

DOI:10.12361/2661-3263-05-09-116063

大数据环境下的商业银行金融营销创新

张 灿

富滇银行重庆分行, 中国·重庆 400000

【摘要】大数据技术的普及给商业银行带来了一个崭新的发展机会。通过将互联网金融和传统的商业银行业务相比可以发现, 目前我国商业银行在进行金融营销创新方面还存在着一些问题。本文就将针对这一问题进行剖析, 并提出了相应的改进对策, 以期大数据环境下, 进一步加强商业银行金融营销创新, 提高我国商业银行的营销工作质量。

【关键词】大数据环境; 商业银行; 金融营销

Financial Marketing Innovation of Commercial Banks under the Big Data Environment

Zhang Can

Chongqing Branch of Fudian Bank, Chongqing 400000, China

[Abstract] The popularization of big data technology has brought a new development opportunity to commercial banks. By comparing the Internet finance with the traditional commercial banking business, it can be found that there are still some problems in the financial marketing innovation of China's commercial banks. This paper will analyze this problem, and put forward the corresponding improvement countermeasures, in order to further strengthen the financial marketing innovation of commercial banks and improve the marketing quality of China's commercial banks under the big data environment.

[Keywords] Big data environment; Commercial banks; And financial marketing

随着经济条件的不断改善, 科技技术也同样进入高速发展阶段。信息技术已经越来越广泛地运用到人们的日常生活中, 再加上大数据时代的到来, 为社会生产与发展带来了极大的变化, 也促进了服务质量的提升。商业银行作为金融机构, 其工作的本质就是为人民群众提供优质的金融服务, 从而获得经济效益。在当今的大环境下, 要在竞争日趋激烈的市场环境中取得稳定的位置, 必须不断提高自身的服务品质, 适应大数据时代的到来, 不断进行金融创新。但是, 从目前商业银行在发展的过程中可以发现, 依旧面临着很多问题需要解决, 而且需要很好地运用大数据技术, 才能适应市场的发展。

1 大数据环境下的商业银行的特征

在大数据环境下, 商业银行的特征, 首先是数据的相对性, 商业银行的大数据并不是单纯的数据量, 而是根据客户需求, 根据客户需求, 将其分成不同的模块, 这样的模块就相当于商业银行的大数据。其次, 它的数据类型呈现出多样化的特征, 既包括系统数据, 也包括非系统数据, 其中主要涵盖视频数据、音频数据、图像数据以及最新的媒体数据。对于数据的处理, 需要数据库具备很好的判别能力, 而对于数据的多样性, 需要一个更加完备的数据库体系来进行分类。第三, 大数据环境下商业银行还呈现出多元性特征, 这是因为银行的数据源很多, 为了给客户提供更加专业的服务, 必须将银行的自助终端、网上平台、App等部门的数据整合起来, 形成一种高效的网络和线下的联系, 保证数据的统一性。但实际工作中, 由于各种途径的数据收集方式不尽相同, 工作周期也比较长, 因此在资料的表述与整理上会有一些的缺陷。而在操作中, 银行要根据客户的财务状况做出预判, 从而为客户提供更好的服务, 因此在工作中要尽可能地搜集大量的资料, 以降低数据的预测误差。此外, 由于数据的动态

和实时性, 商业银行还具有动态的特征。在发展的趋势下, 商业银行必须对数据进行及时的更新和改进, 以最快的速度对数据进行响应和处理, 从而筛选出符合大数据发展需要的信息和数据。最后还具有复杂性特征, 在大数据环境下, 商业银行的信息量和种类都比较多, 复杂的数据不可能完全用于银行的业务, 只有将这些垃圾信息剔除, 才能筛选出有价值的内容。

2 大数据环境下的商业银行金融营销创新的意义

在大数据环境下, 商业银行最有效的发展模式就是不断创新, 只有创新, 才可以提升市场竞争力。如果要对商业银行进行革新, 就必须采取多种措施。因此, 银行业管理者必须充分认识到大数据技术在金融营销中的重要性和优越性。同时, 要充分运用大数据技术, 提高企业的竞争力, 实现长期的发展。

