

大数据背景下证券公司客户关系管理优化研究

杨典

上海东方证券资产管理有限公司

DOI:10.12238/ej.v8i1.2214

[摘要] 在大数据背景下,证券公司客户关系管理面临新的挑战与机遇。客户关系管理(CRM)作为证券公司战略的核心,对于提升客户满意度、增强客户忠诚度及促进业务增长具有重要意义。然而,当前证券公司在客户关系管理方面存在多重挑战,包括“信息孤岛”现象、客户画像构建不足、营销策略泛化以及风险管理滞后等问题。为解决这些问题,证券公司需充分利用大数据技术,通过客户行为数据分析、精准营销策略制定以及风险管理与合规性监控等方面的应用,优化客户关系管理。同时,证券公司还需在组织架构与流程、技术平台以及人才培养与团队建设等方面进行全面优化与升级,以提升客户关系管理的效率和质量,保持市场竞争优势,实现可持续发展。

[关键词] 大数据; 证券公司; 客户关系管理

中图分类号: N37 **文献标识码:** A

Research on the optimization of customer relationship management of securities companies under the background of big data

Dian Yang

Shanghai Orient Securities Asset Management Co., Ltd.

[Abstract] Under the background of big data, the customer relationship management of securities companies is facing new challenges and opportunities. As the core of the securities company's strategy, customer relationship management (CRM) is of great significance for improving customer satisfaction, enhancing customer loyalty and promoting business growth. However, the current securities companies have multiple challenges in customer relationship management, including the phenomenon of "information island", insufficient construction of customer portrait, generalization of marketing strategy and lagging risk management. In order to solve these problems, securities companies need to make full use of big data technology to optimize customer relationship management through the application of customer behavior data analysis, precision marketing strategy formulation, risk management and compliance monitoring. At the same time, securities companies also need to comprehensively optimize and upgrade in terms of organizational structure and process, technology platform, talent training and team building, so as to improve the efficiency and quality of customer relationship management, maintain market competitive advantage, and achieve sustainable development.

[Key words] big data; securities company; customer relationship management

在大数据时代,数据成为企业宝贵资产。对于证券公司而言,有效利用大数据优化客户关系管理,提升客户满意度和忠诚度,促进业务增长,是核心挑战。客户关系管理作为证券公司战略的核心,面临多重挑战,亟需应用大数据技术并全面优化策略来应对。本研究旨在探讨大数据背景下证券公司客户关系管理的优化路径,为证券公司提供参考。

1 客户关系管理在证券公司的重要性

CRM作为以客户为中心的战略,在证券公司中作用显著,关乎日常运营与长期发展。其首要目标是提升客户满意度,

通过精细化客户画像和个性化服务,定制化投资策略等,增加客户信任和满意度^[1]。CRM还致力于增强客户忠诚度,通过持续跟踪客户互动与行为,实施差异化服务策略,加深客户与公司情感联结。在促进业务增长方面,CRM使证券公司能精准营销,提高交叉和向上销售成功率,助力产品创新和服务优化。在当前市场环境下,CRM对证券公司构建竞争优势至关重要,是提升服务质量和效率的战略资产,助其脱颖而出,实现可持续发展。

2 当前证券公司客户关系管理面临的问题

当前，证券公司在客户关系管理方面面临多重挑战。如下表所示：

表1 当前证券公司客户关系管理面临的问题

问题	具体描述	影响
数据收集和分析手段缺乏	证券公司缺乏有效的数据收集渠道和分析工具，导致客户数据不完整或质量不高。	客户画像构建不准确，无法全面反映客户需求和偏好，影响个性化服务的提供。
客户画像笼统或片面	由于数据不足或分析方法不当，构建的客户画像过于简单或只反映了客户的部分特征。	难以准确理解客户需求，导致服务和产品推荐不够精准，影响客户满意度和忠诚度。
难以提供个性化服务	客户画像的不完善导致证券公司无法根据客户的具体需求和偏好提供定制化的服务。	客户满意度下降，可能导致客户流失，同时影响公司的市场竞争力和品牌形象。

3 大数据在证券公司客户关系管理中的应用

3.1 客户行为数据分析

证券公司在客户行为数据分析领域的首要任务，是通过多元化渠道全面收集客户数据，包括交易记录、在线浏览行为及社交媒体互动等多维度信息。交易记录直接反映客户的投资偏好和交易习惯，浏览行为揭示客户的兴趣点和关注点，而社交媒体数据则间接反映客户的情绪、市场态度和投资价值观。收集到海量且多维度的客户数据后，数据预处理工作变得尤为重要，包括数据清洗、去重、标准化等操作，旨在提高数据质量和可用性（如图1）。经过预处理，证券公司能显著提升客户数据质量，为后续分析奠定坚实基础。在整理好客户数据的基础上，证券公司需利用大数据技术和机器学习算法深入分析客户行为模式，挖掘客户的购买偏好、投资习惯及风险承受能力等关键信息。这些分析结果为证券公司制定个性化营销策略和风险管理策略提供了有力支持，使其能更精准地推送符合客户需求的证券产品，提高营销效果和客户满意度，同时降低投资风险并提高整体业务效益^[2]。

