

随着科学技术的发展，数字化已经融入我们生活的方方面面，深刻地改变着我们的生活。各种新技术的应用对金融机构的服务能力提出了更高的要求。银保监会在一篇文章中指出，银保监会鼓励大力运用技术手段，在全国范围内加强网上业务服务，提高服务的便利性和可得性。

作为信用卡行业改革的领头羊，平安银行信用卡积极响应政府机构号召，顺应行业趋势变化，运用科技手段提升客户服务能力和体验，推动服务智能升级，并创造了有温度的金融服务。

在“客服=售后”的传统服务理念下，用户只需找到客户服务解决问题。但平安银行信用卡却不这么认为，金融服务对用户的价值远不止于此。对此，平安信用卡创新提出了“服务情商”的概念。

据报道，平安银行信用卡以“始于客户视角，先于客户感知”的理念，灵犀智能服务系统以自身技术创新为基础，结合多媒体线上服务，通过语音、文字、图片、视频、人工智能机器人等多种交互方式为用户提供服务。它能够即时预测客户的潜在服务需求，将传统的主动单个服务模式转变为立即相关预测服务模式。在不断提高用户满意度的基础之上，与用户形成互信伙伴关系，精确服务用户。

“灵犀智能服务体系”及时识别客户满意度趋势，精确定位客户问题，识别客户痛点。从而预测客户会遇到什么问题，需要什么服务，输出最优的“服务、产品、权益”方案，进一步提高客户满意度。

更关键的是，“灵犀智能服务体系”为60岁以上老人提供自动手动服务。老人拨打服务电话之后，一键即可切换到人工服务。日常问题一个电话就能解决，减少了老年客户语言交流和业务处理的不方便。

数据显示，平安银行信用卡净推荐值将从2019年的32%提高到2020年的40%。