2.1 满足社会发展基本需求

商业银行作为一个重要的金融机构, 其长期发展不仅关系到其自身的运营能力, 也关系到人民群众的经济利益。在大数据时代, 随着技术的普及, 业务冲突也随之产生。同时也会对其长期发展造成一定的制约, 使其难以顺应时代发展的步伐, 从而严重地阻碍了商业银行与社会环境的和谐。长期来看, 商业银行很难获得长期发展。为此, 必须不断地进行营销创新, 适应时代发展需求, 避免被市场所淘汰。

2.2 提升商业银行自身竞争力

21世纪是一个新的时代。在当今社会, 各种类型的网络金融机构层出不穷, 金融业的发展趋势也因此发生着改变, 对传统的商业银行业务也产生了很大的影响。企业要适应现代产业发展趋势, 就必须进行营销创新, 转变传统的商业模式。由于现代商业银行缺乏完善的管理制度, 因此抵御风险的能力较弱, 这种状况下, 也会导致商业银行的竞争能力降低, 从而影响到银行的工作

效率,而营销创新,则有利于提高商业银行的市场竞争力。

3 大数据环境下的商业银行金融营销创新基础

3.1 数据支持

在日常经营中,商业银行运营需要海量的数据,包括财务数据、客户信息等,为了保证数据的有效性和真实性,提高数据的综合利用率,商业银行需要对数据进行准确地分析,整合银行内外数据,并对各种数据进行关联分析,形成一个统一的数据系统,以便工作中有效地使用。同时,还可以为建立大数据平台提供精确的数据支持,通过对数据的分析,实现对数据的真实操作。

3.2 物理支持

在构建大数据平台的过程中,必须充分认识到建立大数据平台对于商业银行营销创新的重要意义,而要做到这一点,就必须对整个银行的数据进行精确的分析,并对各个环节进行分析,从而其符合目前的商业银行发展的实际要求。

3.3 挖掘客户

在当今的市场环境中,要使商业银行在日常运营中进行创新,并对其进行科学、合理的运用。另外,也要保证大数据平台所包含的数据的真实性和准确性。营销方式的创新与运用,最终的目标在于发现目标顾客,而在这一过程中,要想实现营销创新,就必须找准顾客。在日常运作中,要从多方面发掘顾客,确保潜在顾客的品质。

3.4 智能引擎

在目前的社会环境中,通过营销方式的创新,找到了潜在的顾客,接下来的工作就是针对特定顾客进行营销。营销创新要根据银行具体发展状况,为顾客提供智能的决策。智能决策系统包含了产品的细节,价格和进入市场的判定,在智能决策过程中,应该对客户进行有针对性地市场推广,从而将用户转化为实际的市场目标客群。

3.5 统一业务发展平台

在金融营销创新与实际运用中,将受到大数据的背景的影响。为此,要把金融市场体系和商业银行的运营平台有机地结合起来,以形成完善的市场营销模型。建立一个整合了应用程序的企业平台,可以加快销售模式的进程,发掘潜在的顾客,还可以保证客户群体的品质。在完成了所有的步骤之后,就可以大大加快业务进程,缩短工作时间,同时也可以方便商业银行的顾客和职员。同时,金融营销创新,还可以在主观上简化复杂的信贷调查流程。

4 大数据环境下的商业银行金融营销创新的不足

4.1 市场定位不准确

大数据技术在近几年,已经在各行各业中得到了广泛的应用。因此,面对大数据发展的背景环境下,互联网金融得到了迅速的发展,各种各样的互联网金融机构开始涌现,为人们提供了各种各样的金融服务。因此,对商业银行的发展产生了巨大的影响。为了增强自身的优势,必须进行金融营销服务的创新,提高自己的竞争能力。但是,目前我国商业银行对市场的认识还不够清晰,对于自身在市场中的定位也不够准确。因此,在实际发展过程中,商业银行会存在盲目地进行金融产品创新,忽略了消费者对金融产品的实际需求等问题。不仅会造成资源浪费,还会影响到金融服务的效率,因此,必须明确自身的发展方向,清楚自己在市场中的定位,才能获得持续的发展。

