

文章编号: 1007-5399 (2015) 04-0026-01

浅析邮政储蓄银行加强信用卡人性化服务举措

俞富强

(中国邮政储蓄银行金华市分行, 浙江 金华 321017)

中国邮政储蓄银行(以下简称“邮储银行”)信用卡业务自2009年推出以来,发卡量已初具规模,用卡、刷卡的特惠环境较为完善,风控机制也逐步健全。但与此同时,部分客户对邮储银行信用卡业务的相关服务不尽满意,客服投诉量居高不下。因此,要想促进邮储银行信用卡业务健康发展,必须认真梳理存在的问题,并予以解决。

1 邮储银行信用卡业务存在的问题

一是邮储银行信用卡客服热线接通率较低,浪费客户的电话费,而且客户服务水平、态度较差,影响客户体验;二是邮储银行信用卡激活程序繁琐,直接导致客户放弃使用邮储银行信用卡,甚至注销卡片。三是邮储银行信用卡额度较低,降低了办卡客户的热情。工商银行针对公务员类国家机关客户、电信类国有企业客户、公办中学类事业单位客户有特殊的额度待遇,这也是维护优质企业客户的创新举措。四是邮储银行信用卡临时调额较难。笔者曾接待过这样的客户:客户信用良好,是国有企业员工,其邮储银行信用卡额度是1.5万元,恰逢客户筹办喜事,想用邮储银行信用卡在大型综合百货商场刷卡消费黄金珠宝,大约需3万元,因此拨打客服电话申请临时调额,但被拒绝。客户认为邮储银行信用卡临时调额机制不灵活,缺乏人性化。

2 改善邮储银行信用卡服务的措施

2.1 提高客户服务热线的接通率

邮储银行信用卡中心应重视客户服务热线的接通率,根据客服系统的接通数量、频率等增设或撤销客服座席,既控制成本,又能够提高客服热线接通率。

2.2 强化信用卡客服专业化队伍建设

邮储银行应加强客户服务人员的人性化服务培训与实践,并定期抽检客服记录,对较差的客服人员给予考核,每月评选客服明星,鼓励先进,促进客服质量提升,让客户从客户服务中感受到邮储银行温馨周到的服务。

2.3 创新差异化信用卡额度

为更好地适应竞争激烈的信用卡市场发展及客户个性化需求,邮储银行应按照“审慎经营”的原则,借鉴同行业的创新做法,结合行业差异和特质,个性化设置政府类、大中型国有或集团上市类客户信用卡额度。如电信公司作为大型国有集团上市类客户,除部门副职以上员工给予高额度政策外,其正式员工应统一设置5万元额度,劳务编制员工通过

打分设置额度。

2.4 加强信用卡临时调额的人性化管理

邮储银行应从加大系统投入、高压培养风控专家、大力引进IT技术人才、完善临时调额制度等方面着手,提升信用卡中心的人性化管理水平,让优质客户享受到邮储银行的温馨服务,也为其解决燃眉之急,提升客户用卡体验。

2.5 加强对出省、出国旅游客户的卡片信息跟踪力度

邮储银行可向客户提供旅游地附近的邮储银行信用卡特惠商户信息、当地天气情况等人性化服务,让邮储银行信用卡成为客户随身携带、随时消费的伙伴。

2.6 提升信用卡积分礼品换购吸引力

客户兑换邮储银行信用卡礼品时,所需积分普遍较高,导致客户不愿刷邮储银行信用卡消费,通过积分兑礼吸引、鼓励客户刷信用卡消费以回馈客户的原始功能没有起到作用。建议邮储银行对积分礼品进行分层,如结合发卡地区实际和不同客户群体特征,提供相应的信用卡积分礼品;或总分支行联动开展积分兑礼优惠活动,使客户形成“刷卡多积分多则好礼多”的印象,提高客户消费金额。

2.7 加强客户账户关联系统建设,提高客服综合服务能力

笔者曾受理过这样一件事:一位非恶意、故意逾期欠款100元的客户减免息费申请遭邮储银行客服拒绝,客户当即注销信用卡。交通银行在这方面处理措施较妥:若有类似客户致电交通银行客服,客服人员会根据客户资产管理系统查询该客户账户情况(贡献度)、信用卡用卡情况(消费、信用)等,综合判定后给予客户相应的息费减免和征信调整,得到了客户的一致好评和刷卡回报。

2.8 加强换卡、重复扣款的人性化管理

信用卡关联的借记卡换卡交易后,该借记卡可自动关联绑定信用卡功能,将重复扣款的溢缴款项自动打入客户绑定的关联还款账户(借记卡或存折),切实服务好客户、为客户着想,才会收到客户的无限回报。

总之,邮储银行只有将人性化服务理念落实贯穿到信用卡服务的各个环节、流程、人员管理中,才有可能在今后激烈竞争的个性化信用卡市场中占据一席之地。

收稿日期: 2015-02-17

作者信息: 俞富强(1986~),男,浙江东阳人,硕士,经济师,主要从事邮政储蓄银行个人金融业务管理、商业银行管理及农村金融研究。