



金融数字化经营 解决方案

构建多场景数字金融解决方案生态

 帆软 | 帆软大金融事业部

- 打造行业移动端工作台创新产品应用，领跑行业移动端数据分析轻应用赛道，助力实现移动办公需求
- N 个场景化的数字化解决方案—覆盖银行、证券、保险、信托、资管、基金、租赁等细分行业，涉及数字营销、普惠金融、融资融券、保险渠道、投资管理、风险管理等多个业务领域
- 1000+ 家成功客户案例，其中银行合作 300+ 家，六大国有银行全部合作；非银金融累计客户服务 700+ 家，成功项目落地 100+，券商 Top50 客户覆盖率达 70%，保险 Top10 客户覆盖率达 80%

扫码咨询场景方案



1000+

成功客户案例

700+

非银金融累计客户

300+

银行合作

100+

成功项目落地

1	前言		01
	Foreword		

2	数字金融场景图谱		02
	Value Scenario Map		

3	数字金融场景介绍		
	Scenario Introduction		
	银行移动端应用生态架构		04
	银行收单业务运营管理		09
	银行普惠金融管理平台		12
	租赁业全面风险管理		16
	客户全生命周期运营管理		20
	保单失效管理		23
	市场营销活动管理		27

4	帆软大金融事业部标杆客户		30
	Fanruan Pacesetter Customer		

数据场景应用 助力金融业数字化转型升级

近年来，数字经济的蓬勃兴起为金融业的创新发展构筑了广阔的舞台，数字技术的快速演进更是为金融数字化转型注入了源源不断的活力。

今天，随着数据作为金融业基础战略资源和关键生产要素的地位日益凸显，**如何有效挖掘海量数据资产，充分发挥数据要素的经济社会价值实现企业差异化竞争**，正成为金融业的重要课题。

是机遇，亦是挑战。根据帆软数据应用研究院调查结果显示，当前我国各类金融机构依旧普遍面临诸如**数据要素分散、数据服务体系不健全、数据场景应用不清晰、数据人才匮乏**等一系列问题。

在此背景下，帆软金融事业部提出**基于用户、场景为中心的多职能多业态多终端数字金融解决方案生态**，助力企业构建数据“横向到边，纵向到底”的一站式分析平台。完成数据要素从基础支撑到驱动变革，**推进业务由经验决策型向数据决策型转变**，增强经营管理前瞻性和精准性，从而有力提升金融展业服务质效，为企业高质量发展注入充沛动力。



数字金融场景图谱

Value Scenario Map



数字金融场景介绍

Scenario Introduction

	银行移动端应用生态架构	04
	银行收单业务运营管理	09
	银行普惠金融管理平台	12
	租赁业全面风险管理	16
	客户全生命周期运营管理	20
	保单失效管理	23
	市场营销活动管理	27

银行移动端应用生态架构

作者：朱后泉 | 帆软数据应用研究院金融业专家



背景

银行移动化趋势加剧，互补优势明显

数字化转型模式：双端互补，让数字化遍布业务处理的各个环节

PC 端银行管理驾驶舱作为工作台产品面向
固定式的办公场景

Mobile 端移动管理驾驶舱作为工作台面向
复杂灵活的移动场景

PC 端固定式



适宜场景

会议场景

分析场景

精准查询

Mobile 端移动化



适宜场景

出差场景

快速查询

灵活推送

高层管理者



业务条线

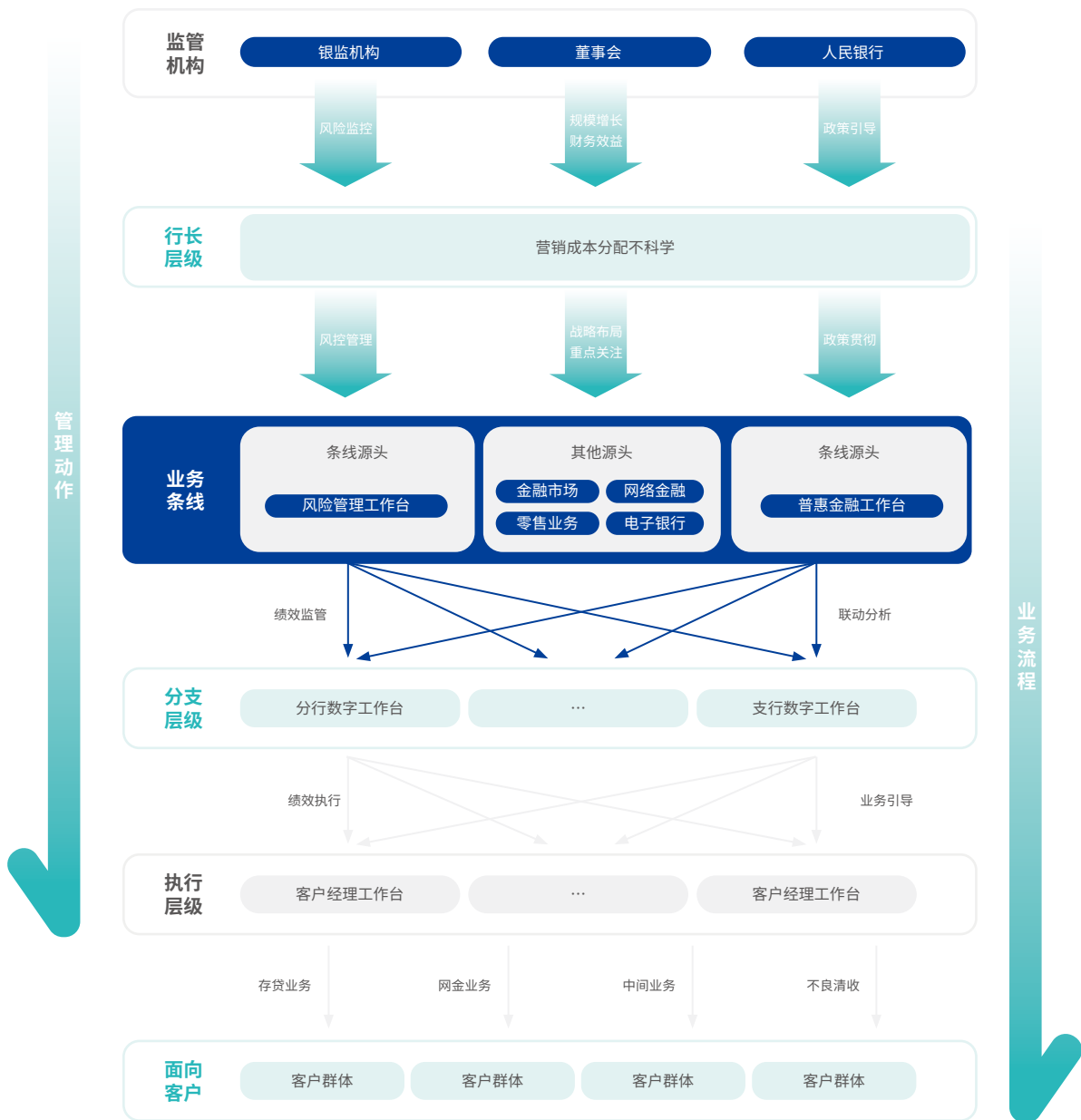


分支行管理者



方案

构建移动端驾驶舱生态



产品

帆软银行移动端工作台场景库

行业经验

源自合作客户积累沉淀

帆软同 300+ 合作银行客户不断锤炼场景内容，根据不同层级用户特征建立各版块特有的业务分析体系，千人千面，最大化发挥数据价值。

业务设计

成熟分析场景高效赋能

聚焦于每一块业务场景，设计指标服务于业务角色管理诉求，形成企业数据管理的闭环，有压力输出和监控督促，确保决策可执行可落地。

底层设计

数据自动化体系提升工作效率

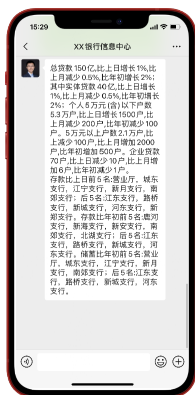
释放业务人员生产力，合理使用现有数据资源，将业务人员从日常整理数据、清洗数据、发放数据的低效率工作中解放出来。

银行业移动场景库



行长战情室

现状分析当前银行行长移动端工作台建设难点



痛点：分析不全面

全行指标分散，不成体系

手机短信端推送的分析内容大多数只有全行的经营类指标，其他业务条线指标分散在各个部门，难以整合，行长了解很难全面。

分析内容不直观

纯文字、表格形式的描述，不能让领导迅速感知业务的发展情况；

异常数据无预警问题无定位

(1) 业务人员手工统计后再将数据发送给行长，对于资金变化的预警响应慢。(2) 资金发现问题后需要再找业务要数据，缺少趋势、组成、机构维度的分析数据，问题很难定位出来。

