

数字化转型——打造金融场景化服务平台

主讲：金玉成

【课程背景】

近年来，互联网企业涌入金融行业，创造了大量的消费场景，中国全面进入场景化金融时代。而相对保守的银行则被迫面临新的困境：客户脱媒、产品与服务解绑、产品透明化和品牌隐形化。说得更直白一点，就是银行面临着新客户被抢夺，已有用户的需求有了更多满足渠道，甚至用户使用了服务也并没有意识到谁在提供服务等等问题，银行渐渐沦为中后台服务提供商。在这样的前提下，银行增长乏力、利润被急剧压缩。

金融场景化服务平台的精髓是通过金融+场景的方式服务客户端到端的金融相关需求。银行需要通过建立生态将金融与非金融场景无缝对接，保障客户的永续经营，本课程重点呈现构建的金融生态服务理念和方法。

【课程时间】3天，6小时/天

【课程对象】

【授课方式】

专题讲授、案例分析、小组研讨、互动交流、现场模拟、脑力激荡、启发教学

【课程大纲】

一、银行金融+场景化建设的背景与趋势

- 1、建设以银行为核心生态服务的背景
 - A、内忧：中国的和世界的
 - B、外患：互联网的和传统的
- 2、银行需要建立生态圈以应对挑战
 - A、端到端客户体验
 - B、一体化解决方案
 - C、产品重组的四化
- 3、场景化金融在 OPEN BANK 中的典型应用
 - A、客户服务进化为用户服务
 - B、封闭业务进化为场景服务
 - C、单打独斗进化为平台经济
 - D、App 运营进化为 API 开放
- 4、平台化建设应对场景化建设的挑战
 - A、社群运营
 - B、合作伙伴运营
- 5、服务平台提升银行场景化金融建设能力
 - A、社群运营能力
 - B、合作伙伴运营能力
 - C、营销能力
- 6、场景化金融服务平台是银行平台化发展的必经之路
 - A、平台 1.0：有限开放
 - B、平台 2.0：能力开放
 - C、平台 3.0：生态服务

二、如何将产品与场景化有机融合

- 案例一：关联场景使情感延续，让用户感同身受
- 案例二：倡导持续生活目标，让用户关注自身建设
- 案例三：搭建亲情纽带，通过家庭关系传递安全

三、疫情影响下的行业及对银行业务的影响分析

- 1、哪些行业会因此受益
 - A、生物医药及医疗服务行业
 - B、在线教育
 - C、在线生鲜
 - D、在线游戏和影视
 - E、在线办公
- 2、银行获客机遇应对策略分析
 - A、电影产业及应对策略
 - B、餐饮业及应对策略
 - C、旅游及文娱业应对策略
 - D、交通运输业及应对策略
 - E、汽车产业及应对策略
 - F、服装零售行业及应对策略
 - G、教育培训行业及应对策略
 - H、金融服务业、房地产业及制造业

四、疫情对客户的影响和营销业务的变化

- 1、客户心态心理的变化
 - A、疫情初期
 - B、疫情爆发期
 - C、疫情恢复期
- 2、业务营销的应对
- 3、营销方式的变化
- 4、做好长期培养习惯的准备

五、疫情来给银行的得与失

- 1、系统能力
- 2、营销方式
 - A、微信营销
 - B、电话营销
- 3、组织日常沟通
- 4、人员网点配调配
- 5、未来工作计划与思考
 - A、我们需要一个什么样的组织
 - B、客户需要一个怎样的银行
 - C、如何在疫情过后快速与行业链接
 - D、场景商机分析

六、场景化金融——让金融触手可及

- 1、场景的新定义
 - A、产品即场景
 - B、分享即获取
 - C、跨界即连接

- D、流行即流量
- 2、互联网金融的进化现状
- A、互联网金融 1.0：传统渠道互联网化
- B、互联网金融 2.0：新型场景化
- C、基于 C 端的场景化金融的 14 个场景
- D、BAT 场景化金融的打法
- E、传统金融机构的金融场景化

七、课程总结