

互联网金融下的零售银行创新

--马兆林

近年来互联网金融业务规模不断壮大，传统银行的诸多业务受到不同程度的影响，面对互联网金融冲击下的机遇与挑战，传统银行零售业务该如何应对？

本课程首先结合案例、深入研讨、学习互联网金融侵入传统银行零售业务的现状和趋势，然后对利用互联网思维、大数据技术、消费金融、社区金融等创新案例和场景对银行服务体系创新建设提供了实施策略。

本课程直面互联网金融推动银行创新的三大难点。首先，如何确定客群，获客。在客户金字塔最底端有大量的底层用户，上世纪理论上来说，这一个群体显然不是银行最理想的客户群体。而互联网时代的核心是长尾，它与上世纪银行的“二八理论”恰恰相反。所以，谈到银行互联网化的客户定位一定要结合普惠金融、消费金融这个方向和策略来实施。

其次，业务定位是银行面对互联网金融抛给的第二个难题。互联网代表着开放的体系、巨大的流量、极致的体验。因而，银行在互联网化的过程中，如何在业务体系的布局与设计实现多元化的服务场景、平滑而流畅的用户体验、科学而健全风控体系、完整的生态，以实现与互联网的契合，是银行普遍缺失的东西。本课程通向学员导入互联网+大数据思维及应用案例场景，推动银行在业务创新上面展现新的竞争力。

最后是如何实现落地的机制问题。思维和组织的重构后，多维利益的重构是创新的实施关键，利益链破局是底层变革的元要素。

本课程适合，通过学习互联网金融思维推动零售银行创新变革的高，中层银行管理者学习。