痛点：重点不明确

支行长管理难以闭环

行长看到支行完成情况差，压力下放下去后，支行的执行反馈难以跟踪。

全行指标分散，不成体系

考核变动，人员变动，营销活动导致没发生一次变动就会开发一张新的报表，报表管理困难，行长查看起来繁琐。

行长战情室

指标体系建设思路

目标定位导航	综合诊断			
指标架构	经营概况	财务分析	战略关注	管理分析
目录跳转	机构存款	利润分析	普惠金融	对标分析
	机构贷款	收入概况	金融市场	支行管理
	风险监控	支出费用	信用卡	
个性化配置	可扩展业务模块	可扩展业务模块	可扩展业务模块	可扩展业务模块
宏观统计 低操作成本区域	汇总级 - 模块宏观指标	汇总级 - 模块宏观指标	汇总级 - 模块宏观指标	汇总级 - 模块宏观指标

行长战情室

管理闭环设计思路

行长战略控制台



项目	100	34	48%	47%
储蓄存款	100	34	48%	47%
AA产品	100	79	87%	38%
BB产品	100	98	98%	68%
CC产品	100	65	42%	26%
其他	100	34	98%	51%

排名	机构名称	余额	年增	月增
1	AA分行	1243	500	100
2	BB分行	1109	499	80
3	CC分行	1089	300	100
4	DD分行	978	300	79
17	QQ分行	100	175	2
	RR分行	100	112	23
	SS分行	100	111	43

压力下放到支行

支行长数字工作台

2021-03-30日数据已更新 单位: 亿元

2021-03-31

客户经理号	客户经理	当前余额	年初余额	当前日
L000001	王XX	764.9	90.30	382
L000001	王XX	395.6	928.10	715
L000001	王XX	308.3	730.40	592
L000001	王XX	168.3	130.10	856
L000002	李XX	999.3	875.10	755
L000002	李XX	580.1	154.70	387
L000002	李XX	273.1	661.10	771
L000002	李XX	825.8	906.70	696
L000002	李XX	859.8	433.80	222

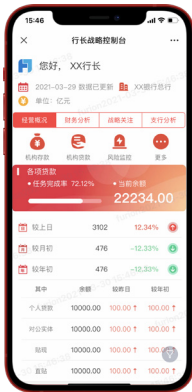
压力下放到客户经理

联动支行长工作台形成管理闭环

总行 - 支行工作台联动，以总行 - 中心支行 - 支行 - 客户经理为层级，形成分析闭环

行长战情室

价值总结



价值：决策更准确

整合资源，一个工作台满足行长日常分析需求

一个工作台解决行长一个报表文件夹的问题，行长通过一个工作台可以更全面的了解到全行的综合发展情况。

丰富内容，一张页面满足一个问题的分析需求

从异常指标的预警提示，到这个指标趋势、结构分析，再到相关指标综合分析，帮助行长的决策能有更有数可依。

价值：决策更敏捷

对支行的管理跟踪更加便捷

行长定位支行长的问题，联动支行长工作台，很便捷的可以对支行的问题指标进行跟踪，提升行长决策的敏捷度。

与领导管理共同成长的驾驶舱

配合行长的日常管理思路不断的迭代扩展、优化更新工作台内容，让工作台越用领导让领导觉得越好用。

银行收单业务运营管理

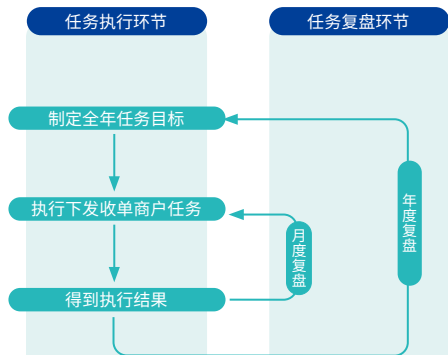
作者：陈宇凌 | 帆软数据应用研究院金融业专家



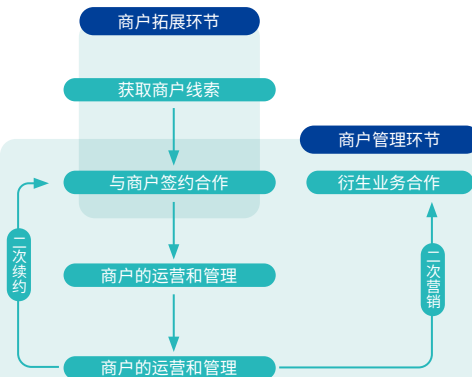
现状分析

当前银行收单业务开展模式

管理流程



业务流程



现状分析

收单商户运营管理痛点

管理流程

任务复盘环节
指导决策眉毛胡子一把抓
 总结报告业务分析不全面，导致指导决策时出现眉毛胡子一把抓的情况。

任务执行环节
分支行积极性不足
 各支行任务完成情况透明不及时，营销结果反馈存在滞后性，导致过程中出现分支行的拖延、积极性不足的情况。

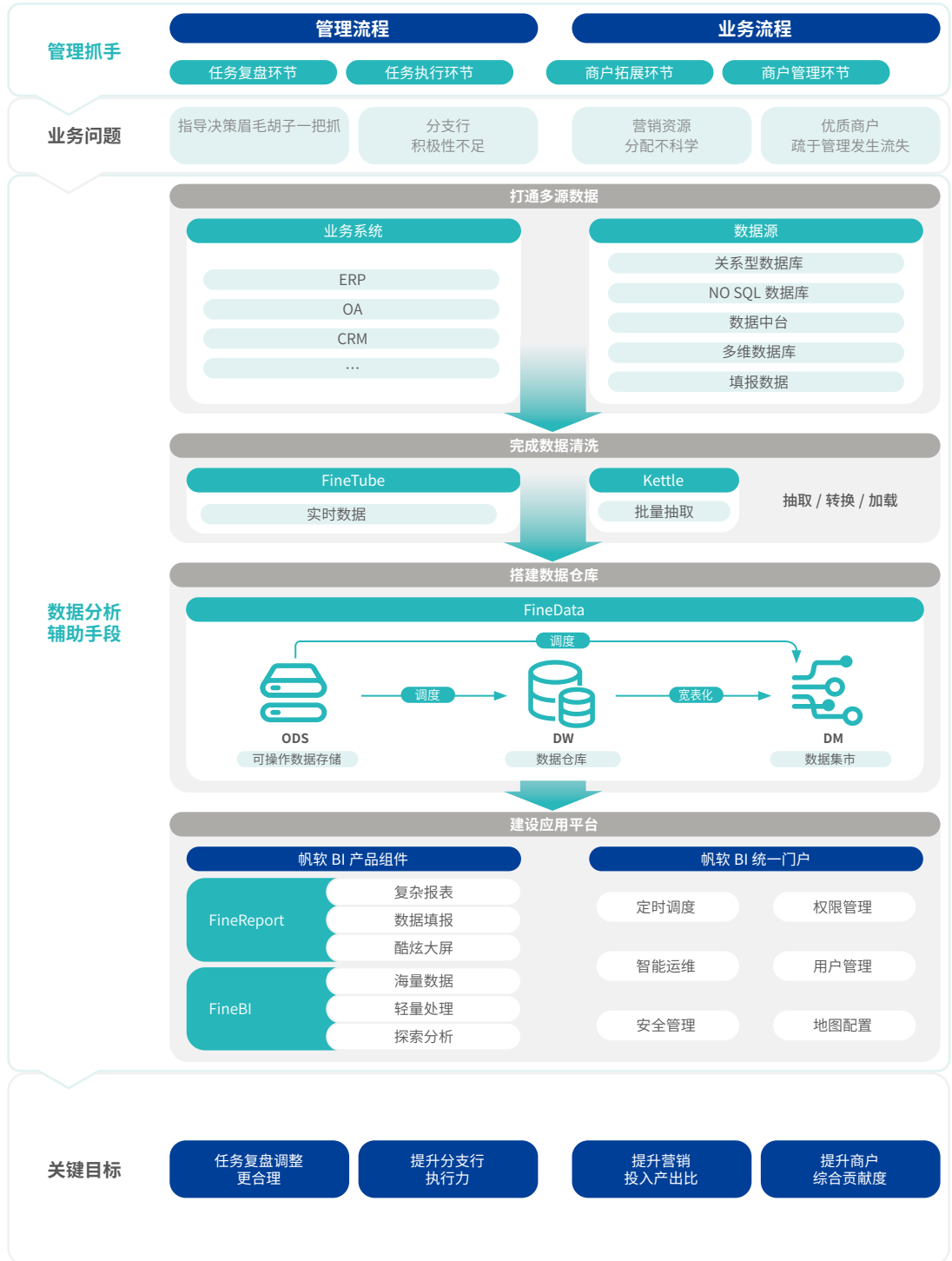
业务流程

商户拓展环节
营销资源分配不科学
 对资源的区域分布情况不清晰，导致营销资源的分配不科学。

商户管理环节
优质商户疏于管理发生流失
 对商户的管理过于粗放，业务人员只能依据经验从事事务性工作，难以主动进行经营分析性工作，导致优质商户疏于管理，发生流失。

解决思路

从四大关键环节找管理抓手



解决思路

构建两大平台，四大分析模块，赋能管理抓手



场景价值

收单商户运营管理更高效

任务复盘调整更合理

在完成了数据收集以及收单业务发展情况的统一展现的基础上，数据触达时间加快 **2 个工作日**，为网络金融部门收单业务战略目标的复盘和调整提供了更有力的数据支撑。

