

个人征信,你可能不知道的事儿

个人征信有多重要?你对它的了解又有多少?广发银行平顶山分行的工作人员和大家聊聊关于个人征信你可能不知道的那些事儿。

个人征信 1.0 时代:央行独大,唯个人征信报告独尊

提到个人征信,如果你只知道央行个人征信报告,那么你还是生活在个人征信 1.0 时代的原住民。这个时代还没有各种第三方征信机构,你只知道没钱了,需要贷款,但是贷款时要看个人信用情况,而对征信其他方面并不了解。

2006 年 1 月,个人信用信息基础数据库呱呱落地,正式开启了个人征信 1.0 时代。从此,当你向银行借钱时不再需要提供一系列证明材料,银行信贷员也不用一一走访、电访,只需根据个人信用信息基础数据库出具的个人信用报告进行核实即可,银行省事,你省心。

个人征信 2.0 时代:百花齐放,第三方征信“梦之队”启航

伴随着信用与生活的关系越来越紧密,单靠个人信用报告管理个人征信已应顾不暇,央妈心疼不已。2015 年 1 月,央妈组建包括芝麻信用、腾讯征信在内的个人征信 8 人“梦之队”,满足个人征信市场日益多样化的需求,标志着个人征信 2.0 时代的正式到来。

“互联网+”时代下,人们的生活、消费等更互联网化,用户信息呈多元化、碎片化趋势,数据收集也从线下逐步转移到线上。脱胎于互联网背景的第三方征信“梦之队”,数据资源更丰富,数据来源更广泛,征信评分体系开始用丰富多样的社交数据、电商数据等场景数



据去融合金融数据,全面展示用户信用信息,对以前个人征信数据进行了有力补充和完善。

而为了让人们更懂得信用的重要性,8 人“梦之队”以及其他“准征信机构”推出许多征信产品,逐步渗透入大众生活:免押金租车、零预付住宿,免签证出国、小额信贷随便借,就连相亲也能提高牵手概率。此外,服务大众的同时,他们也用作商用:他们为 P2P、中小银行等提供相关风控管理,消费金融和网贷成为他们的主战场。

个人征信 3.0 时代:腾空出世,银行精细化管理个人信用

继“梦之队”之后,一直稳重

沉默的银行不再高冷。“互联网+”时代下,银行业插上大数据翅膀,持续创新,开始对个人信用进行精细化管理和应用,“待产”的银行信用分即将腾空出世,个人征信 3.0 时代即将开启。

不要天真的以为只有央妈才有个人征信报告,其实,各家银行也有自己的信用评分体系,银行信用分就是这个体系的产物。基于客户个人各种金融行为进行综合评价,银行信用分能准确反映并让客户清楚了解个人自身信用情况,可信度极高。

比如广发信用分就是根据客户的身份特征、用卡行为、还款行为及互动行为四个维度对客户进行信用综合评分,不管你是高富

帅还是白富美,是智叔族还是月欠族,在银行信用分这面魔镜下你终将“原形毕露”。

而为了鼓励客户优化自身的用卡行为,客户可使用广发信用分享受餐饮、娱乐、旅游等领域更优惠的市场活动和快速调额等更便捷的银行服务及权益,而且信用分等级越高,可获得权益则越多。

个人征信时代不断更替,个人征信业务向市场化发展,信用已经从金融服务延伸到生活服务,逐步影响生活的方方面面。别以为只有真金白银才是钱,在未来,信用也是一种财富,下次我再也不闯红灯了。

(李曙光 王红梅)

业内人士提醒 暑期出游 别忽视意外险

本报讯 暑假将至,又到了一年一度的暑期出游高峰期。为了保障出行安全,市区多家保险公司的工作人员提醒,在出行之前,请客户了解一下自己所需要的意外险。

“意外险可以根据出游的时间和目的地进行选择。”市区一家保险公司的工作人员说,旅游出行意外险的险种类型包括航空意外险、交通工具意外险、旅行意外险以及综合意外险,出行者只购买普通意外险就可包括这些险种。但如果参加了跳伞、潜水等项目,就要注意意外险中的条款,有些意外险是不包含这些危险项目的。

