

由于移动互联网的迅速扩展，客户偏好和行为发生了极大的变化，线上渠道逐渐替代线下渠道。而随着线下渠道的关闭，各个银行也都在加大移动渠道的建设。银行传统网点和渠道营销应该如何转型呢？一起来看一下吧

。



一键操作



指尖上的金融服务



银行电子分流率已超95%



数字化



银行化



微信号: FI-Digital

国内很多银行开始尝试将前中后进行进一步分离，部门银行也成立了一个跨业务、跨线上线下的全渠道部门，我们在数字化转型中如果仅通过一个部门合并和变更还是远远不能达到转型的目标和效果。

全渠道面对于用户首先需要考虑的是渠道差异下如何保证最优的用户体验，目前商业银行发布和上架产品时会针对不同的渠道有不同的产品，更多的时候同一个产品交付时未考虑线上和线下渠道的差异性和便利性。

二、银行渠道的价值定位

银行进行数字化转型随之而来的就是全渠道转型，首先需要明确渠道的价值定位。内部要打通银行各个分支行、各个业务线之间的渠道，包括所有的线上和线下渠道、人工和虚拟渠道。同时也要打通外部同生态合作伙伴之间的渠道。通过数字化驱动的智能化工具，把渠道无缝融合起来。