提升营销投入产出比

对各个战区的商户进行划分，协助业务人员发现资源丰富区域与重点客户，业务人员更科学的分配营销资源，在增加商户合作数量的同时，让营销投入产出比提升 **3%**。

人员执行力提升

打通总行 - 分支行 - 网点的数据链条，增加各机构考核指标横向对比和专项指标对比，提升数据时效性，充分调动各个分支机构调动分支行积极能动性，向下督导提醒次数减少 **30%**。

商户综合贡献度提升

对现有商户的画像分析，让业务人员能 360 度了解该商户为银行提供的综合贡献度及风险情况，对每一个商户能有更精细化的管理。协助银行优质商户数的增幅达到 **40%**。

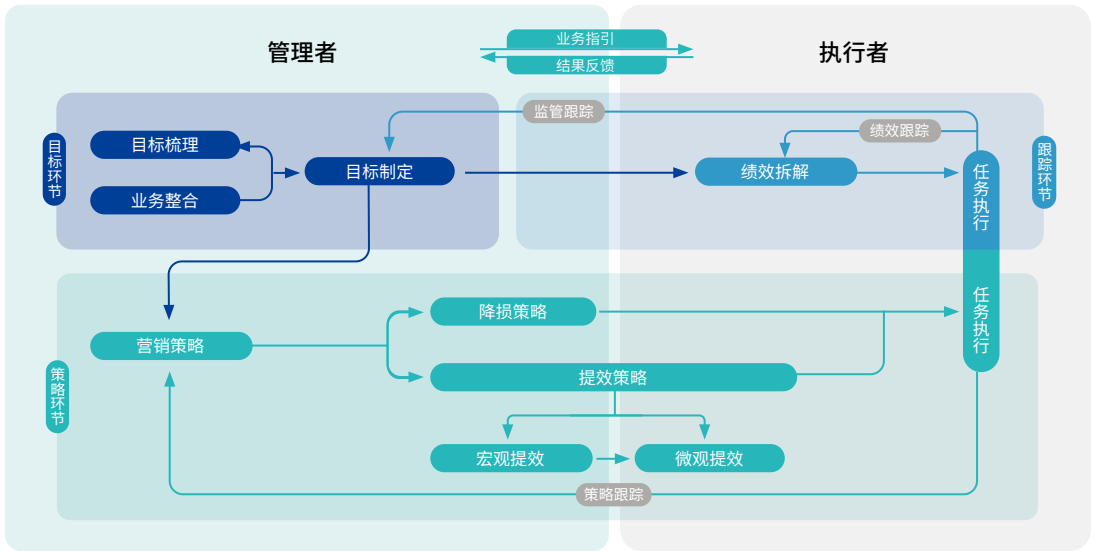
银行普惠金融管理平台

作者：陈宇凌 | 帆软数据应用研究院金融业专家



现状分析

当前银行普惠金融业务开展模式



现状分析

普惠金融业务流程中的痛点

目标环节

目标分散不整合

业务结构不清晰

政策引导促使银行重视规模、让利于民，商业银行本质是以盈利自驱，因而普惠重视的目标众多，分散不清晰；普惠业务与多条盈利条线业务有所交叉，整体业务结构较为混乱，很难以普惠视角进行综合管理。

跟踪环节

指标预警不及时

执行积极性不高

监管指标预警不及时，可能造成指标异常而管理者不知的严重局面；执行情况透明不及时，营销结果反馈存在滞后性，导致过程中出现执行者的拖延、积极性不高的情况。

策略环节

不良成本损失较高

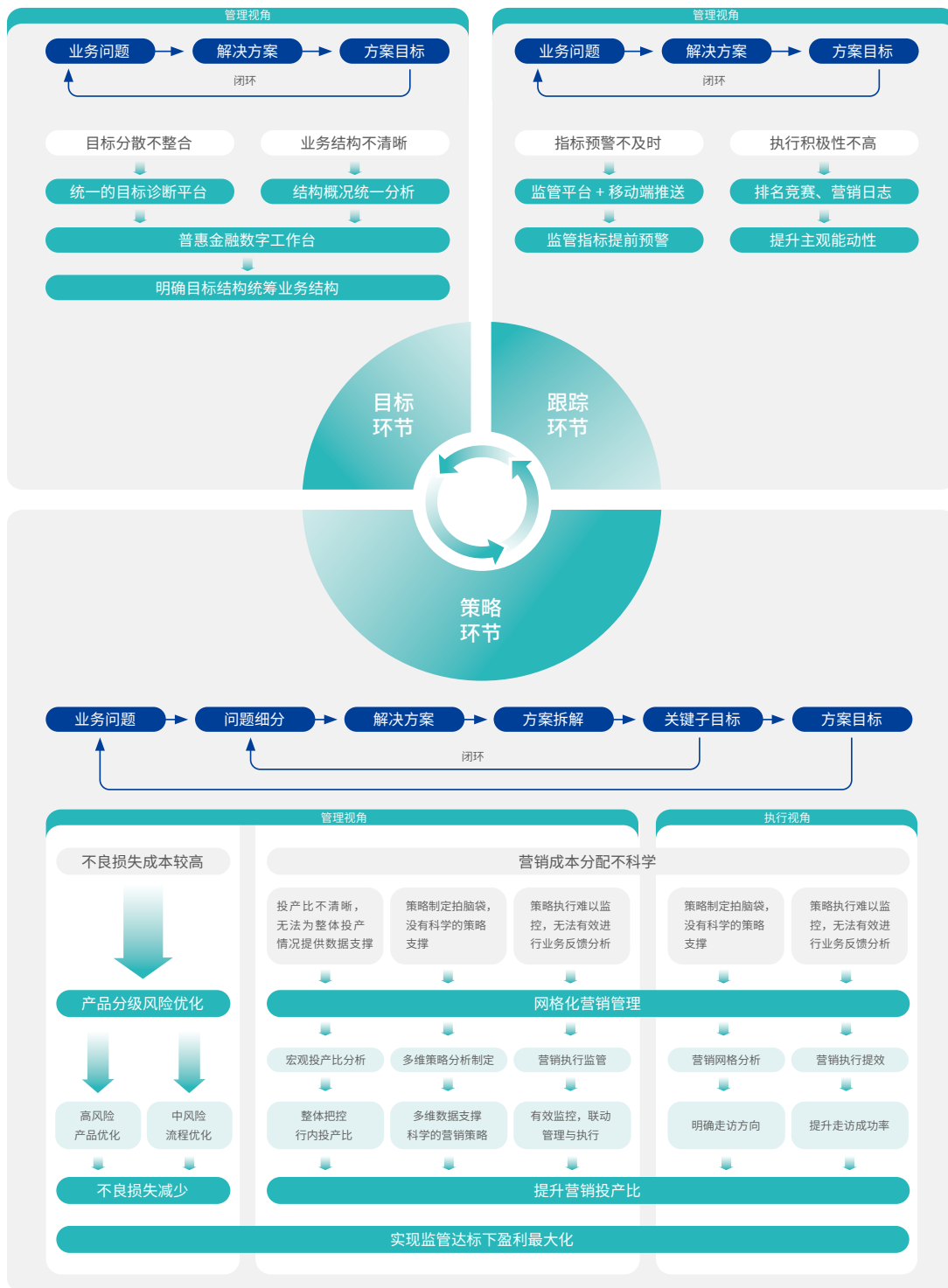
政策导向人群大多是贫困人群、农户人群、创业人群等；此类人群存在信用风险差、或破产风险高等诸多因素，可能造成银行较高的不良成本损失。

