

以客户关系管理夯实农商银行发展基础

李文凯

浙江台州椒江农村商业银行股份有限公司，浙江台州，318000；

摘要：随着我国社会经济的迅猛发展，金融市场改革亦不断深化。加之互联网金融新兴业态的蓬勃发展，客户对银行业务的需求日益多元化，对服务质量的期望亦逐步提高。在此背景下，银行业竞争愈发激烈，农商银行亦面临严峻挑战。在现代金融环境中，农商银行客户关系管理的难度日益增加，客户期望的提升与管理难度的增加之间形成了日益尖锐的矛盾，对农商银行的高质量发展构成了不利影响。因此，农商银行的高质量发展必须重视客户关系管理，并在实际管理过程中持续进行优化与完善，这已成为农商银行现代化发展的必由之路。

关键词：客户关系；农商银行；发展基础；发展策略

DOI：10.64216/3080-1486.25.01.002

1 农商银行客户关系管理的重要意义

1.1 提升客户满意程度

客户群体是农商银行生存与发展的核心基础，而客户满意度则成为衡量银行各项业务成效的关键指标之一。客户关系管理（CRM）作为一种以客户为中心的经营哲学与管理策略，其核心目的在于构建并维系与客户的稳固关系，提供更为细致入微、专业化的服务，以实现提升客户满意度的目标^[1]。在农商银行的业务运营中，客户关系管理扮演着至关重要的角色。例如，CRM 能够助力农商银行深入洞察客户需求。通过构建客户信息数据库、开发客户分析模型等策略，农商银行能够深入掌握客户的实际需求与偏好，进而精确地设计产品和服务，以提升客户满意度。例如，针对不同客户群体，农商银行可推出差异化的理财产品，满足他们多元化的投资需求。只有当客户需求得到充分满足时，客户才会产生满足感，并愿意持续选择农商银行的产品与服务。通过深化对客户需求的理解、提升服务品质以及增强客户忠诚度，农商银行能够更有效地服务社会、满足客户需求，从而实现自身的可持续发展。

1.2 提升银行竞争力

现代社会经济快速发展，金融市场愈加繁荣的同时，银行彼此之间的竞争和博弈也变得愈加激烈，其中银行的客户关系管理工作直接影响着银行自身核心竞争力。一方面，客户关系管理可以提高客户忠诚度。客户忠诚度是银行竞争力的重要组成部分。通过建立客户评估模型、客户价值评估模型等手段，农商银行可以深入了解

客户的需求和偏好，进而提供个性化、差异化的服务，增强客户忠诚度，从而提高银行的市场竞争力。另一方面，客户关系管理可以提高品牌知名度。品牌知名度是银行竞争力的重要因素之一。通过建立客户服务标准、客户服务流程等手段，农商银行可以规范客户服务流程，提高服务效率和服务质量。只有客户对银行品牌有深刻的认知，才能能够在市场竞争中获得更多的机会和优势^[2]。

1.3 促进银行各项业务推进

农商银行客户关系管理在银行各项业务工作推进中发挥着重要作用。一方面，客户关系管理有助于提升银行的市场开拓能力。通过建立客户信息库和客户分析模型，银行可以深入了解客户的需求、偏好和消费习惯，从而精准地定位目标客户群体，制定针对性的市场推广策略。这有助于银行适应市场需求，开展精准营销，提高产品销售额和市场份额。另一方面，客户关系管理有助于提升银行的产品创新能力。通过与客户保持密切的沟通和互动，银行可以及时了解客户的反馈和意见，从而优化现有产品，并开发出符合客户需求的新产品。客户关系管理使银行能够更加敏锐地捕捉市场变化和客户需求，快速推出具有竞争力的创新产品。

2 农商银行客户关系管理工作中的不足

2.1 客户结构不甚合理

目前来看，农商银行在实际的建设和发展过程中受于传统观念影响比较明显，仍旧习惯性服务于大客户，依靠大客户带动业务工作的推进，而对于零售类客户拓展力度明显不足，久而久之就导致农商银行的客户结构

