

2012年10月8日 星期一

本刊责编 / 孙梅芳 版式统筹 / 莉莎

编辑 / 李永高 校对 / 陈治国 组版 / 予文

总第103期

本期8版

采编热线:65233696

广告热线:13598187080



## 三季度 投资市场盘点

C04 ~ C05

### 精彩导读

工行信用卡分期付款  
起点低 期数多 手续简  
还款方便 自由展期

工行洛阳分行协办 电话:63336932

### C03

全民创业星工厂  
创业路上伉俪行

绘制 莉莎

### C06

助力中小企业  
背靠银行快发展

### C08

市井探秘  
烟标收藏乐无穷

## 银行服务提高群众满意度之我见

——参与银行服务群众评诺活动有感

□刘玉来

笔者有幸作为专家,参与了我市商业银行服务《群众评诺》电视节目,有很多感悟,略陈于此,以飨读者。

活动现场播放了暗访拍摄的短片,民评代表、热心观众、网友等对商业银行服务进行了提问和满意度测评。通过这些,我们既能看到近年来,我市银行业建章立制,加强管理,提高服务质量所取得的成果,也看到了该行业的服务还有很大的提升空间。

针对梳理活动中市民的提问和评议,笔者认为,商业银行对外要在客户、成本、便利性和沟通等方面下工夫,对内要加强精细化管理及诚信建设。

第一,社会营销观念不强。社会营销观念要求处理好自身利益、客户利益和社会公共利益的关系。商业银行自身利益过分扩大,就会压缩甚至侵害客

户利益。社会公共利益的维护是包括商业银行在内所有社会参与者的共同义务,履行不好,公众就会不满意。

第二,服务理念贯彻不够。诚信分为三个层次:一是信守契约的诚信,二是信息不对称条件下的诚信,三是为对方利益考虑的诚信。我市绝大多数商业银行都较好地履行了第一个层次的诚信,但是在第二、第三个层次方面存在不少问题,为了自身利益,制度设计上过分强调占有客户,而缺乏对客户关怀。商业银行要给客户创造更大的价值,提供更好的金融产品、提高服务质量、优化人员和企业形象,让客户节约货币、时间、精神、体力成本,享受到更多、更好的服务和便利,包括附加产品。

第三,缺乏营销策略。营销中需要对产品、定价、促销、分销很好搭配,银行业属于管控严格甚至严厉的行业,产品类别、定价都缺乏弹性,但是

在促销、分销中有很大的施展空间。例如,对VIP客户、老年人的服务应当讲究策略,特殊情况可以特殊处理,特殊的人文关怀可能成为促销的可贵经验。

第四,缺乏与公众沟通。除了做得好还要沟通好、宣传好,有些商业银行社会公益心很强,为解决市民生活难题想了不少办法,但是服务场所和设施还不够完备,加上沟通不畅,导致服务对象不满意。

第五,内部管理存在问题。对于客户来讲,一次懈怠就等于百分之百的不及格,商业银行要注意“木桶效应”,服务要严格、规范、细致。

商业银行通过上述诸方面的努力应当会大大提高公众满意度,如果能不折不扣地贯彻下去,必定会在竞争中占有先机。

(作者系洛阳师范学院商学院院长、教授)

洛阳餐饮旅游集团 全聚德 红子鸡  
LUOYANG CATERING TOURISM GROUP 宴天下 游哪汇

**宴会专家**  
交2000抵3000

预订热线 400-616-3939

浩亚达小额贷款

0379-62625555

# 以心相交 成其久远

我们将不懈努力为您实现长期稳健的财富增长

客户服务: 4008895533 网址: www.ccb.com