营销成本分配不科学

目前银行普惠业务的营销方式大多还是客户经理实地走访营销的方式，可以预见如果没有一个科学的营销策略指导，会造成行内投入产出比很低，造成大量的成本损失。

解决思路

多环节闭环解决方案框架



解决思路

构建两大平台，赋能业务场景

数据分析
应用名称

普惠金融数字工作台

网格化营销平台

分析
功能内容

- 考核目标
- 经营活动
- 普惠概况
- 预警推送
- 风险跟踪

- 宏观分析
- 营销管理
- 竞赛管理
- 客户目标
- 客户搜索

指标内容

- 专项管理

- 贷款营销
 - ↳ 全行规模
 - ↳ 规模
 - ↳ 营销走访
 - ↳ 结构
 - ↳ 渠道
 - ↳ 客户
 - ↳ 钻取支行
- 收单商户
 - ↳ 全行层面
 - ↳ 规模情况
 - ↳ 业务情况
 - ↳ 重点关注
 - ↳ 支行钻取
 - ↳ 已合作
 - ↳ 未合作
- 监督跟进
 - ↳ 贷款投放每日跟进
 - ↳ 审批进度月度跟进

- 绩效考核

- 利润指标
 - ↳ 贷款 FTP 利润

• 规模指标

- ↳ 贷款余额新增
- ↳ 贷款日均金额
- ↳ 贷款户数新增
- ↳ 客户结构
 - ↳ 对私
 - ↳ 对公

• 风险指标

- ↳ 不良率
- ↳ 重点信贷产品不良率

• 政策指标

- ↳ 新增可贷资金用于当地
- ↳ 授信覆盖率
- ↳ 用信覆盖面

- 普惠概况

- 普惠金额 (净增)
 - ↳ 余额
 - ↳ 日均
 - ↳ 趋势分析
- 普惠户数 (净增)
 - ↳ 对私
 - ↳ 对公
 - ↳ 趋势分析
- 结构分析
 - ↳ 普惠贷款占各项贷款比重
 - ↳ 客户结构
 - ↳ 对私贷款
 - ↳ 对公贷款
 - ↳ 延伸
 - ↳ 月度趋势分析
 - ↳ 机构排名 (按照净增排名)
 - ↳ 产品分析

• 风险监控

- ↳ 普惠条线风险监控
 - ↳ 不良余额
 - ↳ 不良率
- ↳ 趋势分析

↳ 重点信贷产品监控

- ↳ 不良余额
- ↳ 不良率
- ↳ 不良排名

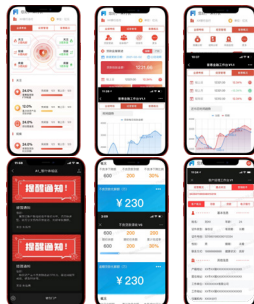
- 执行视角

- 网格信息
 - ↳ 网格基本信息
 - ↳ 地理位置
 - ↳ 所属机构
 - ↳ 片区经理
 - ↳ 覆盖率
 - ↳ 客户覆盖率
 - ↳ 产品覆盖率
- 客户信息
 - ↳ 客户概况
 - ↳ 基本信息
 - ↳ 其他信息
 - ↳ 存款信息
 - ↳ 存款结构
 - ↳ 产品明细
 - ↳ 贷款信息
 - ↳ 贷款结构
 - ↳ 产品明细
 - ↳ 电子银行
 - ↳ 业务名称
 - ↳ 开 X 情况

- 管理视角

- 全行规模
 - ↳ 贷款
 - ↳ 放贷
 - ↳ 放贷金额
 - ↳ 完成率
 - ↳ 完成情况
 - ↳ 放贷笔数
 - ↳ 完成率
 - ↳ 完成情况
 - ↳ 还款
 - ↳ 积累还款金额
 - ↳ 积累还款笔数
 - ↳ 营销走访
 - ↳ 完成率
 - ↳ 完成情况
 - ↳ 结构
 - ↳ 渠道
 - ↳ 线上
 - ↳ 线下
 - ↳ 客户
 - ↳ 对公
 - ↳ 对私
 - ↳ 产品
 - ↳ 金额
 - ↳ 占比
- 地图显示走访客户
 - ↳ 客户名称
 - ↳ 客户类型
 - ↳ 贷款金额
 - ↳ 贷款渠道
 - ↳ 走访时间

看板样式



场景价值

普惠营销的降本增效价值体现



目标清晰, 全员冲劲

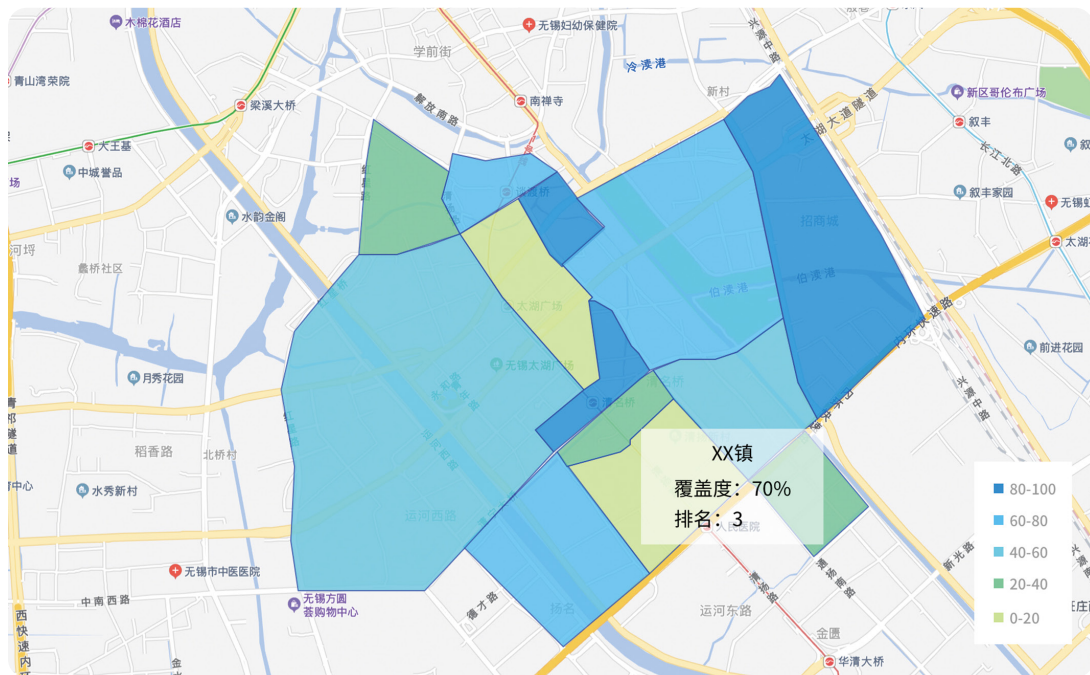
业务目标清晰可视化, 问题诊断及及时化, 数据触达更高效; 全员竞争氛围浓厚, 业绩呈井喷状态, 普惠规模较年初提升 **32%**。

合理控损, 精准营销, 提升投产比

通过贷款产品的风险不良优化, 高风险产品迭代升级一个, 流程优化四个, 不良余额较年初下降 **18.32%**; 营销实现规模提升 32% 的前提下, 走访成本降低 **21.85%**, 极大的提高全员营销的投产比。