与国内游相比,境外游的身体风险也会随之增大。出行之前,家长们应首先审视需要出境游的家庭成员个人保障是否全面,然后根据其保障情况,配备合适的出境游保险产品。业内人士提醒,常见的出境游保障组合最好包括意外身故和残疾、意外医疗费用补偿、住院现金补贴以及紧急援助服务等内容。

(王红梅)

“BrandZ 最具价值全球品牌 100 强”出炉

中国平安居全球 保险第一品牌

本报讯 近日,全球领先调研机构 MillwardBrown (华通明略) 发布了 2016 年度“BrandZ 最具价值全球品牌 100 强”榜单,中国平安凭借 169.10 亿美元的品牌价值,位列榜单第 57 位,较上一年上升 11 位,一举摘得保险行业全球第一品牌,并位列全球金融品牌第 10 名。

中国平安的相关负责人表示,随着业务持续发展,集团旗下的业务规模与品牌实力近年持续壮大。截至 2015 年底,集团持有核心金融公司产品的个人客户数近 1.09 亿,互联网用户总量达 2.42 亿。面对庞大的客户及用户规模,近年来,中国平安坚持以“专业让生活更简单”为品牌核心理念,持续改善和提升客户体验,积极致力于产品、服务及渠道的创新,同时积极履行企业的社会责任,在为客户、股东和员工创造价值的同时,不断提升集团品牌价值。本次获得这一殊荣,是对他们长期以来专注提升品牌实力的充分认可。

作为国际领先的个人金融生活服务提供商之一,中国平安经过多年的部署和孕育,在核心金融业务保持快速、健康发展的同时,其多项模式的创新亦开始开花结果。除在传统的“先产品,再服务”的综合金融客户经营模式取得显著成绩外,中国平安还积极探索“先服务,再多项服务,后多个产品”的创新客户经营模式,并取得显著经营效果。2015 年,中国平安新增客户数达 3078 万,同比增长 57.8%;平安互联网用户在核心金融公司与互联网金融公司间的迁徙超过千万人次。(平安)

太平人寿显温情

6 月 3 日,陈女士收到太平人寿保险公司的重疾保险金理赔款 10.3 万元,对该公司的服务赞不绝口。

陈女士 2009 年投保福禄双至附加重疾,保额 10 万元。今年她在郑州大学第二附属医院确诊乳腺癌,巨额医疗费很快花空了她的积蓄。

陈女士 5 月 25 日申请理赔,6 天后就理赔结案,缓解了她的燃眉之急。(党二斌)

人保财险平顶山市分公司完成微信理赔第一单

本报讯 6 月 24 日,人保财险平顶山市分公司顺利完成我市第一单微信理赔,从微信报案到理赔金额到账,前后不到一个小时的时间,这标志着该公司微信理赔已正式在我市推行。

据当天负责出现场的查勘员刘洋介绍,6 月 24 日上午 9 点半左右,95518 服务专线接到报案,车主蒋先生的车在市区光明路与湛北路交叉口附近停放时被广告牌砸到。十几分钟后,刘洋赶到事故

现场了解情况。原来由于 6 月 23 日我市遭遇狂风暴雨的袭击,蒋先生停在路边的汽车被大风刮落的一块广告牌砸到。24 日上午,蒋先生发现这一情况后马上报案。刘洋对事故现场痕迹进行比对后,认定事故真实有效,根据车辆被砸的情况来看,汽车损失应该在 2000 元以内,符合微信理赔的条件,因此刘洋建议车主使用微信理赔。在刘洋的指导下,蒋先生按照微信理赔的流程进行了操作,不到

一个小时,900 元的理赔金额就打到了蒋先生的银行卡上。

“如果按照正常的理赔流程,理赔时间应该在两到三个工作日。”刘洋说,一般的理赔需要车主报案、现场查勘、车辆定损。车主需要带着驾驶证、行车证、银行卡、车辆维修发票等到保险公司报案,手续比较麻烦,理赔的时间也比较长。而微信理赔手续简单、大大缩短了理赔时效。并不是所有的微信理赔都需要查勘员

