

数字化转型下商业银行个人信贷业务客户满意度影响因素分析

——以X银行分行为例

翟钰铜

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年4月14日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年6月6日

摘 要

在全球经济一体化背景下, 金融数字化转型成为不可逆转的趋势。商业银行在这一进程中既迎来了前所未有的机遇, 也面临着诸多挑战。个人信贷业务作为商业银行的核心业务之一, 对银行的竞争力和市场份额具有至关重要的影响。在银行个人信贷业务发展过程中, 深入了解客户需求, 从客户角度研发新产品有利于商业银行提高竞争力。基于此, 本研究针对X银行某分行客户群体, 在充分调研和分析的基础上, 深入探讨数字化转型背景下影响个人信贷业务的诸多因素, 旨在为商业银行的转型升级和提升核心竞争力提供有益的参考和借鉴。

关键词

数字化转型, 商业银行, 个人信贷业务, 客户满意度

Analysis of Factors Influencing Customer Satisfaction in Personal Credit Business of Commercial Banks under Digital Transformation

—Taking the Branch of Bank X as an Example

Yutong Zhai

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Apr. 14th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: Jun. 6th, 2025

Abstract

In the context of global economic integration, the digital transformation of finance has become an irreversible trend. Commercial banks have encountered unprecedented opportunities as well as numerous challenges in this process. As one of the core businesses of commercial banks, personal credit business has a crucial impact on the bank's competitiveness and market share. In the development process of personal credit business in banks, in-depth understanding of customer needs and developing new products from the customer's perspective is beneficial for commercial banks to enhance their competitiveness. Based on this, this study focuses on the customer group of a branch of Bank X. Based on sufficient research and analysis, it deeply explores the many factors that affect personal credit business under the background of digital transformation, aiming to provide useful references and guidance for the transformation and upgrading of commercial banks and the enhancement of their core competitiveness.

Keywords

Digital Transformation, Commercial Banks, Personal Credit Business, Customer Satisfaction

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在当前全球经济一体化的大背景下，金融行业的数字化转型已成为不可逆转的趋势。作为金融行业的重要组成部分，商业银行正面临着前所未有的机遇与挑战。个人信贷业务，作为商业银行的重要利润来源之一，其发展模式与效率直接关系到银行的竞争力与市场份额。随着科技的飞速发展，特别是大数据、云计算、人工智能等先进技术的广泛应用，商业银行的个人信贷业务正经历着深刻的变革。这些新兴技术的应用不仅提升了业务处理的效率与准确性，也为商业银行提供了更为丰富、精准的客户画像，从而有助于银行更好地把握市场需求，优化产品设计，提升服务质量。商业银行的客户满意度受环境、服务、服务人员素质等的影响较大。本文通过对 X 银行分行的客户群体进行调查，从客户的角度深入探讨数字化转型背景下商业银行个人信贷业务发展的影响因素，对于推动商业银行转型升级，提升核心竞争力具有重要意义。

2. 相关理论概述

2.1. 数字化转型理论

数字化转型是以数字技术为核心驱动力，重构企业战略、业务模式、组织架构和运营流程的系统性变革过程。该理论强调，企业需打破传统运营边界，深度融合云计算、大数据、人工智能、物联网等数字技术，实现数据价值的挖掘与利用，进而提升效率、创新产品服务、增强核心竞争力[1]。

从驱动因素看，市场需求变化是重要诱因，消费者对便捷、个性化服务的追求，倒逼企业转型；技术创新则提供了实现转型的工具与手段[2]；此外，激烈的市场竞争也促使企业通过数字化转型抢占先机。

在实践路径上，数字化转型首先需要企业树立数字化思维，从战略层面进行规划。其次，搭建数字化基础设施，整合内外部数据资源，构建数据中台[3]。再者，基于数据驱动优化业务流程，实现智能化