不合理,给对应的客户关系管理工作带来了比较大的困扰,难以真正意义上为广大的零散用户进行服务,久而久之,二者之间的矛盾会进一步增强,对于农商银行客户关系管理工作的持续推进极为不利。例如,目前的客户结构不合理现象和问题,导致农商银行在客户关系管理工作中,难以对众多的个人客户和小微企业客户进行对应的服务。

2.2 客户关系管理理念较为粗放

农商银行在客户关系管理工作理念方面仍旧比较传统和粗放,这与客户日益提升的服务体验水平提升之间形成了比较大的差距。部分农商银行在客户关系管理中更注重短期利益而忽视了客户的长期价值。他们在销售过程中过于追求业绩指标,而忽略了与客户的长期合作与发展。这种粗放的管理理念容易导致银行与客户之间的关系疏离,客户流失率较高。另外,部分农商银行在客户关系管理中只是简单地提供基本的金融产品和服务,缺乏深入了解客户需求的思考和努力。由于对客户需求了解不足,银行无法提供真正符合客户期望的个性化服务,导致客户对银行的满意度降低。

2.3 客户增值获益的产品和服务供给不足

随着时光流转和金融市场的演变,农商银行肩负着产品迭代更新的责任与使命,然而当前农商银行在客户增值获益的产品和服务供给方面存在明显不足。首要问题是产品创新匮乏。部分农商银行在客户关系管理上缺乏创新思维,产品线较为单一,难以推出满足客户多样化需求的创新产品。这导致银行无法提供具备差异化竞争优势的产品和服务,进而难以为客户创造更多增值获益。其次,个性化服务不足。一些农商银行在客户关系管理中未能提供量身定制的个性化服务,缺乏根据客户具体需求和特点定制的产品和服务。面对客户多样化的需求,若银行不能提供个性化服务,将难以满足客户的特定需求,也无法最大化客户的增值获益。最后,金融科技应用尚不充分。部分农商银行在客户关系管理中未能充分利用金融科技手段来提升增值获益的产品和服务。例如,缺乏智能化的客户分析工具和个性化推荐系统等技术支持,导致无法精准洞察客户需求并提供相应的增值服务。

2.4 客户管理与维护缺乏常态化机制

部分农商银行在客户关系管理中缺乏明确的客户

分类和管理流程,导致客户管理工作较为混乱。没有建立起完善的客户档案和信息管理系统,无法全面了解客户的背景、需求和交易记录,无法进行有效的客户分析和挖掘。还具有农商银行在客户关系管理中只注重销售过程,忽视了客户维护的重要性。他们往往只在需要推销产品或解决问题时与客户联系,缺乏持续的互动和关怀。这种临时性的客户管理方式容易使客户感到被忽视,降低客户对银行的忠诚度^[3]。

3 以客户关系管理夯实农商银行发展基础的有效路径

3.1 优化客户结构

优化客户结构乃提升农商银行客户关系管理之关键策略。通过对客户进行细致分类与深入分析,掌握客户需求与特征,进而为不同客户群体提供定制化的产品与服务,此法能显著提升客户满意度与忠诚度,从而增强银行业务品质与市场竞争力,此为巩固农商银行基础并推动其发展之核心措施之一。在实践中,不同地区的农商银行可依据客户之贡献度、风险度、潜力等关键指标,将客户细分为核心客户、稳健客户、发展客户及潜在客户等类别。随后,针对不同客户类别,银行可采取相应策略进行客户管理与维护。

针对核心客户,农商银行可实施定期走访、电话回访等措施,以强化与客户的联系,深入了解客户需求与反馈,及时解决客户面临的问题,并推荐更贴合客户需求的产品与服务,以增强客户黏性。

