贷款测算结果直接申请高效便捷的小额贷款,提升员工客户的服务效率,也将企业与银行的合作关系进一步稳固。

3.5 持续优化与创新

为了在竞争激烈的市场环境中保持领先,商业银行需持续优化与创新其代发客群的数字化服务。首先,银行应定期收集客户反馈,以调查问卷和用户访谈等方式深入了解客户的真实需求和痛点,识别客户在使用过程中遇到的具体问题,并针对性地调整和改进服务内容。例如,如果发现客户对某类金融产品的需求增加,银行应迅速响应这些需求,及时推出相关产品,以提升客户体验和满意度。其次,银行还应利用先进的技术手段进行市场分析,定期评估行业趋势和竞争对手的动态,以此发现潜在的市场机会和风险。通过数据分析和市场研究,银行能够实时跟踪行业的变化和消费者的偏好,及时调整

战略方向。这种灵活的应变能力使银行能够在快速变化的环境中维持竞争优势,例如,通过增加创新产品或服务,迅速响应市场需求的变化。设立专门的创新团队,负责探索新技术的应用和新产品的开发,研究前沿技术,如人工智能、大数据分析和区块链,以寻找提升数字化服务的方法。最后,与科技公司和金融科技初创企业的合作可以极大地加速银行的数字化转型进程。通过借助外部资源和专业知识,银行能够快速引入新技术和新思路,提升整体服务能力和市场竞争力。例如,合作可以为银行提供新的平台功能、改进用户界面或增加新的支付方式,使其数字银行服务更加全面和便捷^[5]。

4 结论

综上所述,商业银行的数字化代发客群金融服务是未来发展的重要方向。通过深入理解代发客群的需求,并不断优化服务水平,商业银行不仅可以提升客户的满意度,还能增强自身在市场中的竞争力。未来,随着技术的不断进步和客户需求的变化,银行需不断调整自身战略,以应对日益激烈的市场竞争。

参考文献:

- [1]郭颖.工商银行YZ分行零售业务数字化运营策略研究[D].扬州:扬州大学,2023.
- [2]田俊.关于城市商业银行数字化转型的思考[J].全国流通经济,2023(5):157-160.
- [3]殷凯思.数字经济时代晋商银行品牌形象提升策略研究[D].太原:山西财经大学,2023.
- [4]郭蒙,伊治军,张宸希,等.浅议金融机具的目标客群需求、痛点及未来发展方向[J].中国信用卡,2023(3):63-66.
- [5]崔滢.数据要素赋能下的商业银行客户价值挖掘与精准营销研究[J].财经界,2024(16):78-80.

作者简介:赵璇,女,山西太原人,硕士,经济师,晋商银行股份有限公司,研究方向:金融与投资。