实时监控, 自动提醒

移动端推送功能, 让业务人员能够脱离大屏限制, 随时随地接受业务风险情况提醒, 无后顾之忧, 保证全年监管指标**无一未达标**。



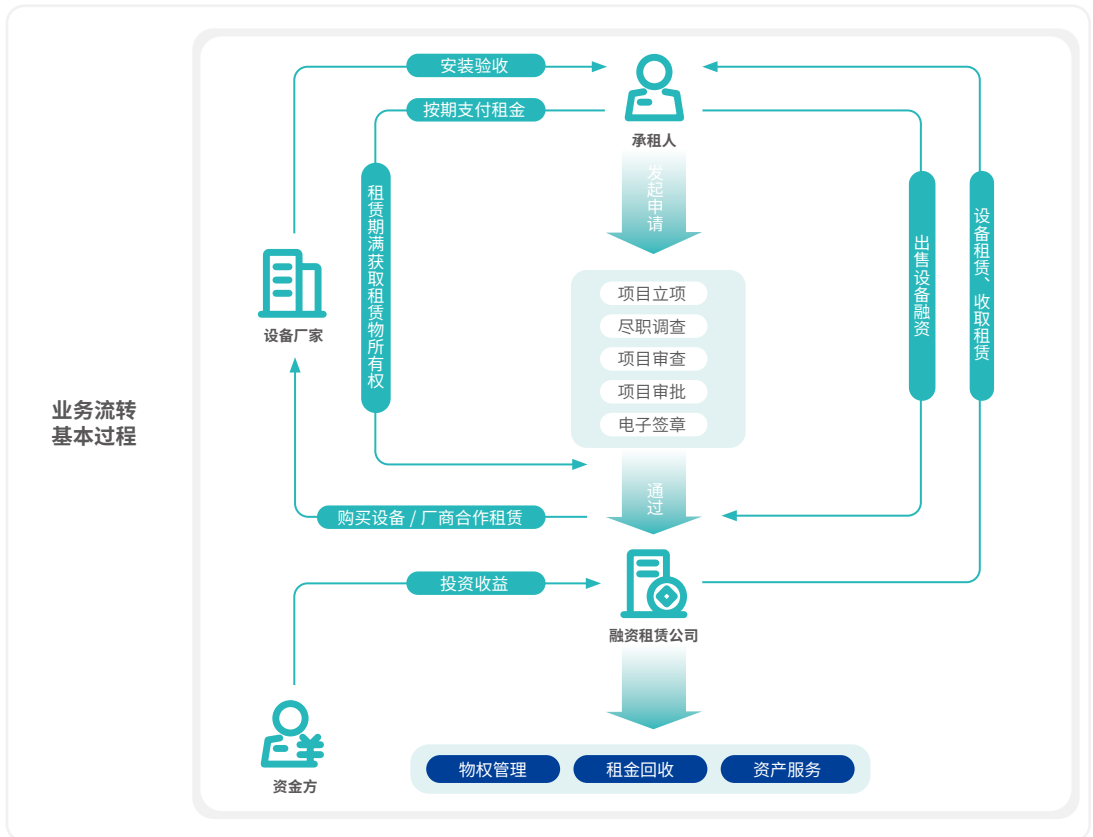
租赁业全面风险管理

作者：李昌斌 | 帆软数据应用研究院金融业专家



租赁业风险管理现状

租赁业风险管理不是一个点或者一段的事情，是一个自始至终全过程的，所以我们在面对资产管理时应该用全面的视角看待问题；整个资产安全管理体系，应该从投前就开始，不是到投后才开始。



关键节点

租前

租中

租后

经营痛点

宏观趋势性分析相对不足，租前投放风控策略单一，前瞻性管理略显缺乏。

缺乏租中整体风险监控，客户关联风险弱，无法有效满足高速发展的业务需要。

租后以静态管理为主，被动问题响应，主动的动态管理略显不足。

租赁业风险管理当前面临问题拆解与策略



Q1 如何进行宏观性趋势分析，实现前瞻性租前风险把控



Q2

如何完善租中客户风险整体把控，提高业务投放效率

业务问题

租中风险视角不完备，客户关联风险较弱，难以满足业务发展需要。

业务目标

完善租中整体风险评估，多视角风险预警监控。

构建租中多维风险管理策略，贯穿公司级、部门级、项目粒度，实现全链路监控。

解决策略

租中风险管理策略

过去

相关客户 / 项目风险数据分散、粗放式管理。风险人员手工整理各项风险日报，风险策略滞后。

VS

现在

风险数据层级监控体系搭建，逾期、不良、集中度、延展期等多视角防范流动性风险。



底层数据支撑

IOT

舆情资讯

财务系统

人力系统

法务系统

核心租赁系统

手工录入

...

Q3

如何提升租后资产管理水平，减少不良资产损失

业务问题

租后以静态管理为主，被动问题响应，主动的动态管理略显不足。

业务目标

加强租后风险预测及资产管理，保障资产质量。

借助合理的**债权管理**、**物权管理**手段进行资产保全、完成租金回收，进而规避资产损失。

解决策略

租后资产管理

过去

管理相对粗放，对租赁债权和租赁物权没有做具体的任务拆解和跟踪。

VS

现在

数据驱动，债权、物权管理动作细化，过程留痕，并及时进行风险预警推送。

租赁债权管理

&

租赁物权管理

过去

债权管理动作单一且不标准，过程管理往往被弱化，造成资源浪费。

VS

现在

债权管理流程线上化，债权管理动作可视化——可跟踪、可追溯。

过去

物权管理缺乏有效路径，一线业务开展依靠个人能力，设备风险管理滞后。

VS

现在

构建总部—>区域物权服务数据监控体系，智能设备预警，区域联动紧密，问题反馈迅速。

底层数据支撑

IOT

舆情资讯

财务系统

人力系统

法务系统

核心租赁系统

手工录入

...

价值总结

从“埋头找数据”到“抬头看策略”