4.2 客户定位不精准

虽然利用大数据技术可以准确地分析数据,但是目前我国商业银行在顾客定位能力分析上还存在问题。商业银行在客户资料的维护上缺乏针对性、系统性,从而给后期的客户维护

工作带来负面的影响。而且,由于商业银行的客户管理比较混乱,无法准确地进行客户客户等工作事项,对他们的后续工作的开展非常不利,而且还会制约商业银行其他业务的开展。在目前的形势下,商业银行必须准确地分析顾客的特性,并以此来保持与顾客的联系,从顾客的需要角度来探讨金融服务的创新方式。另外,由于商业银行无法充分运用大数据技术,也会导致其无法对用户的需要进行有效的分析。所以,未客户提供理财产品和金融服务的同质化,不能完全适应顾客的实际需要。要改变这一现状,必须采取多种营销手段,提高自己的营销能力。

4.3 运营效率较低

金融业务运营的效率将直接影响到商业银行的发展,而过于复杂的业务流程又会阻碍其再发展。由于商业银行自身的特点,在运营过程中依旧存在着冗余的问题,这对于商业银行的长期发展不利。同时,由于商业银行管理者不能根据自身的发展状况,在经营模式和经营战略上做出有针对性的调整,从而导致银行的营销活动不能得到长期的发展。要提高金融运营的实际效率,必须提高各部门的运营效率。

5 大数据环境下的商业银行金融营销创新策略

5.1 创建多样化、专业化服务

商业银行在进行金融营销创新时,闭门造车、盲目跟风是不可取的,应该结合大数据技术,对现有客户数据进行有针对性的分析,全面掌握客户特征,进行有针对性的分类管理,才能进一步提高用户的粘性,实现准确的定位。最后则以此为基础,开发有针对性的服务产品,才能全面提升金融营销效果。同时,要利用大数据技术,发掘顾客的潜在理财需求,并为其提供多元化的产品服务。随着大数据技术的应用,商业银行也在朝着高品质发展的道路上迈进。但在实际工作中,商业银行还要充分运用大数据技术完善客户数据库,为自身金融营销创新提供数据支撑,并以此为核心,提高企业的竞争能力,以满足顾客的财务需要为前提,提高企业的经济效益。

5.2 创建数据共享平台

在大数据时代,商业银行要进行金融营销的创新,加强数据分析和处理,加强与其他商业银行的沟通和协作,以应对外部市场的冲击。另外,应当对金融市场的营销业务和相关产品进行分析,归纳出顾客群的数据,并从中发现潜在的客户需求,为此需要建立起一个数据共享的平台,让各大银行可以根据这些数据,可以及时从中获得最新的资讯,推动金融营销服务的革新,为客户提供多元化、专业化的服务,提高市场竞争力。

6 结语

总而言之,21世纪是一个信息化的世界,大数据的出现使人们的生活、工作、生产发生了巨变。在此大环境的影响下,商业银行更应顺应时代潮流,实现金融营销创新,为人民群众提供优质的服务。同时,商业银行也经受起时代的严峻考验,准确地把握市场潮流,树立正确的营销观念,为顾客提供有针对性的服务,建立大数据共享平台,加强与其它商业银行的联系,利用大数据技术提高业务品质,巩固自己的发展位置。

参考文献:

- [1]熊绍帅.大数据时代商业银行的精准金融营销策略研究——基于4P理论的视角[J].全国流通经济,2020(3):171-172.
- [2]祁文健,曾艳华.大数据背景下的商业银行个人金融业务营销策略探析[J].商情,2020(42):76.
- [3]王海旋.基于大数据环境下的商业银行金融营销创新[J].现代经济信息,2019(30):274.

作者简介:张灿(1975.04—),性别:男,民族:汉,籍贯:重庆涪陵,职称:中级经济师,研究方向:金融。