

# 用户体验无处不在，大连银行体贴入微



## 内容摘要

- **客户名称:** 大连银行
- **行业:** 金融
- **地点:** 辽宁省大连市

## 业务挑战

- 原有呼叫中心使用多年，扩展困难
- 多套不同业务平台的需求
- 分布式坐席的统一管理

现在，对客户提供个性化服务已成为常态，而非特例。特别是对于金融行业来说，客户服务的重点也已经从传统的单独客户接触点，转移到客户本身，即通过创新的手段，打破传统片面孤立的单点服务，将所有传统的单点，以及未来可能增加的新单点，通过技术手段“融合”起来，打造一体化的客户体验。

难忘的客户体验的重要性已开始显现：Gartner 分析认为，89%的企业领导者将客户体验视为竞争的“新战场”；而哈佛商业评论的调查文章则强调，至少34%的高管将改善客户体验列为企业的当务之急。

对于金融行业来说，“以一概全式”呼叫中心的时代已一去不复返。客户（消费者或企业客户）要求获得更快的响应、个性化的服务，以及更高的可用性。他们希望呼叫中心能以所需的方式随时提供服务。

大连银行同样在面临这样的思考，作为中国东方资产管理股份有限公司旗下重要的子公司，大连银行在境内外拥有14家控股公司，大连银行是全牌照的综合金融服务银行，提供个人业务、公司业务、国际业务等综合性金融业务服务。随着银行业务在我国的多年成熟发展，竞争态势逐渐加强，从产品形态角度看各家的“差别性”已不大，因此大连银行希望在提供卓越金融服务的前提下，不断优化客户服务体验，从而不断改善客户服务，建立更稳固的客户关系。

## 挑战

在改善客户服务体验的过程中，大连银行发现原有包括呼叫中心平台在内的基础设施，存在一定不足，如果不加以解决，将可能导致客户服务过于片面孤立。

## 产品/解决方案列表

- PCCE 打包呼叫中心解决方案
- REM 移动远程专家
- BE7H 服务器
- 7821 话机
- 4331 网关
- BE6000
- PCCE
- CMS1000
- SX80
- SX20
- MX800D
- MX700

## 用户收益

- 纯 IP、虚拟化架构平台，提供灵活的业务扩展和规模扩展能力
- 新一代全媒体呼叫中心平台，可灵活整合新的不同电子平台渠道

例如，在数字化转型的背景下，大连银行在传统线下渠道基础上，又新增加了移动渠道、互联网渠道，以适应如今消费者的触媒习惯，获得更多和消费者接触的机会。

但无论是传统呼叫中心、电子渠道还是互联网渠道，这些单点服务作为和消费者连接的“触点”，彼此之间并没有实现用户的信息“打通”，即呼叫中心所得到的某用户信息，在其他服务渠道并不能实现共享——对于同样一个顾客来说，就有可能遇到这样的尴尬情况：某客户先通过呼叫中心描述自己的服务需求后，如果呼叫中心无法解决，那么当该客户又联系互联网渠道时，他还必须再重新描述下自己的服务需求——对于互联网渠道而言，这个客户是“崭新”的。

这样会给金融机构带来潜在的风险，因为我们可以想象，特别是用户带有怨气地想反馈某个问题希望得到及时解决的情况下，当他不得不一遍一遍地向不同类型客服描述相同的话语时，他的耐性会逐渐被消磨殆尽，而他心中的怒火，以及对于金融企业服务的不满情绪，将被一点点地激发。金融企业损失的可能不仅仅是这个用户的耐心，而是这个客户本身的流失，甚至于因社交媒体的口碑传播，而导致更多的客户流失。

另外，作为综合性的金融服务银行，大连银行为客户提供多种业务，包括信用卡、借记卡、村镇银行等，这些业务的客服需要整合在统一的平台基础上，实现灵活扩展，但是现有平台存在一些局限性，在如下方面迫切需要进一步优化：

