

**傳媒聯絡:**

鄭俊仁

[edmund.kwong@sas.com](mailto:edmund.kwong@sas.com)

(852)2105 3681

請瀏覽 SAS 傳媒中心

[www.sas.com/presscenter](http://www.sas.com/presscenter)

杜少玲 / 趙嘉殷

Red Edge Public Relations

[info@red-edge.com](mailto:info@red-edge.com)

(852)2893 9800 / 2893 8799

## 調查發現網上銀行客戶認為銀行並不了解其需要

*SAS® 客戶智能方案助銀行加深對客戶了解及加強個人化服務*

香港，2009年9月25日 – 一項調查訪問了505名香港網上銀行客戶，只有16%受訪者認為銀行充分了解其需要。此外，約60%受訪者表示，更多個人化服務會提升其對銀行的滿意度。

香港大學民意研究計劃在2009年5月及6月期間，代表領導全球的**[業務精析](#)**企業軟件及服務供應商SAS進行調查，旨在了解香港銀行客戶使用網上銀行服務的模式、滿意度及期望。

網上銀行具成本效益及廣為客戶接受，成為銀行重要的市場推廣媒介。香港網上銀行客戶於2008年約有350萬，並預計於2011年增至420萬<sup>1</sup>。然而，是次調查發現接近50%受訪者表示不滿意(5%)或一半滿意(42%)其銀行目前提供的個人化服務。

SAS 香港區總經理高樹楷說：「網上銀行能有效讓銀行節流開源。調查顯示，客戶網上行為及喜好與其使用網上銀行服務之頻密度有著密切的關係，個人化服務能提升銀行的競爭優勢。」

### 度身訂造服務可提升客戶滿意度及使用量

約60%受訪者表示，若銀行能提供更多個人化服務及資訊，其對銀行的滿意度將會提升；而當中的66%更會因此增加使用網上銀行服務。

當被問及是否想獲得某些個人化服務時，有一半受訪者表示，希望網上銀行能在他們查詢某項服務的時候，即時提供相關資訊；另有約46%受訪者則表示期望銀行能根據其個人需要，提供度身訂造的服務及優惠。

月薪高於5萬港元的受訪者較普遍認為銀行了解其需要，高氏說：「網上銀行服務協助銀行更有效地使用有限資源。銀行可透過使用具成本效益及自動化的網上渠道，吸納更廣泛的客戶群，同時可按個別需要，向不同收入的客戶推廣個人化服務及優惠，從而提升客戶體驗及增加收入。」

<sup>1</sup> 資料來源：Bharat Book Bureau report: [Online Banking in Hong Kong](#) (2008年7月)

## 網上服務客戶智能化 即時回應客戶需求

準確、全面及迅速了解每位客戶的需求是快捷地提供個人化服務的關鍵。要做到這一點，銀行必須注意三大範疇：數據收集、數據闡釋及決策支援。

高氏表示：「行為數據 (Behavioural Data) 是促使個人化網上銀行成功的決定性因素。銀行可透過快速追蹤及評估客戶網上活動的每個細節，提升其洞察力，對銀行能因應客戶喜好而提供合適服務，是十分重要。」

例如，當客戶登入銀行網站進行物業估價及查詢有關按揭計劃時，透過分析技術及併合該客戶的銀行戶口資料及交易記錄，銀行會知道此客戶可能有買賣物業的意欲。當客戶再次瀏覽網站時，銀行可因應客戶的財務狀況及需要，自動獻上度身訂造的低息樓宇按揭優惠，並會提供指定物業的估價及過往的交易記錄等。

## SAS®客戶智能方案 – 以客為本的市場推廣管理整合方案

SAS 可透過收集客戶所有的網上活動，轉化為以客為本的知識，將網上渠道加入至銀行主要的市場推廣及客戶關係管理活動之中。[SAS 客戶智能方案](#)包括活動管理、交叉銷售/提升銷售、客戶維繫、客戶分類、電郵/流動推廣、以活動為本的市場推廣、活動優化、市場推廣組合分析、市場推廣績效管理、客戶網上活動分析及網上分析方案。

## SAS 簡介

SAS 是領導全球的[業務精析](#)企業軟件及服務供應商，亦是全球商業智能市場中最大的獨立供應商。全球逾 45,000 家企業正使用 SAS 軟件提升業務績效，並用以作出更快更準確的業務決策。自 1976 年，SAS 一直為全球客戶提供有效「擷取重要資訊」(THE POWER TO KNOW®) 的方案。

*SAS 及其他 SAS Institute Inc. 產品或服務名稱是 SAS Institute Inc. 在美國及其他國家的註冊商標或商標。®代表於美國註冊。其他品牌及產品名稱均是其所屬公司的商標。© 2009*