

聚焦 FOCUS 券商CRM系统

解码券商CRM系统:精确分类客户精准营销

编者按: 凭借在信息技术(IT)方面的创新和突破,一批证券公司在控制风险的前提下成功地开发出许多全新的金融工具和业务,客户关系管理(CRM)系统便是其中重要的一项。

由于能对客户进行精确分类,从而实现精准营销,CRM系统成为时下券商创新的共同发力点。证券时报记者近期对多家券商的IT运用做了深入了解,并对CRM系统如何运作,投顾系统如何支持业务开展,网络营销成效如何等问题进行了细致探讨。

证券时报记者 伍泽琳

券商创新正在提速,丰富的金融产品接踵而来,利用客户管理系统进行精准营销是各公司提升竞争力的关键。近年来,为克服传统客户管理的不足、提高效率,客户关系管理(CRM)作为一种先进的管理手段快速被引进证券公司,这也标志着国内券商由以产品为中心向以客户为中心的转变。

证券时报记者通过对行业内多家券商的CRM系统的梳理后发现,目前券商的CRM系统早已由过去的概念性引入过渡到实际操作阶段,在信息全面、精确客户分类管理以及产品的适当性管理上运作良好。

全方位收集信息

信息全面可谓是目前券商CRM系统的一个共同特点。据了解,包括国信证券、平安证券、招商证券等大券商均实现了客户100%纳入CRM系统。

例如平安证券的CRM系统就主要涵盖了客户管理、客户服务、交易行为等六大主题信息。国元证券的CRM系统涵盖了几乎所有客户的信息资料,不仅包括目前正常交易状态的客户资料,还涵盖了处于冻结、挂失、销户、潜在等各种状态的客户资料。

CRM系统的主要功能就是利用数据挖掘信息,通过客户的资金行为、交易习惯进行分析,提炼客户特征,把握客户动向。”上海某大型券商信息技术总监认为,全年的收集客户资料有助于券商为客户提供适当性服务。

业内人士指出,证券公司能通过CRM系统多渠道收集客户信息,客户交易留痕与客户接受券商服务的沟通记录,都能为证券公司进行科学的市场营销活动提供珍贵数据。值得注意的是,一些市场敏感的券商还针对机构客户开发了企业版CRM系统,对客户资料进行全方位收集、记录和管理,纳入客户资料及指标数百项,从而建立公司统一的全方位客户视图。

精确分类客户精准营销

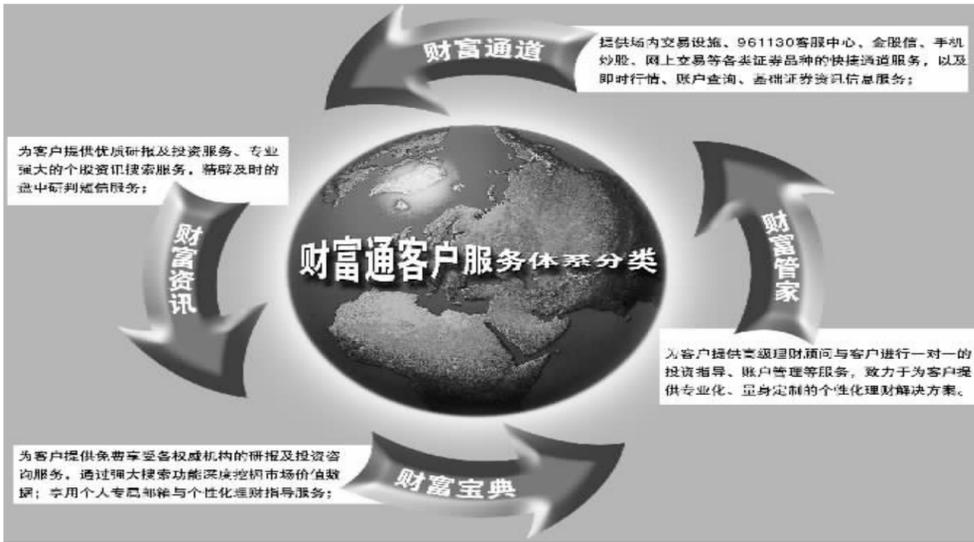
“客户是证券公司最重要的资源。”在谈及客户服务的核心时,一家大型券商的客户服务中心负责人表示,客户体验是CRM的关键。不同客户的需求、风险承受程度都不尽相同。大部分券商在借助CRM系统进行客户分类管理的时候,都设置了多项参考标准。例如某大型券商就设立了十余项客户分类标准深入洞察客户情况,以制定适当的客户服务策略,其中包括:风险承受能力、动态资产、持仓比例、开户年限、投资偏好等指标。

