

一直以来,兴业银行始终坚持“以客户为中心”,以保护金融消费者合法权益为己任,积极践行社会责任。兴业银行信用卡中心积极贯彻总行要求,通过加强监督审查、完善服务流程、建设大数据平台等方法,创新性地建立起多维立体消保工作体系,切实将消费者保护工作落到实处。

提升消保意识 加强培训宣导

“以客户为中心”既是消保工作的本质要求,也是兴业银行服务金融消费者的郑重承诺。兴业银行信用卡中心将“客户至上”的理念融入到经营发展和营销服务全流程,在售前、售中、售后多个环节内嵌消保相关要求,建立产品和服务的长效审查流程和监督机制,完善消保管理制度体系建设。兴业银行信用卡中心亦通过面授+在线培训、考试相结合的方式,对新老员工进行持续性培训,在日常工作中不断宣贯消费者权益保护的理念和要求,根植全员消保服务意识。

快速响应需求 科技赋能消保

兴业银行信用卡创新工作方式方法,构建科技系统,借助大数据等金融科技力量助力

消保工作开展。

2019年,“客户投诉管理系统”正式上线。作为股份制银行中首家完成新投诉分类标准落地的银行,兴业银行信用卡的投诉处理工作成功实现系统智能化、管理标准化、流程痕迹化、数据集中化、统计自动化和操作人性化。

此外,兴业银行信用卡还推出了智能客服系统,客户不但能7*24小时自助查询各类信用卡服务内容,还可以随时与智能客服在线交流,方便快捷地了解常见业务的办理方法。

深挖体验痛点 提升服务质效

“服务立行”是兴业银行的根本宗旨,陈锦光副行长在消保服务工作指导中明确指出:“可持续发展至关重要,正确理解‘服务立行’内涵,要多管齐下,整治服务中的‘牛皮癣’”。

对此,兴业银行信用卡中心持续排查全服务流程中的痛点,建立“两个专项通报”沟通改进机制:一是通过定期收集整理、专项分析典型投诉案例,在此基础上形成《信用卡客户投诉通报》,从中发现投诉源头和服务短板,进而明确改进方向、督促落实整改;二是从消费者角度出发体验各项业务,提前挖掘可能造成客户体验隐患的痛点,同时对海量客户来电案例及文本进行热词挖掘分析,运用大数据分析追本溯源了解消费者不满意的缘由,定位具体场景并落实优化,定期发布《兴业银行信用卡客户体验推进情况通报》,指导全员践行消保服务工作。据统计,2019年信用卡中心员工共计提出333项体验优化建议,有逾半数被采纳。

立足客户视角 服务更有温度

为切实做深、做细、做透服务体验,兴业银行信用卡中心还探索构建体验模型及指标

体系,建设并完善调研平台系统,主动倾听消费者心声,就客户推荐度NPS及客户满意度UE等指标进行调研,听取消费者的意见反馈。同时,为避免关注单一触点造成消保体验问题遗漏,兴业银行信用卡建立客户体验端到端旅程,持续以客户视角自查自审。仅2019年,兴业银行信用卡就获得约4.9万份消费者评分反馈,获悉体验中的不足之处并加以完善,例如:针对反馈频率较高的、“活力6积分”活动需携带实体卡片兑换权益不方便的问题,兴业银行信用卡及时调整服务,增加“好兴动”APP线上兑换功能,提升了客户体验。

疫情期间,金融服务环境发生了变化,对消保工作提出了更高要求。兴业银行信用卡将牢固树立责任意识和大局意识,根据新形势不断优化消保工作流程。针对客户反映的新问题、新需求及时进行评估,按照“第一时间受理、第一时间处理、第一时间报告、第一时间反馈”的原则,坚持特事特办、急事急办,做到件件有着落、事事有回音。真正为客户排忧解难,在特殊时期给予客户更暖心的金融服务。