



给您更多 | 为您看更远

1995年，广发银行在国内推出第一张真正意义上的标准信用卡。至2016年，中国市场迎来信用卡发展21年。作为金融服务工具，信用卡的服务属性使客户服务在银行发展战略中占有重要地位。当前，移动互联网的发展深刻改变着客户的消费习惯，如何满足智能时代多元化的用户需求，是摆在传统信用卡行业面前的一道难题。面对新的挑战，信用卡行业纷纷开启“互联网+”模式，利用大数据精准挖掘客户需求、通过跨平台合作打通线上线下服务路径，开创了全新的客户服务格局。倪子 杨长生 宋巍巍

信用卡传统客服升级“互联网+” 大数据下，客户服务更精准

用大数据“读懂”客户

用户体验是互联网行业发展的基石，也是信用卡行业总体竞争力的关键因素。银行专家指出，当移动互联网平台给客户更佳的用户体验时，客户反过来会带给信用卡市场更多的活力。尤其是基于对银行内外部大数据的分析，信用卡将衍生出更多精细化的客户服务。

“大数据本身就是银行的重要资源，随着传统信用卡行业加速推进‘互联网+’战略，更多的外部大数据得到了重视和应用。”广发银行信用卡中心相关负责人说，广发信用

卡发卡20年来不断创新，通过建立内外部大数据应用平台，形成了大数据应用生态圈。“我们会将内外部大数据应用到与客户的每一次互动中，把客户的‘画像’刻画得更精准、需求描述得更精确，客户管理得更精细。”上述负责人说。

正是基于对客户的精准了解，广发信用卡中心率先建立移动支付平台，推出二维码支付、验证码支付等线上支付手段，满足消费者与日俱增的移动支付需求。针对年轻消费群体，广发信用卡与腾讯游戏合作，

展开品牌植入和优惠活动，丰富用户手游体验，更在广发信用卡官方微信中添加打地鼠、刮刮乐等小游戏，为客户提供新鲜好玩的体验和服务。

业内人士指出，各行业对大数据的挖掘和运用，预示着新一波生产率增长和消费者盈余浪潮的到来。过去20年的发展中，信用卡行业不断做大“消费金融”这块蛋糕。未来20年，信用卡行业将借助大数据进一步挖掘客户的消费需求，拓展消费领域的服务能力，促进客户消费潜力的释放，有效推动消费金融的发展。

“互联网+”下 客户服务创新

借力“互联网+”为客户推出更好的体验和服务，是信用卡行业布局移动互联金融领域的重要一环。随着微信逐渐渗透进消费者的各种生活场景，信用卡行业的创新热情也被点燃。自广发银行信用卡中心2013年初推出微信银行以来，各大信用卡发卡行纷纷瞄准微信平台，不断丰富用户的线上用卡体验。例如，借助微信平台，广发信用卡可在线受理还款、账单查询、即时办卡、积分查询等多项业务，更可与智能客服“小发”随时沟通。

随着微信6.0版本的发布，广发信用卡又率先与微信合作推出“微信卡包”。凡是在广发信用卡官方微信平台获得的优惠券都会在卡包里呈现，实现线上领取、线下使用，大大优化了客户的用卡体验。

业内人士认为，互联网为传统银行创造了无限可能，能否充分运用移动互联网平台的优势展开“客户体验至上”的实质性服务，是考量各银行在互联网金融领域创新成功与否的核心要素。

凭借创新的客户服务，广发银行信用卡中心先后获得“中国银行业客户服务中心综合示范奖”“中国银行业客户服务中心最佳服务奖”等荣誉，并吸引了包括花旗银行、汇丰银行在内的众多港澳知名金融企业前来“取经”。



广发银行 | CGB

智慧金融 广发中国

广发车主信用卡

全方位优惠，由您随心驾控

加油5倍积分增值或1%现金返还

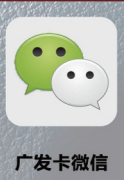
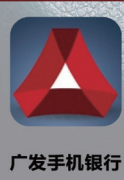
100公里免费道路救援

免费赠送高额意外险



2016年1月1日-2016年4月30日（填表日期），新客户消费满额享5%加油返现。

注：产品功能或促销活动详情请登录我行网站查询，或关注官方微信。



广发卡
给您更多 为您看更远

发送短信BK至95508轻松申请办卡