CRM按客户贡献进行分析,并提供客户细分功能,从客户基本资料、行为特征、当前持仓、产品盈利等近150个维度对客户分类。”华泰证券相关业务人士表示。

除通过CRM系统实现客户的动态分类及适当性服务的精确定位外,还有部分券商结合自身业务需求,在客户分级分类上进行多角度分析。

助推金融产品适当性管理

通过CRM系统,证券公司能以较低的营销成本提供较好的客户服务。据业内人士介绍,现阶段大部分券商都借



图为东莞证券财富通客户服务体系

官兵/制图

助CRM系统构建了涵盖基金、债券、资管产品等在内的综合金融理财产品管理体系以及精准产品营销管理流程。

以齐鲁证券为例,据该券商相关业务人士介绍,系统中的金融服务产品推出后,齐鲁证券根据产品要求销售的客户属性,在客户属性体系中检索、匹配属性相对应的客户,完成基于产品的客户分类或筛选出基于特定服务的客户群体。

“当客户需要某类金融产品或客户投资偏好适合某类产品时,系统会从金融产品库中快速检索出对应的相关产品,并通过公司网站智能化理财终端及时推送给客户,客户可在自己的专属空间了解到相关产品,并通过互动交流平台咨询产品经理或投顾人员,最终通过相关支付平台完成产品购买。”据齐鲁证券相关业务人士透露,截至今年三季度末,公司系统中的金融理财产品库已经收录近千只产品,客户通过金融产品库购买产品已达十几万人次,累计完成销售额超7亿元。

实际上,证券公司通过CRM系统数据挖掘技术,对产品特性及客户行为特征进行深入分析,并结合客户及产品的风险等级,为待销售产品寻找适配目标客户,提升产品营销精准度的效果较为明显。

经过多次产品销售的验证,销售命中率高达50%以上,极大降低了营销成本,提升了销售效率。”招商证券相关业务人士表示,该公司利用数据挖掘技术,对客户行为模式做了充分分析和研究,逐步形成了产品销售目标客户挖掘模型;对客户进行产品销售时,通过该模型及客户风险承受能力评估,提取销售目标客户及客户特征,为产品营销人员提供参考。

除了对金融产品销售的适当性管理外,内地一家中型券商的CRM系统则实现包括三板市场、区域股权市场、资产管理、直投、基金、期货、投行在内的集团数据资源集成共享,为下一步多金融产品销售、新型营业网点管理、电子商务发展等业务奠定基础。

及时满足新业务需求

随着证券公司传统业务的转型和发展,融资融券、投顾业务等多项新业务不断涌现,大部分券商的CRM系统能及时满足新业务需求,全方位支持各项创新业务的开展。

我们正积极与其他金融机构洽谈业务合作事宜,力争产品类型多样化,待券商代销金融产品的监管政策放开后,便可加入到CRM系统产品库。”某上市券商经纪业务营销总监说。

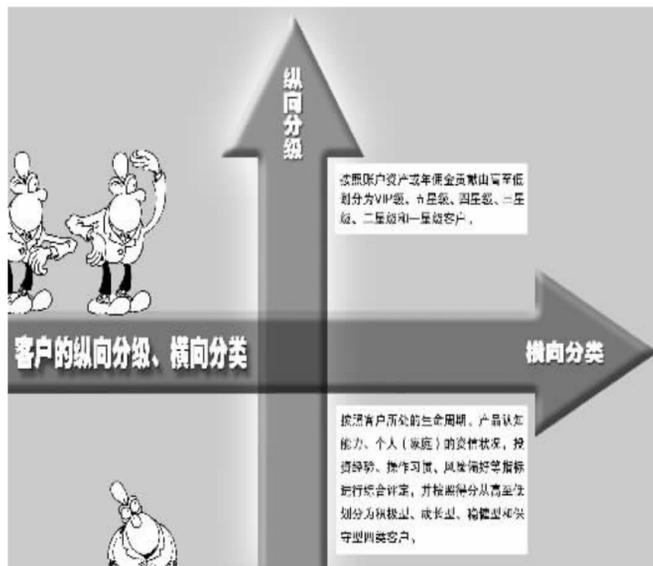
国元证券相关人士则表示,公司各项业务快速发展,营业部需求不断产生,但CRM系统建设仍能做到快速响应并及时改进。比如融资融券业务开通后,CRM相应增设融资融券模块,信用账户的持仓、交易、负债、利息等情况一目了然,信用交易佣金提成也纳入到统一的薪酬模块中,对营销业务起到了有力的促进。”

国元证券相关业务人士表示,通过与公司各种电子客户接触渠道整合,作为中台的CRM系统对前端客户开拓、客户服务给予了大力支持。据了解,目前多家券商纷纷整合

业内人士指出,如果将CRM系统的使用者当成内部客户来看的话,该系统将减少证券公司工作人员的重复性工作。广发证券就指出,目前金管家综合服务平台已经成为公司营销服务一体化平台和为客户经理提供财富管理的工作平台。