- 大连银行定期跟总部东方资产进行视频会议，而东方资产采用的是宝利通的视频设备，需要实现互联互通
- 分行及业务网点需要定期跟总行进行业务汇报，同时分行之间也需要定期进行业务讨论，出差频繁，差旅费用极高
- 为了更好的服务客户，大连银行需要建设新一代呼叫中心，旨在高效、快捷地给用户提供优质服务
- 全行内部需要一套高效的内部协作解决方案，希望整套系统简单易用，简化运维

## 解决方案

面对这样的挑战，大连银行希望找到一家富有经验的合作企业，帮助自己能有效打通以往彼此割裂的服务“单点”，能够着眼于全局，思考如何将各个服务渠道贯穿在一起。

经过多轮筛选，大连银行最终选择了思科所提供的套装联系中心企业版解决方案。在技术平台上，通过搭建客服基础平台，支持大连银行全渠道的扩展，进一步提升银行客服中心与客户多触角的服务方式转变。如：电话、传真、短信、视频、互联网及移动互联网等社交媒体的统一接入，为客户提供高质量的实时录音视频以及综合数据服务，可以大大改善呼叫中心的客户交互体验，利用视听感知、视听体验、视听交互打造全新一代视听一体、触手可及的全媒体智能呼叫中心。

同时，利用统一登录、单点登录，整合了包含借记卡、贷记卡、公司客户、中间业务等系统服务，大大提高大连银行座席的服务效率，提升子系统之间的相互支撑能力，同时加强内部管理支持系统的建设，包括绩效考核、培训考试、质量管理、话务管控等。

新一代客服系统基于“模块化，配置化”的设计，可更好的支持银行在业务上横向拓展，具备“短平快”的快速效率，稳定的系统架构，为大连银行提供业务系统的基础支撑。

具体部署如下：

- 会议室采用 MX 系列和 SX 系列视频终端，为用户提供更好的与会体验，方便、灵活应对客户现场不同的使用环境
- 普通员工部署 IP 电话及 Jabber 软终端，同时视频会议终端和 IP 电话终端公用一套管理平台，统一的协作架构
- VCS+CMS 的解决方案实现与原有宝利通设备的互联互通，双方终端同时入会
- 防火墙穿越解决方案实现互联网用户的方便入会，随时随地加入会议
- 给予思科完整的协作架构，部署新一代的呼叫中心系统 PCCE

## 客户收益

现在，大连银行整合全新的IP化、虚拟化的呼叫中心系统平台，经过重新集成开发，优化了全套业务流程，并不断强化客户体验在整个客户服务流程中的应用。最明显的变化，是客户能在不同的服务渠道之间顺利交接，而且各个渠道的客服人员都能对客户数据了如指掌，从而大幅提高客户的满意度。

例如，客户可以通过诸如移动apps、网页和微信等数字渠道，和大连银行方便地联系，并能无缝地、承上启下地升级到人工帮助。大连银行的任何服务渠道，都能知晓当前所沟通的客户，在先前是如何、为什么和银行联络的，从而为客户提供无缝的、持续的客户历程。

此外，不同服务渠道所获得的用户信息，在大连银行的后台还会被“汇聚”起来，经过智能分析后再统一分享，从而帮助大连银行勾勒出更加完整、更加精准的“用户画像”，从而为该用户提供更有针对性的高价值服务，迅速获得用户的满意度和认同感。

在思科的帮助下，大连银行获得了互联全数字化体验，这家积极创新的银行现在能轻松跨越多个渠道，随时为客户提供情景化、持续和功能丰富的全数字化服务。

 **致电: 4006 680 680**

如需了解思科公司的更多信息，请浏览 <http://www.cisco.com.cn>  
思科（中国）有限公司版权所有。

思科和思科徽标是思科和/或其附属公司在美国和其他国家或地区的商标或注册商标。有关思科商标的列表，请访问此URL: [www.cisco.com/go/trademarks](http://www.cisco.com/go/trademarks)。本文提及的第三方商标均归属其各自所有者。使用“合作伙伴”一词并不暗示思科和任何其他公司存在合伙关系。(1110R)