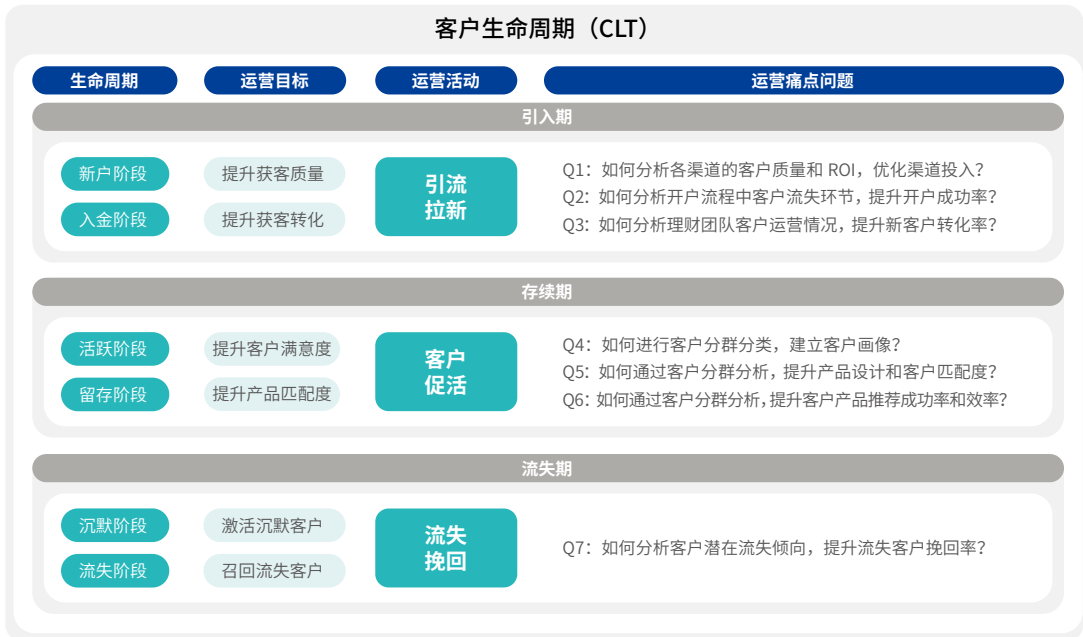


客户全生命周期运营管理

作者：李昌斌 | 帆软数据应用研究院金融业专家

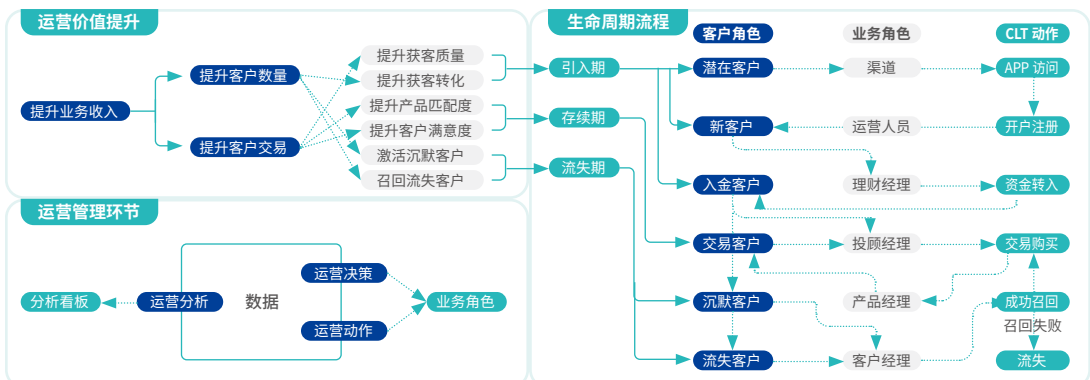


客户生命周期 (CLT) 运营管理痛点



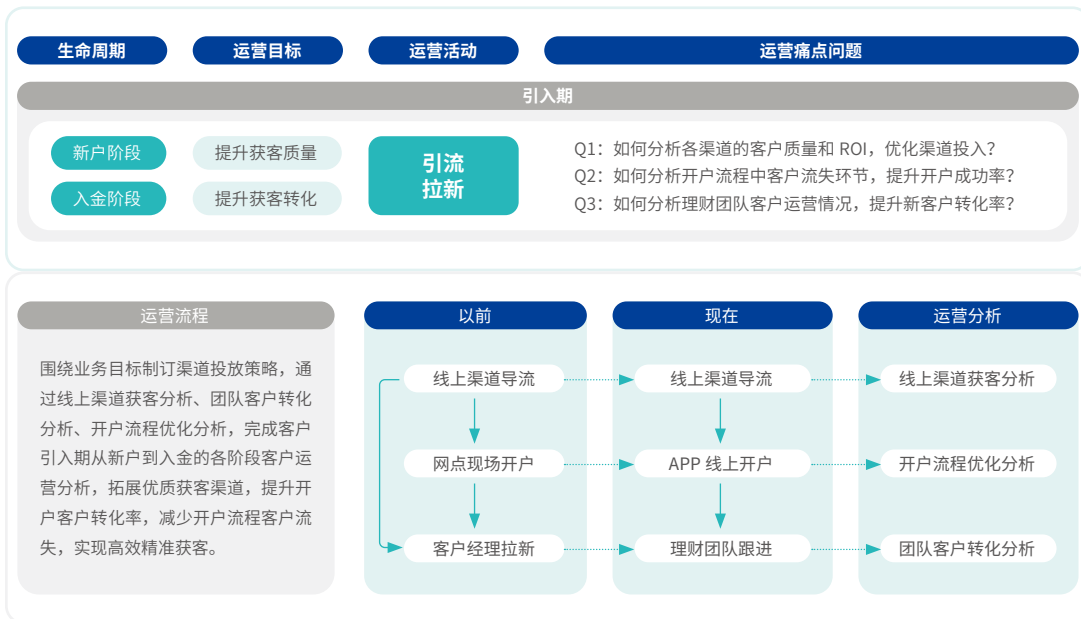
客户生命周期 (CLT) 运营管理痛点

如何在客户的生命周期内提升客户的交易和留存, 从而**提升证券公司收入**是券商客户运营的核心。



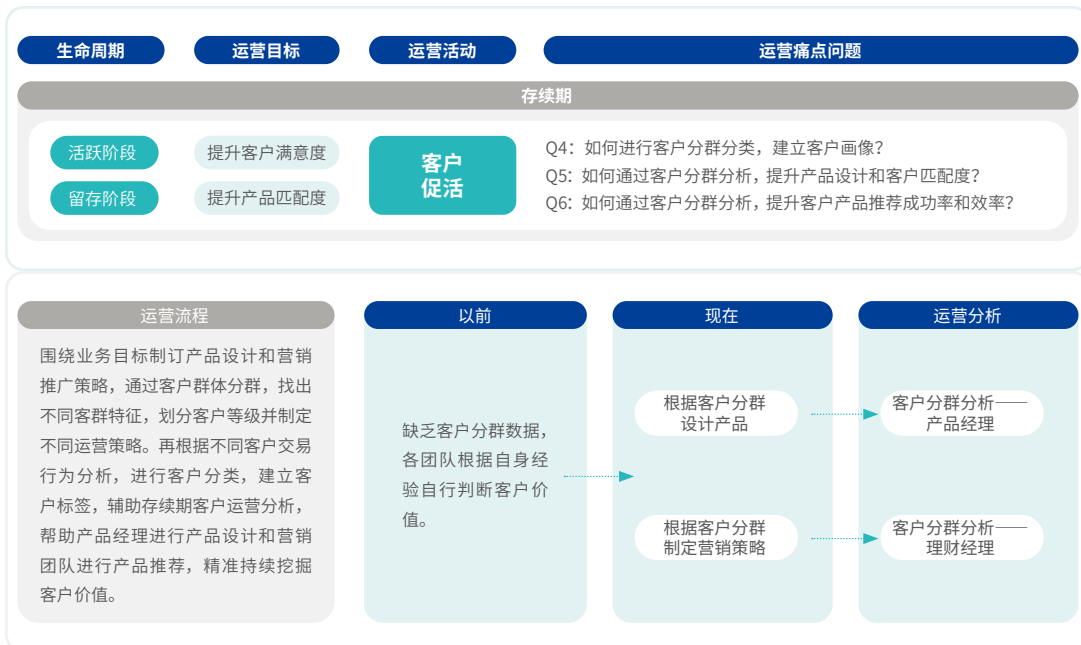
客户引入期

客户引流拉新运营



客户存续期

客户促活运营



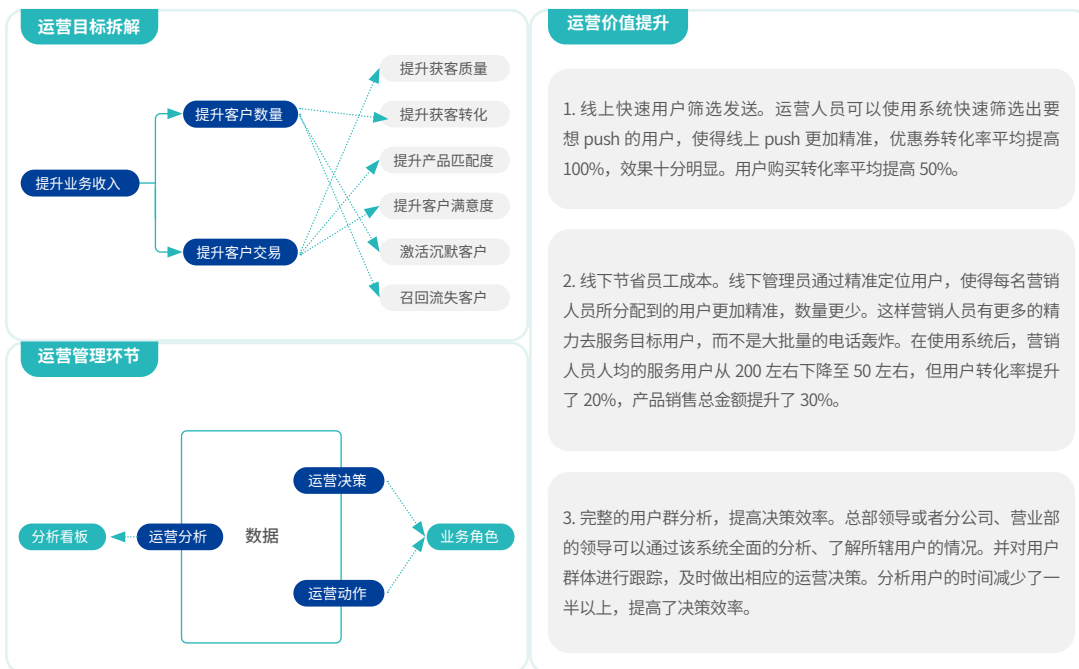
客户流失期

客户流失挽回运营



客户生命周期 (CLT) 运营管理价值总结

如何在客户的生命周期内提升客户的交易和留存, 从而**提升证券公司收入**是券商客户运营的核心。



保单失效管理

作者：王清晨 | 帆软数据应用研究院金融业专家



现状分析

失效管理各级存在的问题

寿险分公司

奖惩机制不完善，有限的行为追踪手段，后期粗放的管理方式，很难监控到中间的过程值，管理层看到的更多是月初的计划目标值和月末的实际达成值。

寿险中支公司

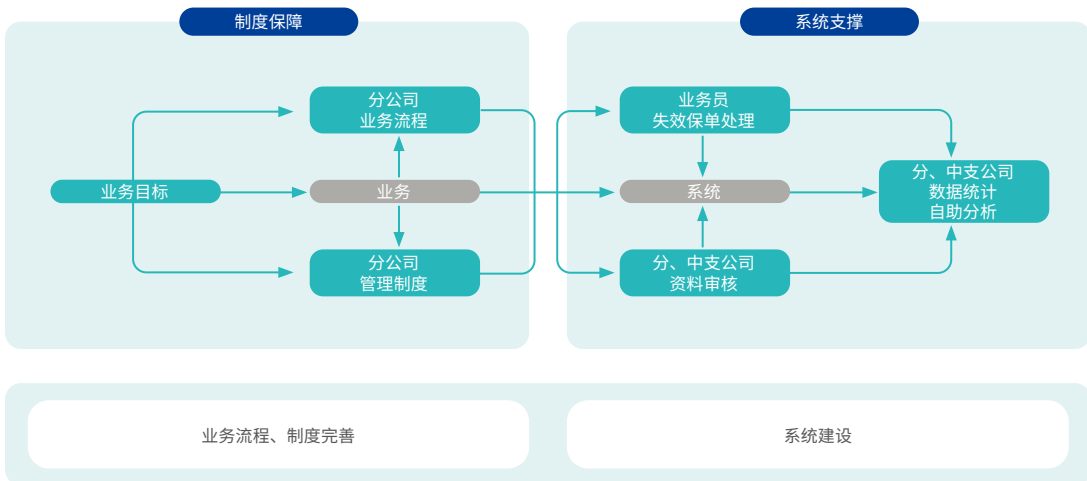
没有很好地起到承上启下的作用。对失效率这个指标的重视程度不够，对业务员的行为追踪也不是很到位，久而久之，失效率这个指标就变成了“靠天吃饭”。