决策,如商业银行在个人信贷业务中利用大数据分析评估客户信用风险。最后,重塑组织文化,培养数字化人才,以适应转型后的业务需求,推动企业在数字经济时代持续发展。

2.2. 商业银行个人信贷业务客户满意度影响因素

商业银行个人信贷业务客户满意度受多方面因素影响。在服务流程方面,贷款申请、审批与发放环节的效率和便捷性至关重要。繁琐的手续、漫长的等待时间,会让客户产生不满情绪;反之,简化流程、快速响应,能极大提升客户体验。信贷产品本身也是关键因素[4]。产品的多样性、灵活性和适配性影响客户满意度。若产品无法满足客户个性化需求,如贷款期限、额度、还款方式等缺乏弹性,客户可能转向其他金融机构。同时,合理的贷款利率、较低的手续费等价格因素,也会左右客户对信贷产品的认可程度[5]。服务人员的专业素养和服务态度不容忽视。业务人员专业知识扎实、解答清晰,能增强客户信任感;热情、耐心的服务态度,能让客户感受到尊重,提升服务感知[6]。此外,售后服务的质量,如还款提醒、问题处理的及时性等,同样影响客户满意度。良好的售后服务可增强客户黏性,反之则可能导致客户流失。

3. X 银行分行个人信贷业务发展现状

3.1. X 银行分行简介

X 银行分行是中国 X 银行在淄博地区设立的分支机构,依托总行强大的品牌优势和资源支持,多年来在淄博金融市场占据重要地位。分行积极响应国家政策,不断推进业务创新和数字化转型,致力于为当地个人和企业客户提供优质金融服务。

3.2. 个人信贷业务发展情况

近年来,X 银行分行个人信贷业务规模持续增长。通过线上线下相结合的业务模式,推出了多样化的个人信贷产品,如个人住房贷款、个人消费贷款、个人经营贷款等。在数字化转型方面,分行不断优化线上信贷平台,提升客户自助办理业务的便捷性,同时加强大数据分析在客户信用评估和风险控制中的应用。但随着市场竞争加剧和客户需求升级,分行在客户满意度方面仍面临一定挑战。

在产品布局上,已形成丰富多元的产品体系。个人住房贷款是传统优势项目,截至 2024 年末,当年累发个人住房贷款 5.64 亿元,较年初净增 2.9 亿元。面对市场发展契机,分行准确把握市场和同业动态,积极宣传按揭贷款政策,为业务发展奠定良好基础。

在消费信贷方面,推出个人信用贷款(工银融 e 借),最高额度可达 500 万,贷款期限最长 7 年,还款方式多样,涵盖等额本息、等额本金、按期付息一次性还本等。通过线上“工银 e 生活”APP、手机银行、网上银行,以及线下营业网点柜面智能终端机等多渠道服务客户,满足个人合法合规的消费用途需求,如装修、教育、医疗等,为居民生活品质提升提供金融支持。

针对个人创业与经营,分行不断创新产品与服务模式。为助力小微企业及个体工商户发展,2024 年发放小微企业贷款 127 亿元,累计支持超 7900 户小微企业主、个体工商户。其中,新一代经营快贷采用全程电子化操作,优化线下流程,提升贷款可获得性。此外,结合地方特色产业,创新推出“淄味贷”,助力美食行业及上下游产业发展,满足特色美食商户便捷用款需求,信用贷款最高 300 万元、抵押贷款最高 500 万元,期限最长 1 年且随借随还¹。在特殊群体服务上,推出“退役军人创业乐业贷款”,根据退役军人军功荣誉表彰等信息,在客户准入、贷款额度和期限等方面予以倾斜,开辟绿色通道,缩短审批时间,提升服务效能,为退役军人创业就业提供金融支持。

¹数据来源于淄博市银行业协会官网: <https://www.zbbanker.com/huiyuan/show-7031.html>。

4. 数字化转型下 X 银行分行个人信贷业务客户满意度影响因素分析

4.1. 产品因素

X 银行分行推出了多种个人信贷产品，但在满足客户个性化需求方面仍存在不足。部分客户反映，现有的产品类型无法完全匹配其特定的资金用途和还款能力，例如一些新兴消费领域的信贷需求难以得到满足。利率是客户选择信贷产品的重要考量因素。与其他商业银行和互联网金融平台相比，X 银行分行部分个人信贷产品的利率缺乏竞争力，导致客户满意度受到影响。产品的还款方式、贷款期限等灵活性不足。一些客户表示，固定的还款方式和贷款期限无法适应其收入波动情况，给还款带来一定压力。

