

工商银行“理财金账户”荣获 2004 年度中国杰出营销奖



近日, 由《经济观察报》和香港管理专业协会主办的“中国杰出营销奖”评选揭晓, 由工商银行选送的“理财金账户”营销案例在参选的 300 多个案例中脱颖而出, 荣获优秀奖。同时, 工商银行也是本届“中国杰出营销奖”中惟一入选前 10 名的金融企业。

“理财金账户”是中国工商银行面向个人高端客户推出的综合理财服务品牌。自 2002 年末推出以来, 它以倡导“自信、自然、自由”的理财主张, 具有优先、优惠的金融服务, 专家、专业的理财顾问, 私人、个性化银行秘书等功能优势, 在较短的时间内赢得了社会各界的广泛认可。

工商银行是国内最大的商业银行, 也是国内最大的零售银行, 拥有国内最广泛的个人客户群体。从 2000 年开始, 工商银行敏锐地意识到高端客户的理财需求, 因而提出了“分层次服务”策略, 即为普通客户提供

标准化的银行服务, 为高端客户提供优质的个性化理财服务, 并在上海地区进行了个人理财业务的试点。同时, 工行开始研发专门服务个人高端客户的科技系统, 并着手配备和培训个人客户经理。经过两年的酝酿, 2002 年 12 月 18 日, 中国工商银行在全国范围内正式推出面向个人高端客户的服务品牌——“理财金账户”, 吹响了全面竞争个人高端客户的号角。经过一年半的推广, 工商银行不仅对“理财金账户”强大的综合理财功能进行了进一步完善, 而且针对高端客户的需求开发了



“个人外汇可终止理财计划”等个性化理财产品。同时，在国内商业银行中率先建立了一整套优质客户服务体系，积极打造上下联动的高端客户服务队伍；开同业之先河，建立了数十个高标准的贵宾理财中心。2003年工行在盖洛普以及本土咨询公司的协助下，启动了“个人理财中心核心竞争力开发与管理项目”，参照国际先进零售银行经验对理财中心的运营模式进行了以客户为中心的流程再造。此外，工行还将贵宾服务延伸到电子银行服务中，与新一代网上银行“金融@家”结合，打造出“网上银行贵宾服务”新概念。



通过一年半的推广，理财金账户的品牌知名度和美誉度大幅度提升。截止2004年8月底，理财金账户客户总数已突破百万。工行个人优质客户在个人客户总量中的占比较上年约提高2.3个百分点。盖洛普公司针对上海分行提供的客户满意度调查也显示：工行客户总体满意度由76%提高到84%，客户的总体忠诚度由64%提高到77%。



工行还计划在高端客户中进行进一步的细分，推出白金卡，为资产总额在100万元以上的客户提供私人银行级的服务。同时，工行将进一步完善个人优质客户服务体系，深入开展理财业务研究与开发，形成以理财金账户个性化理财套餐、理财金账户专属理财产品及理财金账户附加服务所组成的具有鲜明品牌特色的理财服务产品系列，引领理财市场发展潮流。