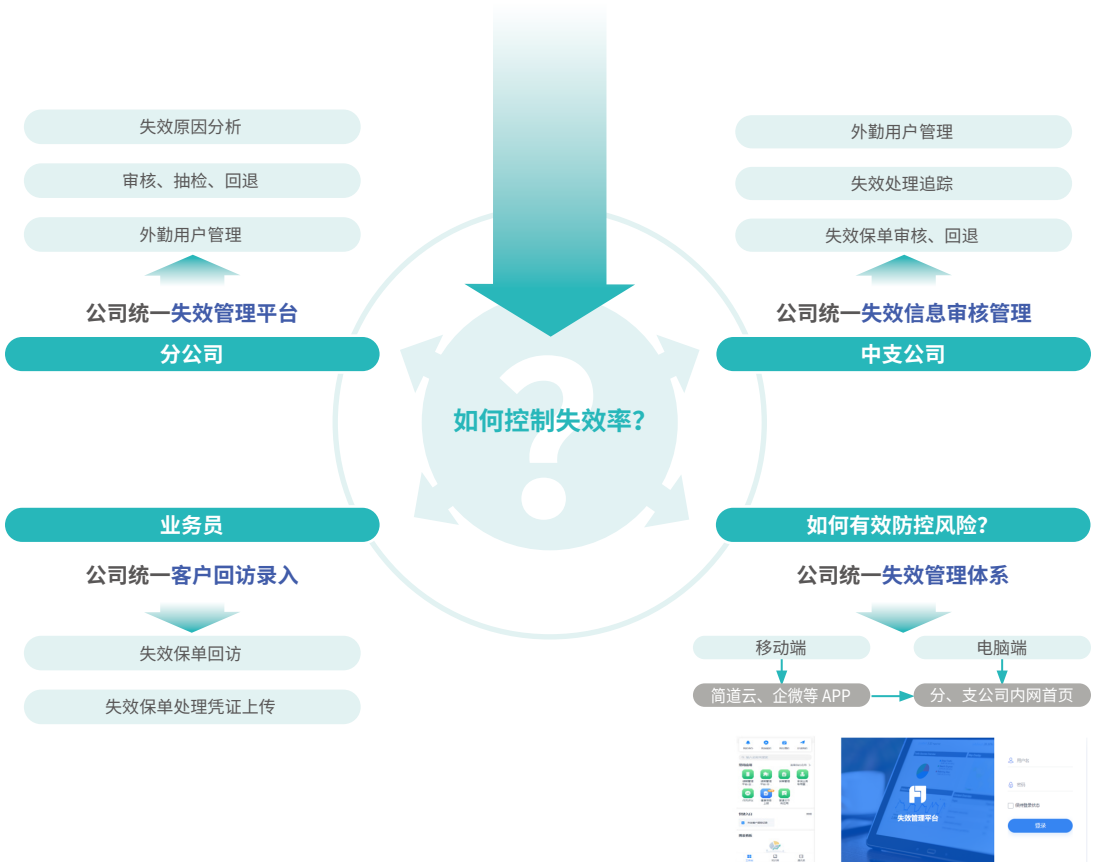
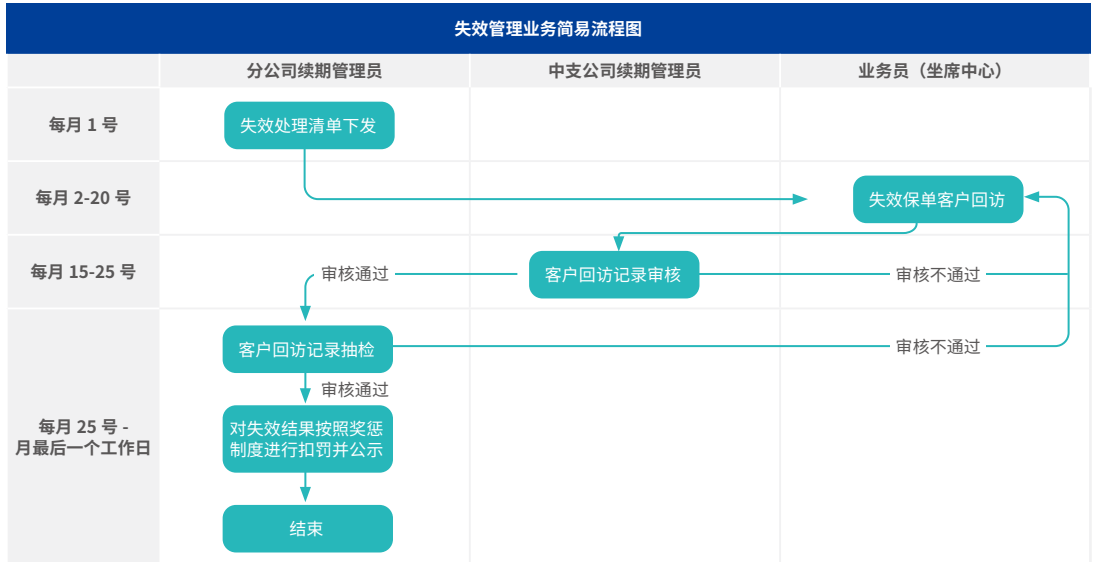
业务员

部分业务员由于既要收取续期保费，又要拓展新单，且续期保费可提取的佣金又少，故而优先级较低。业务员无法随时查看任务完成情况，容易遗忘，故而怠慢了一些续期老客户。

解决思路

制度保障、系统支撑





应用场景

分、中支公司 失效清单处理进度跟踪

动作执行

业务员

中支、分公司

每月 1 号
系统自动分配
失效处理清单

每月 2 号 -20 号
业务员 (坐席中心) 失效
保单处理

每月 15 号 -25 号
中支公司失效回访资料审核

每月 25 号 -30 号
分公司失效回访资料抽查

每月最后一个工作日
分公司对失效结果按照
奖惩制度进行扣罚并公示

管理分析

中支、分公司

回访过程、结果跟踪

业务自助分析

执行力跟踪

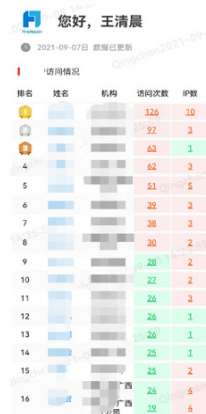
分、中支机构可通过访问日报，了解业务员点击续期相关报表的情况，通过**报表的点击量等过程指标**，了解各个渠道业务员的平台关注情况，从而可间接的体现出业务员的执行力，以便有效的督促续期业务的开展。



了解哪些人在动



具体在关注什么，
完成情况



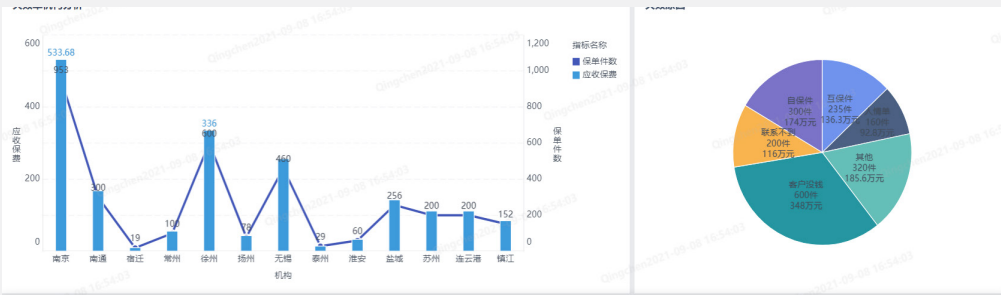
管理分析

回访过程、结果跟踪

业务自助分析

业务自助分析

业务人员通过 FineBI 分析工具随时更新和取用数据，按照机构，失效原因，时间等维度进行灵活分析，例如通过 RFM 分析等方法确定客户的优质情况，优先跟进重要客户。通过这些数据沉淀，给总公司制定续期的整体政策提供信息。