4.2. 服务因素

客户经理作为与客户直接接触的人员，其专业素养和服务态度对客户满意度至关重要。部分客户经理在业务介绍过程中不够耐心细致，对客户的疑问解答不够准确及时，影响了客户对业务的理解和信任。尽管 X 银行分行推进了数字化转型，但在个人信贷业务办理流程中仍存在环节繁琐、审批时间较长的问题。客户需要提交大量资料，且审批过程不透明，导致客户等待时间过长，满意度下降。在贷款发放后，分行对客户的跟踪服务不足。客户在还款过程中遇到问题时，难以得到及时有效的帮助，缺乏对客户的关怀和支持。

4.3. 技术因素

线上信贷平台是数字化转型的重要成果，但 X 银行分行的线上平台存在操作界面不够简洁友好、功能不够完善的问题。部分客户反映，在进行贷款申请、还款等操作时，容易出现卡顿、报错等情况，影响了业务办理的流畅性。随着数字化业务的发展，客户对信息安全的关注度日益提高。虽然分行采取了一系列安全措施，但仍有客户担心个人信息泄露和资金安全问题，这在一定程度上降低了客户对线上信贷业务的信任度。在客户需求分析和精准营销方面，分行对大数据分析的应用还不够深入。未能充分利用客户数据挖掘潜在需求，提供个性化的产品推荐和服务，导致客户体验不够精准和贴心。

4.4. 其他因素

淄博地区金融市场竞争激烈，除了传统商业银行外，互联网金融平台也不断涌入个人信贷市场。这些竞争对手凭借灵活的产品设计、便捷的服务和较低的利率，吸引了大量客户，给 X 银行分行带来较大竞争压力，影响了客户满意度。不同客户的金融知识水平、风险偏好和消费习惯存在差异。部分客户对个人信贷业务的理解不够深入，容易产生误解和不满。同时，一些客户对服务质量的期望过高，也会导致实际体验与期望之间的差距，影响满意度。

5. 提升 X 银行分行个人信贷业务客户满意度的策略

5.1. 优化服务流程，提高办理效率

X 银行分行应进一步简化个人信贷业务申请流程，减少不必要的材料提交。例如，对于部分信用良好、有稳定收入的老客户，可适当精简收入证明、资产证明等材料的重复提交环节。利用金融科技，构建线上预审系统，客户在线提交基础信息后，系统自动进行初步资格审核，快速反馈是否符合基本贷款条件，减少客户等待时间。在审批环节，引入智能化审批工具，通过大数据分析客户的信用状况、还款能力等数据，实现部分低风险贷款的自动化审批。同时，明确各环节的处理时限，向客户公开承诺贷款审批和发放的时间节点，如个人信用贷款在资料齐全后 3 个工作日内完成审批，5 个工作日内完成放款，提升客户对业务办理效率的感知。

5.2. 升级产品体系，满足多元需求

基于现有丰富的信贷产品，X 银行分行需进一步细分客户群体，推出更具针对性的产品。针对年轻消费群体，可设计小额、灵活、分期还款方式多样的消费信贷产品，如推出“青春消费贷”，支持线上申请，还款期限可灵活选择 3~36 期，以满足其数码产品购买、旅游等消费需求。对于创业群体，除现有的“退役军人创业乐业贷款”，可拓展“青年创业贷”，降低创业初期的融资门槛，提供更优惠的利率和更宽松的还款政策。此外，加强与房地产企业、汽车经销商等合作，创新住房和汽车贷款产品，如推出“购房补贴贷”，对首次购房的客户给予一定的利息补贴“汽车置换贷”，为客户置换新车提供低息贷款，提升产品的市场吸引力。

