

两大 App7.0 正式上线

招商银行全面探索零售金融 3.0

9月17日,招商银行宣布两款重磅产品招商银行 App7.0、掌上生活 App7.0 迭代上线。这也是招行宣布全面进入 App 时代、推进零售金融 3.0 转型后两大 App 的“首秀”。

坚持双 App 并进策略,招行两个 App 特色鲜明。从用户的角度看,两个 App 可吸引到不同的客户群体,满足不同用户的需求,多 App 策略也是互联网公司的习惯做法。

有业内评论认为,招商银行 App 和掌上生活 App 相当于给招行的数字化转型插上了两个“翅膀”,从地面行走的“动物”,升级为能飞、能跑的“两栖动物”,守可精耕细作,进可攻城略地。截至 8 月底,招行两大 App 累计用户数已近 1.3 亿,月活用户数已逾 6757 万,去重后,月活用户数也仍高达 5700 万。

“两个翅膀”各有侧重

招商银行 App 和掌上生活 App 均是招行打造数字化服务平台的重心所在,也是招行落实“移动优先”策略的主要载体。招商银行 App 侧重金融自场景,提供包括账户收支管理、支付结算、投资理财、贷款、城市便民生活等全方位的综合金融服务;掌上生活 App 侧重打通生活、消费、金融,以“金融为内核,生活为外延”,打造“品质生活”,积极布局生活场景,如两票、商城、旅游等场景。

此番同步升级,智能化是主要亮点之一,让招商银行 App 和掌上生活 App 如虎添翼。通过运用自然语言处理、知识图谱、机器学习等数据智能技术,两大 App 均推出了智能助理功能,大大简化了用户的操作路径,让服务通过语音“一键”直达。此外,招商银行 App 的智能分发、智能推荐、智能提醒功能均全新升级,让招商银行 App7.0 成为更懂用户的个人金融助手。掌上生活 App7.0 也推出了全新升

级 Freedom 引擎后的 e 智贷,可通过极速的信息搜集和计算,秒级判断可贷额度,量身推荐 e 招贷、e 闪贷、分期还款等多种产品,并连接了装修、结婚、出国、求学、购车等人生重要场景,让更多人有机会更早地实现品质生活。

四大转变助攻“App 时代”

两大 App7.0 迭代升级是招商银行在其金融科技转型中交出的答卷。招行相关负责人指出,金融科技转型的背后,是招行运用金融科技对客户服务、经营模式、组织架构的转型和进化。据介绍,升级后的招商银行 App 和掌上生活 App 在理念上至少实现四个转变,实现了从交易工具到数字化经营平台的跃迁。

——从客户思维向用户思维转变。两大 App 均已支持用户手机号注册、支持多家银行卡绑定,打破了封闭账户体系,转向开放用户体系。目前,招商银行的两大 App 非招行卡绑定用户数达到 1000 多万。招行相关负责人指出,“从客户到用户,一字之变,折射的是该行面对互联网跨界竞争,拥抱变化、打破壁垒的决心,也是招商银行对于服务边界的重新认知。”

——从卡片经营向 App 经营转变。招行认为,银行卡只是一个静态的产品,而 App 是一个生态,它拥有丰富、智能、便捷的产品体验,模式更轻,覆盖面更广,能有效加强与用户的互动,更好满足用户的需求升级。目前招行经营的“主战场”已经从网点转向了 App,经营思维也将相应从经营卡片转向经营 App。

——从交易思维向用户旅程思维转变。招行意识到,交易只是和客户交互的一个环节,单次交易不是与用户交互的结束,而是交互的开始。围绕替客户管账,招商银行 App 推出了收支分析、专项账本、预算管理、月度账

单等功能,提供实时的现金流管理能力。围绕理财的售前、售后,从理财资讯社区、财富体检、摩羯智投再到昨日收益、收益报告,招行 App 打造了信息服务闭环。截至 8 月底,招行 App 理财投资销售金额超过 4 万亿元,已占全行理财投资销售金额的近 57%;掌上生活 App 推出的 e 智贷智能引擎,协助用户做出最佳的融资决策,其发放的消费贷款已经占到信用卡消费贷款的 49%。