广发证券表示,一个公司级的客户数据分析、客户服务、产品评估以及客户经理工作的综合服务平台的建立,一

是使客户经理可以察看管辖客户的交易情况、资讯服务内容,并将客户交易、服务需求传递给后台分析,以此为依据为客户提供个性化、有针对性的服务;二是使公司总部可以由上至下及时获得客户数据的分析结果和营业部的运营信息,针对分析结果对营业部客服工作做出指导,并对客户经理的服务及管理资产情况进行统筹考核管理。



图为东莞证券客户分类体系

官兵/制图

券商官网销售走俏

“产品商城正式上线了,别忘了上官网逛一逛。”一家券商的客服给证券时报记者发来提示短信。近年来,业务创新为证券行业注入了新鲜血液,而这些创新都离不开信息技术(IT)的支持。在官方网站的建设上,券商所构想的已经远远超过宣传介绍。业内人士预计,随着未来券商可代销金融产品的不断丰富,网络推广营销、网络远程销售模式对券商而言蕴藏着更大的机会。

齐鲁证券融资网自建立以来,日点击量在110万次以上。公司在网站上为客户建立了专属的个人理财专区,根据客户的行为特征,对客户实行风险偏好动态等的评级和分类。”齐鲁证券相关业务人士表示,截至今年9月30日,通过公司网站吸引客户预约开户已逾千户,实现产品精准配送客户达到百万人次。此外,向客户配送基金等产品近千只,对销售额的完成贡献较大。

业内人士认为,券商网站具有对客户端的连接能力,并且具备跨地域的客户覆盖能力,已经成为证券公司低成本扩展业务的重要途径。此外,随着证券公司官方网站重视度的提升,网站的营销功能将进一步凸显。

除了助推金融产品的销售外,部分券商还纷纷在官网上线电子合同,提升理财产品的销售竞争力。例如华泰证券,公司电子合同功能上线公司网站之后,客户签约成功率达95.75%,大大方便客户办理业务。

据了解,目前多家券商纷纷整合

公司资源,将投顾平台、网上交易、手机等移动终端等多个业务平台接入公司网站。过去只是提供一些大众化财经资讯和公司研究成果的官方网站,目前已实现了多方位、多元化服务,逐渐成为公司业务拓展服务和营销的重要平台。

来自某大型券商的内部统计数据显示,截至今年三季度末,通过网站及其服务订单系统,超过10万名客户在网站系统中匹配了服务产品套餐,覆盖资产量已接近500亿元。值得一提的是,其中有一批客户通过网络渠道购买了定制套餐产品、单产品或签约投顾服务,明显提高了佣金收入。

即将上线的新长网在非现场业务办理上也做出了重大创新,将政策允许非现场办理的业务全部实现网上办理,客户在电脑前即可办理相关业务,无需再前往营业部门现场。”长江证券相关业务人士表示。

据了解,近年来,大多数券商的网站都完善了交易功能,实现了多账户类型的登录,多币种三方存管、融资融券业务、债券回购等特色交易功能为证券公司从传统通道提供商向财富管理提供商的转型提供了有力支持。

伴随券商代销多种金融产品的正式开闸,券商将加大力度发展理财产品销售业务,未来,网络推广营销、网络远程销售模式对券商蕴藏着更大的机会。

(伍泽琳)

温州金融办: 将开展小贷公司私募债券试点

证券时报记者 蔡艳

温州金融改革方案自3月份推出以来,一直备受金融界关注。证券时报记者昨日从温州市政府获悉,温州今年取得了新增小额贷款公司26家等金改成果,明年将新增20家小贷公司和3家民间借贷服务中心,并开展小贷公司私募债券试点。

今年3月份,国务院批准设立温州金融综合改革试验区,宣布了俗称“国十二条”的金改主要任务,包括了规范发展民间融资、支持民间资金参与地方金融机构改革等旨在令温州民间借贷“阳光化”的重要举措。昨日,温州市金融办主任张震宇在温州市政府组织的汇报会上公布了温州市贯彻落实“金改”的主要情况。他指出,过去一年温州首先是在金融组织创新上有新发展,率先推出小额贷款公司主体发起人招投标制度,全年新增小贷公司26家,开业31家,截至11月底,所有小贷公司注册资本达到81.1亿元,贷款余额121.7亿元,平均注册资本和平均贷款规模保

持全国领先地位。另外,“三位一体”农村互助体系建设循序推进,第一批20家农村资金互助会已完成准备工作,即将运行。

另外,张震宇表示温州在民间借贷“阳光化”上取得突破,包括率先设立4家民间资本管理公司,累计向100多个项目投放资金4.2亿元,另外还率先成立3家民间借贷服务中心,正在筹建2家,截至12月14日,贷款借出登记总额13.61亿元,成交3.64亿元,借贷成功率26.7%,平均月利率1.4%,其他金融创新还包括了每周定时发布俗称“温州指数”的民间融资综合利率指数。

