

《金融科技与银行数字化经营》

金融与科技的深度融合，使得银行数字化转型成为大势所趋，推动银行业态转型升级，为促进实体经济发展提供了强大动能。

经过多年发展，国内主要商业银行线上化、智能化建设已取得长足进步，银行数字化转型正在进入深水区。转型的进一步推广和深入，需要银行在顶层设计、数据治理和创新机制等方面进行更多的投入。

此外，新冠疫情的发生，也使银行进入推进全面数字化转型的机会窗口期，数字经济生态的加快重塑为数字金融发展提供了新的市场空间，因此，商业银行应该坚定信心推进全面数字化转型，加快融入快速变化的数字经济生态体系，推动金融生态圈、开放平台建设、细分业务场景的拓展，提升银行业数字化治理与经营的能力。



课程对象：银行业务部门、科技部门总经理、主任、二级分行、一级支行行长

课程收益：银行数字化的演变总体框架

银行金融科技的创新与应用

银行数字化产品创新的思路

银行数字化客户经营的创新

银行网点数字化转型与营销

课程形式：体验式学习+课堂讲授+案例分析+小组研讨

课程时长：0.5-1 天

第一模块：从互联网金融到金融科技

- 1、“互联网+”对金融业务的影响
 - 储蓄存款 消费支付 个人理财 信用消费 个人信贷 小微金融
 - 公司信贷 综合金融 供应链金融 征信体系 授信审批 风险控制
 - 同业业务 投行业务 非银行金融业务
- 2、银行传统的同质化竞争
 - 大行做规模
 - 中行做特色
 - 小行做差异
- 3、互联网与金融业务的深度融合
 - 消费端：平台化、数据化、场景化
 - 产业端：投行化、综合化、资管化
- 4、阿里巴巴从电商到金融的演进
 - 应用、技术、产业、生态
 - 平台化、用户化、数据化、场景化、生态化

第二模块：金融科技平台创新的方向

- 1、互联网金融倒逼银行金融科技发展
- 2、金融科技服务平台能力建设：
 - 加大金融科技基础设施的投入
 - 总分行事业部组织架构的调整
 - 新建与优化 IT 技术架构与平台
 - 大力引入培养金融科技人才队伍
 - 试点金融平台、产品、风控创新
- 3、金融科技服务平台发展方向：
 - 银行业大集中竖井式 IT 架构
 - 三大外因催生银行新 IT 架构
 - 银行业未来的核心能力：科技赋能+数据应用+平台生态

第三模块：银行数字化经营的创新实践

- 1、银行数字化经营的总体架构
- 2、银行数字化产品创新的三个路径
 - 以实体经济需求为导向的创新
 - 以金融科技发展形成的产品创新 支付、云平台、大数据、区块链、人工智能

- 以追求利润、提高杠杆为目标的创新
- 案例：为什么蚂蚁金服上市被叫停以及整改的方向

3、银行分行层面数字化经营创新的实践

- 强化数字化思维 建立跨团队作战模式
- 建设场景应用平台 推动批量获客活客
- 数字化工具应用赋能获客与业务增长
- **案例 1：智数动查、外数慧查、集团彩印、AI 智能外呼**
- **案例 2：全面关系客户掌易通、企业大额资金变动分层级提醒**
- **案例 3：“微蓝”私人银行管家项目、航旅外部数据高端客户应用项目**
- **案例 4：政府中标信息数据表单分析、发债客户全景视图分析**
- 数据支持风险预警排查：
- **案例 5：对公账户司法冻结提醒**
- **案例 6：企业网银登录 IP 地址涉外、反洗钱、涉赌涉诈识别**
- **案例 7：“信用类”小微快贷风险分析与预警冻结**

4、银行支行网点层面数字化经营创新的实践

- 数字化经营的切入点：支付、账户、权益
- 场景聚合：案例：中信出国金融、中老年财富管理、车主群体场景聚合
- 数据名单制赋能客群增长：代发、房贷、车主、商户、信用卡、平台客户、县域
- **案例 8：代发客群精细化管理**
- **案例 9：普惠金融贷款精准营销**
- **案例 10：普惠+私人银行客户联动营销**
- **案例 11：信用卡预审名单数字化精准获客**
- **案例 12：抵押快贷批量化精准营销**

5、银行数字化经营的打法总结

- 上下联动 跨团队作战
- 数据应用 工具支撑
- 以客户为中心 精细化管理

第四模块：银行客户经营与网点数字化营销

1、为什么银行越来越重视手机银行 APP 与 MAU 考核

- 招商银行“内环+中环+外环”开放式获客渠道
- 掌上生活“内容+生活+合作”场景搭建与渗透
- 招行远程银行中心转型为网络经营服务中心
- 重启网点转型，做大数据中台，构建无卡银行

2、数字化时代的银行网点重新定位与转型

- 2019 年银行网点业务离柜率达到 90%
- 网点从交易服务型转型为“咨询顾问中心”和“金融生态圈中心”
- 交易方式、服务范围、周边生态、人员能力、组织架构
- 银行网点人员结构及中后台人员怎么转型做营销

3、银行数字化营销的社群裂变

- 银行网点做数字化营销的三大阵地：微信个人号、微信群、云店（掌上网店）
- 加深对产品的理解：精准定位、提炼卖点、挖掘场景

做大本地客户流量池：获客、激活、成交、运营、裂变