5.3. 强化人员管理，提升服务质量

定期组织员工参加专业培训，培训内容涵盖个人信贷业务知识、沟通技巧、客户心理等方面。邀请行业专家分享最新的信贷政策和市场动态，提升员工的专业素养和业务能力。建立科学合理的绩效考核机制，将客户满意度纳入员工考核指标体系，占比不低于 30%。对于客户满意度高的员工给予物质奖励和晋升机会，对客户投诉较多的员工进行针对性培训和处罚。同时，鼓励员工主动服务客户，为客户提供个性化的信贷方案建议，在客户咨询贷款业务时，不仅解答疑问，还能根据客户的实际情况，推荐最合适的信贷产品和还款方式，增强客户的信任感和认同感。

5.4. 完善售后服务，增强客户粘性

建立完善的客户回访机制，在客户获得贷款后的 1 周内进行首次回访，了解客户对贷款流程、服务态度的满意度，收集客户的意见和建议。之后，根据贷款期限和客户需求，定期进行回访，如每季度回访一次，及时掌握客户的还款情况和资金使用情况，主动为客户解决还款过程中遇到的问题。同时，为客户提供增值服务，如定期发送金融知识科普信息，包括理财规划、信用维护等内容；为优质客户提供免费的财务咨询服务，帮助客户合理规划资金，提升客户对银行的忠诚度。此外，对于即将到期的贷款，提前通过短信、电话等方式进行还款提醒，避免客户因遗忘而产生逾期，影响信用记录，以贴心的服务增强客户粘性。

5.5. 加强品牌建设，提升市场口碑

利用线上线下多种渠道加强品牌宣传。线上通过微信公众号、抖音、微博等社交媒体平台，发布个人信贷产品介绍、成功案例分享、优惠活动信息等内容，吸引客户关注。线下在营业网点设置专门的信贷业务展示区，通过海报、宣传册、视频等形式展示产品优势和服务特色。同时，积极参与社会公益活动，如开展金融知识进社区、进校园活动，为居民和学生普及信贷知识，防范金融诈骗，树立良好的企业形象。此外，鼓励客户进行口碑传播，对于推荐新客户成功办理信贷业务的老客户，给予一定的奖励，如积分兑换、利率优惠等，通过客户之间的口口相传，提升 X 银行分行个人信贷业务的市场口碑和品牌影响力。

通过以上策略的实施，X 银行分行有望全面提升个人信贷业务的客户满意度，在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现个人信贷业务的高质量发展。

6. 结论

在数字化转型背景下，X 银行分行个人信贷业务客户满意度受到产品、服务、技术等多方面因素的影响。通过对这些影响因素的深入分析，本文提出了相应的提升策略。商业银行应不断优化产品设计，

提升服务质量,强化技术应用,积极应对市场竞争,关注客户需求,从而提高个人信贷业务客户满意度,在激烈的市场竞争中实现可持续发展。未来,随着数字化技术的不断发展和客户需求的持续变化,商业银行还需持续关注客户满意度影响因素的动态变化,不断调整和完善提升策略,以适应市场发展的新要求。

参考文献

- [1] 李睿,张露平,王欢,等.政策不确定性与企业数字化转型:理论与实证分析[J].管理科学学报,2025,28(2):31-49.
- [2] 邢磊.公共文化机构数字化转型:理论意蕴、内在逻辑与实现机制[J].图书馆学研究,2025(1):18-26.
- [3] 吴江,陈婷,龚艺巍,等.企业数字化转型理论框架和研究展望[J].管理学报,2021,18(12):1871-1880.
- [4] 薛义惠.ZX银行DF支行零售业务客户满意度影响因素研究[D]:[硕士学位论文].长春:吉林大学,2023.
- [5] 吴聪.农行个人掌上银行客户满意度影响因素及应对策略分析——基于深圳客户群[D]:[硕士学位论文].厦门:厦门大学,2022.
- [6] 林鸿熙,吕庆华,许巧燕.商业银行信用卡业务客户满意度影响因素实证研究[J].河南牧业经济学院学报,2021,34(4):24-30.