至于2013年的工作计划,张震宇表示,温州将力争在2013年全市新增小额贷款公司20家以上,资本总额达140亿元,另外将继续推动民间资本参与设立各类地方金融组织。另外,张震宇还提出,将力争2013年全市新增6家民间资本管理公司,并在全市新增3家民间借贷服务中心。至于在扩大直接融资方面,明年还将开展中小企业私募债券和小额贷款公司私募债券试点,力争发行5亿元以上。

影子银行 或成中国经济最大定时炸弹

证券时报记者 李明珠

华夏银行理财专员违规代埋理财产品的风波还未散去,业内又曝出南洋商业银行理财产品“挂羊头卖狗肉”,隐瞒投资真实走向的消息,影子银行的问题再次被推至风口浪尖。外资银行在明年经济形势展望中,无不提及对该问题的深切担忧。

瑞信亚太区首席经济师陶冬认为,影子银行或成未来中国经济最大的定时炸弹。从规模上来讲,目前中国的银行信贷总量是80万亿元,官方的银行信贷有47万亿元,两者相减,可粗略估算出目前影子银行产品规模约为33万亿元。在市场处于低息的环境下,影子银行产品能保证5%~7%的回报率,由于缺乏监管,风险爆发的时间点无法预知,但在中国经济十几年的发展过程中,影子银行的问题最为严重。

法国兴业银行中国经济师姚炜认为,目前经济正处于温和复苏期,总体信贷规模增速并不慢,监管部门或通过谨慎的政策来控制信贷额度,影子银行和不良贷款相关风险仍是关注的重点。

近期还有消息称,银监会办公厅已经发布通知,要求各银行业金融机构全面排查代理销售第三方产

品的业务风险,各银行业金融机构总行应对照代销产品清单,对本行的销售系统进行自查。

交银国际银行业分析师杨青丽认为,若把除表内以外资产都算作是影子银行的部分来看,从法律意义上讲,银行不承担责任,因为它只充当中间人的角色,不保本也不保收益,风险由投资人自行承担。但从香港此前案例来讲,以香港银行出售雷曼债为例,政府为了维稳,最后的解决方案是,银行必须承担损失,风险点不在于法律意义上,而是社会稳定和道德义务的风险。

她补充说,如果表外出现风险,也暗示表内存在一定的问题,整个经济增速下滑。日本和韩国在产业结构升级过程中埋下了很多不良隐患,遇到经济增速下滑的情况便利用开发房地产来拖延,这也正是目前中国所面临的问题。总之,资产质量问题与经济结构调整息息相关,若经济走弱银行的增长速度势必下降。

交银国际首席中国策略师洪源则表示,影子银行的规模可能会占整个居民存款70万亿的一半,银行承诺的5%~6%的无风险收益其实是不存在的,任何投资都有风险,只是银行在销售产品时并未做好风险提示工作,导致投资者误以为银行销售的所有产品均不存在保本问题。

网贷联盟在沪成立

在昨日举行的上海金融信息服务年度峰会上,国内首家网络借贷服务企业网贷联盟正式成立。

据悉,网贷联盟是在上海市经信委指导下,由上海市信息服务业行业协会牵头沪上十家网贷服务企业组成。上海市信息服务业协会秘书长马海湧认为,在拓展中小微企业或个人业主的融资渠道、满足其个性化融资需求,以及降低融资成本、提升其融资效率等方面,网贷行业发挥着积极作用。但由于国内行业监管经验不足,目前产生了一些市场阵痛。马海湧称,在中国金融业的前沿阵地上海建立网贷联盟,旨在为这个新生的行业寻找一条政

策指导、行业自律的发展道路。网贷联盟成员之一拍拍贷品牌总监朱长城在接受证券时报记者采访时表示,国内传统的借贷方式是抵押担保,链条长,成本高,对于不少个人和中小企业来说可能难以承受。而网络借贷则通过互联网技术手段来解决信用甄别和信用审核的问题,从而实现成本较低无抵押贷款。

网贷联盟秘书长单位、陆家嘴国际金融资产交易所董事长计葵生称,网贷联盟的成立将助推中国中小企业和个人融资体系的建设,建立规范、透明、风险可控的网贷市场体系,为中小企业和个人提供一个安全、高效、经济的融资渠道。”

(张昊昱)

招商基金3只债基同时分红

继招商信用添利债券基金大比例分红之后,招商基金旗下招商产业债、招商信用增强、招商安泰3只债券基金今日同时发布公告称,

即将以12月11日为基准日进行分红,分红方案分别为每10份基金份额派发现金红利0.15元、0.15元、0.20元。

(方丽)