——从资产分层经营向场景细分客群经营转变。通过资产分层经营为客户提供差异化服务,是招商银行零售 2.0 时代的制胜法宝,进入 App 时代,这一经营理念虽尚未过时,但已远远不够。招行希望通过两大 App 尝试按照用户年龄、行为、渠道偏好、场景等其他维度,来细分用户,提供个性化服务。

在内部渠道上,招行通过分行专区、网点线上店、招呼服务号、客户经理连线、小程序、二维码扫码等实现招行 App 与线下服务网络的有效衔接,形成服务闭环,实现了线上线下的服务互动。而除了分行专区,截至 8 月底,招行已有 62 家支行在招商银行 App 开设了网点线上店,提供了不一样的本地化金融服务;此外,目前招行有 7000 多位客户经理都已经入驻招商银行 App,通过客户经理连线为用户实时提供个性化的专业服务,让用户足不出户即可享受到招行的专业金融服务。

对外,招行建设开放的用户及支付体系,通过 API、H5 和 App 跳转等连接方式,实现了金融与生活场景的连接。通过构建数据智能能力和线上运营平台,招行从被动响应用户服务需求,转为主动服务用户,推出了智能提醒、智能推荐等服务模块。在招商银行 App 上,每个月有超过 200 万用户对招行 App 的

主动提醒和推荐做出响应。

引领零售 3.0 转型变革

招行之所以持续加大对两个 App 的投入,集全行之力进行谋篇布局,是因为招行发现,App 不仅仅能给用户提供更多的服务功能,他还能推动整个零售经营方式的变革。依托 App 平台,招行更是看到了零售业务非线性增长的可能。

在今年年初,招行进一步提出把 MAU (月活跃用户数)当成牵引招行零售金融转型的“北极星”指标。招行相关负责人表示,这是招行向“App 时代”和零售银行 3.0 又一次关键飞跃。

回望历史,招商银行通过两次关键飞跃,打造引领了中国银行业零售金融的 1.0 和 2.0 时代;在上世纪 90 年代,招行创新推出划时代的“一卡通”,引领中国银行业从存折时代进入银行卡时代,开启了零售金融转型的 1.0 时代;本世纪前 10 年,招行抓住中国居民家庭资产快速增长的机遇,以 AUM 代替储蓄存款为核心指标,搭建财富管理经营体系,引领零售金融进入 2.0 时代。

接下来的零售金融 3.0,招行将实施 App 优先策略,以 MAU 为“北极星”指标,通过“内建平台、外拓场景、流量经营”,全面推进零售数字化转型,构建全产品、全渠道、全客群服务体系,打造最佳用户体验银行。

下一步,招行将加快进化,加快推动 App 取代卡片,实现服务生态对交易产品的替代。加快推动零售各业务线经营向数字化平台迁移,通过强化数字化平台职能,向零售各业务线赋能,让各业务线在数字化平台上更好地生长。加强线上经营的力量,以组织文化的进化来适应服务生态的进化。(宇萍)

城市服务, 发现惊喜

匹配地域 解决生活所需



招商银行App

与招行同城, 服务比你想要的还更多。

- 城市服务
- 生活缴费
- 饭票影票
- 网点预约
- 洗衣打印
- 优惠权益
- 还有更多...

每一分 都值得

更多信息, 请致电 95555, 或登录 cmbchina.com






招商银行
CHINA MERCHANTS BANK
国 德 而 变

招商银行App7.0 全新上线



7000万用户使用的金融App

在全球, 有7000万的用户正在使用招商银行App, 不仅因为更聪明的数据智能, 让我们能够读懂你, 并且因为更广阔的连接场景, 让我们能够为你服务更多。

每一分 都值得

更多信息, 请致电 95555, 或登录 cmbchina.com






招商银行
CHINA MERCHANTS BANK
国 德 而 变