出现场,车主也可以直接通过微信索赔,由工作人员决定查勘员是否出现场。如果不需要出现场,那么理赔过程将更短。

据介绍,微信理赔(拇指理赔)是人保财险针对小额(2000 元以内)赔案推出的快速理赔方式,只需要四步就可完成,一是点击在线报案,二是上传车损照片,三是核实损失金额,四是上传理赔资料。一般情况下,理赔在一个小时内就可完成。(柳粉霞 王红梅)

广发银行:打造智能客服 迎接“指尖”革命

近年来,传统银行的客户服务正经历着一场“从柜台到指尖”的革命。发行首张真正意义上的信用卡的广发银行也顺应移动互联网发展趋势,以科技创新推动传统客服转型,建立起立体化客服体系,积极打造智能客服,以全天候多媒体服务渠道“秒速”响应客户需求。

据了解,广发信用卡智能客服目前能解决 90% 的客户请求类型,每天有超过百万的客户享受着智能客服的服务;以微信为代表,涵盖热线语音、网银、手机银行、VTM(远程视频服务)、上行短信的多媒体客户服务已成为该行在“互联网+”时代的核心竞争力。

刷新智能客户服务体验

当前,信用卡行业的人工智能发展得如火如荼,以广发、招行为代表的信用卡发卡行正将人工

智能运用在数据分析、客户服务等多个方面。早在 2012 年,广发信用卡就顺应客户在移动端的业务需求,首批开通了微信银行,并积极探索人工智能技术与信用卡业务的结合,推进智能客服系统的建立。如今,拥有俏皮形象和活泼性格的广发智能客服“小发”不仅能准确识别客户的需求,还能时不时与客户调侃几句。

经过两年多发展,目前广发信用卡微信智能客服已经能解决 90% 的客户请求,日均交互量 140 万,服务客户量超过 60 万,智能应答准确率高达 99%。上千万的广发信用卡客户关注并绑定了广发信用卡的微信号,截至 2016 年一季度末,广发信用卡的智能客服服务客户总量达到 1.8 亿人次。

“广发微信智能客服是以自然语言处理和人机交互等多种人工智能技术为基础,具有智能自

动服务功能的软件系统。它通过语义分析技术理解自然语言,辅以自动应答,是目前行业内最先进、最成熟的技术。”广发信用卡相关负责人表示,如今,广发卡微信智能客服正以 1 秒查账、3 秒调额、5 秒分期、6 秒还款的“互联网速度”不断刷新客户体验。

多媒体渠道打造“最强客服”

截至 2015 年末,广发信用卡发卡量已突破 4000 万张。在发卡量持续攀升的同时,客户投诉率大幅下降,满意度连年提升。“这得益于近年来广发信用卡持续创新,积极打造动态化、立体化、专业化的移动金融客户服务平台。”该行相关负责人介绍说。

记者获悉,近年来,广发银行信用卡中心打破传统客服模式,在保障客户体验的前提下,搭建多媒体服务渠道,同时通过金融

服务创新,为客户提供更高质量的服务及营销增值产品,进一步促进客服中心价值最大化。在“互联网+”时代,广发信用卡将服务渠道从高度依赖客服代表接听电话向微信、热线语音、网银、手机银行、VTM、上行短信等多媒体自助渠道进行分流,借力多维互联网平台开展信用卡移动布局。

凭借持续的创新,广发信用卡客服中心先后荣获多项行业评选大奖。在 2015 年香港客户中心大奖赛上,广发银行信用卡中心力压美国运通、汇丰银行等知名国际金融机构,一举囊括四金二银,含“最佳呼入客户中心”金奖、“最佳科技应用客户中心”金奖等,并斩获“亚太客服及呼叫中心协会嘉许大奖”,这标志着中国金融客户服务水平在亚洲位于前列,成为亚太地区信用卡客服中心优秀成员之一。(李曙光)