对于稳健客户,农商银行可借助营销活动、优惠政策等手段,提升客户满意度与忠诚度,进而促进客户交易量与贡献度的增长。

对于发展客户,农商银行应加强培育与引导,提供丰富的金融知识与风险管理建议,助力客户向核心客户转化^[4]。

对于潜在客户,农商银行应通过市场调研、客户洞察等手段,深入理解潜在客户需求与特征,进而为不同潜在客户量身定制推广策略,吸引其成为银行客户。

通过优化客户结构,农商银行能更精准地把握客户需求与特征,提供更为个性化的产品与服务,从而提升客户满意度与忠诚度,进一步增强银行业务品质与市场竞争力。

3.2 更新客户关系管理理念

随着金融科技的发展和客户需求的多样化,农商银行的客户关系管理工作需要不断更新管理理念,适应新时代的要求。其中,在新时期的农商银行客户关系管理工作中,客户体验是工作中的重点和基础,因此农商银行自身需要树立注重客户金融服务体验为主的管理理念。因为客户体验是客户满意度的重要指标,也是客户关系管理工作的重要内容。农商银行可以通过建立客户意见反馈机制、定期开展客户调研等方式,了解客户对银行服务的实际感受,及时改进和优化服务,提升客户满意度和忠诚度。并且,随着科技和社会的发展,银行需要不断地更新管理理念,寻求更加创新的方式和方法,以满足客户不断变化的需求。

3.3 创新客户增值获益的产品和服务

为增进客户满意度与忠诚度,农商银行亟需创新其客户增值与获益的产品及服务。首先,农商银行应普及金融知识与投资理财知识,协助客户优化财富管理。通过开展线上或线下金融教育课程,银行可提供专业投资理财建议,引导客户进行合理投资,并提供相应的理财产品,以增强客户的财富管理能力。其次,针对老年客户或有特定健康需求的客户群体,农商银行可推出健康管理服务,包括健康咨询、体检预约、健康管理方案等。通过与医疗机构合作,提供专业的健康管理服务,增强客户对银行的信任与忠诚度。最后,农商银行亦可利用数据分析技术,了解客户需求与特点,为不同客户群体推出个性化的产品与服务。例如,为企业客户提供专业的财务咨询、风险管理等服务,为高净值客户提供更高端的理财产品与定制化服务等。

综上所述,在新时期农商银行客户关系管理中,产品迭代更新至关重要。因此,农商银行需深入洞察客户需求与特点,依据市场动态与科技进步,持续推出更加个性化、创新化的产品与服务,以提升客户满意度与忠诚度^[5]。

3.4 建设客户管理与维护常态化机制

对于农商银行来说,客户关系管理工作是一项需要长期开展和落实的工作内容,为提升农商银行客户关系

管理工作的质量,建设客户管理与维护常态化机制至关重要,也是必然选择。为此,农商银行可以制定回访计划,定期联系客户,了解他们的需求和反馈。通过电话、短信、邮件等方式进行回访,针对客户的问题和建议及时解答和反馈,加强与客户的沟通和互动。例如,定期向企业客户发送问卷调查,了解他们的业务情况和对银行服务的评价,进而优化服务。

另外,农商银行可以定期组织客户活动,如客户座谈会、理财讲座、品鉴会等,邀请客户参与。通过这些活动,银行能够与客户建立更紧密的互动关系,增加客户对银行的认同感和依赖感。除此之外,农商银行应建立完善的客户投诉管理机制,及时受理和处理客户的投诉。通过建立专门的投诉受理渠道、设立投诉处理团队等方式,解决客户问题,改进服务,提升客户满意度。通过建立这些机制,农商银行能够更加主动地与客户进行沟通、关怀和互动,提升客户满意度和忠诚度,同时也能更好地了解客户需求和市场动态,优化产品和服务。

4 结论

综上所述,不难看出,在新时期的农商银行建设和发展过程中,需要注重客户关系管理工作,并且分析当下工作中存在的不足,选择针对性的优化和完善方式,除此之外,还需要加强农商银行客户关系管理人才的培养,实现此项工作的可持续性发展。

参考文献

- [1]刘非凡.Q市农商银行零售客户关系管理研究[D].东北石油大学,2023.
- [2]沈二伟.大数据环境下PZ农商银行客户关系管理研究[D].南京农业大学,2020.
- [3]叶静.数据驱动下成都农商银行客户关系管理研究[D].武汉大学,2020.
- [4]郑东古.济宁农商银行优质客户管理优化策略研究[D].天津财经大学,2019.
- [5]潘亮.南通农商银行对公客户关系管理研究[D].南京理工大学,2018.