机构	中支机构	件数	件数占比(%)	应收保费	保费占比(%)
南京	建邺区	200	5.87%	112	5.87%
	靖口区	102	2.99%	57.12	2.99%
	玄武区	300	8.81%	168	8.81%
	秦淮区	201	5.90%	112.56	5.90%
	鼓楼区	150	4.40%	84	4.40%
南通		300	8.81%	168	8.81%
宿迁		19	0.56%	10.64	0.56%

业务价值

任务复盘调整更合理

失效管理平台基本实现了失效后的全流程管理，倒逼业务人员在失效前对客户进行续期服务（提供失效确认书或服务质量评价表），使**失效管理可追踪，可量化，失效保单处理率可达99%**。

风险管控闭环

构建公司失效问题长效管控机制，强化系统预警、监测、定位问题能力，对存在严重“虚假”问题的机构、团队和个人实施精准打击，实现风险管控闭环

业务问题自助分析

以问题为导向，面向全司各级机构用户，能够以直观快速的方式，了解业务品质和失效原因，支持层层下钻，数据地图和探索性分析。

市场营销活动管理

作者：王清晨 | 帆软数据应用研究院金融业专家



行业现状

“一个产品，一套话术”的展业模式无法满足客户的需求

未来 2-3 年，提升销售产能将是各大寿险公司必须要关注的重点，原有的人海战术和粗放的管理模式必须得到改变

外部政策严格要求、客户特征不断变化

监管部门要求平衡发展节奏

银保监会发布《关于加强规范管理促进人身保险公司年度业务平稳发展的通知》，强调各险企应合理规划全年发展任务，平衡业务发展节奏。

覆盖低于更广阔

一线与非一线客群消费理念与方式大相径庭

投保人群年龄结构的不断优化和年轻化

客户的保险认知在逐渐加深、保险消费习惯逐渐成熟，“开门红”惯用的销售套路亦很难影响到他们

传统粗放、单一的代理人模式无法满足客户需求

产品同质化

产品高度同质化，缺乏客户视角产品打造，难以匹配各类客群日益多元的产品需求

行业人力发展明显放缓

要摒弃人海战术和片面追求规模和业绩、以高费用换取短期业务发展的经营思路，转而聚焦提质增效

展业模式单一、粗放

以缘故销售为主，管理层主要抓业绩，营销员缺乏针对客户需求进行奥张规划的展业理念

业务痛点分析

无有力抓手、人员留存难、激励效果差

管理粗放，无有力业绩抓手

1. 对于管理层来说，一线的 IT 人员和业务人员要负责各机构数据的统计和处理，但也难以避免数据滞后；
2. 寿险开门红营销落实到代理人个体上就叫做“三电一面”：上级主管或营销辅导管理人员对代理人每天见上一面（早夕会），每天通过电话、微信等手段完成三次追踪（中午、傍晚、晚上）沟通来掌握代理人每天的拜访情况。

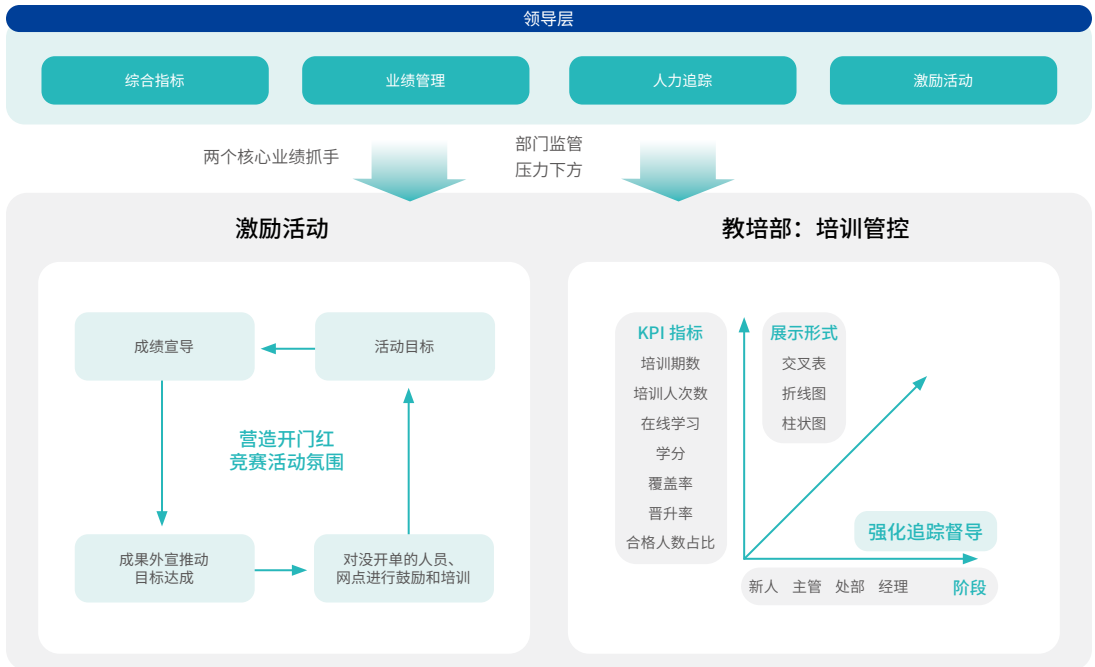
公司教培跟踪难、人员留存难

寿险公司在年前大量招聘新人，为次年的开门红累计大量人力，往往是放养的形式，各式各样的培训管理不严格，不规范。产出有限，培训效果不明显，导致新人的留存率普遍较低，产能较低，保险公司只得再大量招人，形成恶性循环。

各式各样的激励活动，“我”在什么位置？

销售激励活动都需要根据市场部下发的规则人工计算。只有到活动结束后，各分、支公司才能得知排名及获奖情况，工作成果的延迟展现不利于激励活动的进行，无法形成比拼赶超的氛围，无法最大化的带来效益。

解决思路



应用场景

银保业务实时业绩追踪，数据早知道，预警网点异常

保险分支机构

严格监督各个分支机构开展业务，督促各个机构调整方案，提高自身合作网点的出单网点率对**网点异常情况及时处理解决**

合作银行渠道

固化现有的，开拓空白的，抢占对手的。**问题及时传递**到银保渠道经理。提高网点利用率，提升网均产能

理财经理排行

对于**能力很强**的理财经理，保险渠道经理每周走访维护关系。让他及时了解公司最新动态，通过他了解同业最新动态。

对于**业绩较差**的理财经理，要通过**自身活动量**来带动银行网点人员的**出单热情**，并加强培训力度



应用场景

银保业务 12 月份人力发展情况跟踪



场景价值

强化公司管理，数据先人一步

1. 对于管理层来说，保障数据的信度、效度，数据预警及时下达，安排责任人员处理；
2. 寿险开门红营销落实到代理人个体上协助渠道经理等角色，直接定位代理人或者网点的出单情况，避免了每个人的“三电一面”动作，将时间安排在核心需要提高的部分，提高自身效率。

端到端跟踪，强化人员学习追踪督导

从原有一个个培训节点，串成线，不仅只关注结果值，也通过过程量来提高课程质量，督促销售人员的学习进度，提高销售人员的专业度，提高新人的留存率，进而为活动率、销售额提供帮助

各式各样的激励活动，“认识你自己”

让数据动起来，在开幕会和重要节点上，通过炫酷的效果和激励荣誉，提高全员的活动热情，让分支机构、销售人员实时了解自身所在的位置，力争上游

帆软大金融事业部标杆客户

Fanruan Pacesetter Customer



上述仅为部分行业客户，且排名不分先后



上述仅为部分行业客户，且排名不分先后

扫码咨询场景方案



联系我们 CONTACT US

总 部 / 江苏省无锡市 锡山区 丹山路66号 尧矿信达大厦2/3/4/5层

运营中心 / 南京市玄武区卫岗街道童卫路5号南理工科技创新园4号楼4层

官方网站 / www.fanruan.com