3.2 精准营销策略制定

在证券行业，基于大数据的客户细分是制定差异化营销策略的关键。证券公司利用大数据技术，从多维度的客户数据中提取有价值的信息，进行精细化的客户细分。细分维度包括客户价值、行为特征和需求等，通过评估客户的投资规模、交易频率、收益等，将客户划分为不同价值群体；追踪和分析客户的交易行为、浏览行为及社交媒体互动，揭示其行为特征和偏好；深入挖掘客户的投资需求、风险偏好及市场关注点，划分不同的需求群体^[3]。客户细分有助于证券公司深入了解不同客户群体特征和需求，制定个性化营销策略，提升营销效果和满意度，增强竞争力和业务效益。在个性化营销方案上，证券公司基于细分和个体特征，设计个性化方案，包括推荐系统和定制化投资组合，以满

足客户需求，提高投资回报率和满意度。

3.3 风险管理与合规性监控

在证券行业，风险管理与合规性监控至关重要。大数据技术在此发挥着日益重要的作用，显著提升了证券公司的风险管理能力和合规性水平。在市场风险管理方面，大数据技术通过实时收集和分析市场动态数据，为证券公司提供了全面的市场监控能力，使其能够更准确地预测股票价格波动，优化资产配置，有效对冲市场风险。在信用风险管理上，大数据技术助力证券公司在信用风险管理上构建精细模型，全面评估客户信用，实时监测风险；在流动性风险管理上预测资本需求，制定策略，保持资金充足；在合规性监控上提供新工具，及时发现违规，提高合规水平，降低风险。

4 大数据背景下客户关系管理策略的优化路径

4.1 组织架构与流程的优化

大数据时代，证券公司面临客户数据处理与分析的挑战。为应对此挑战并挖掘数据价值，构建跨部门协同机制至关重要。该机制旨在打破信息壁垒，促进数据共享与高效利用，提升客户关系管理效率与质量。构建过程中，需明确数据治理架构，界定各部门角色与职责，确保数据的准确性、一致性与安全性。同时，设立数据管理委员会或数据中心，负责协调数据共享、整合与应用，推动数据驱动决策的文化形成，并采用数据目录、数据质量监控系统等工具实现有效数据管理和治理。为实现数据高效流通与价值最大化，证券公司需构建跨部门数据共享平台，采用统一的数据标准和格式，如REST API、CDM等，确保数据无缝对接和共享^[4]。同时，引入数据虚拟化技术，提升数据共享效率和质量。为进一步提升客户关系管理效率和质量，证券公司需审视并优化业务流程，实施流程再造工程，消除冗余环节、提高响应速度，确保信息准确传递。这要求全面梳理和精细化优化客户数据的收集、分析、应用及反馈等环节，形成闭环的客户数据管理流程。可引入自动化工具和数据挖掘技术，如机器学习算法、CRM系统（如Salesforce、Microsoft Dynamics 365）及数据可视化工具（如Tableau、Power BI），以高效处理和分析海量客户数据，准确识别客户需求和偏好，并实时监控客户行为和市场动态，及时调整策略以满足客户需求，提升客户满意度和忠诚度。此外，流程再造涉及组织架构和文化的深度变革。证券公司需打破传统部门壁垒和职能划分，建立以客户为中心、跨部门协作的组织架构，如采用敏捷团队、跨部门项目组等形式。同时，培养数据驱动、持续创新的企业文化，鼓励员工积极参与流程改进和数据应用创新活动，实现流程再造和效率提升的良性循环。

4.2 技术平台的升级与整合

面对大数据时代的挑战，证券公司需搭建高效、稳定的大数据技术平台，涵盖数据仓库、数据分析工具及数据挖掘算法等核心组件，以支撑客户关系管理。数据仓库作为平台基础，集中存储和管理多渠道、多格式的客户数据，利用分布式文件系统（如HDFS）和并行处理框架（如Spark）高效处理海量数据，确保数据的实时性和可用性。证券公司可利用数据分析工具（如SQL查询

引擎、数据可视化工具)清洗、转换和加载数据,满足业务需求,进行统计分析、趋势预测、关联规则挖掘等,探索客户潜在需求和行为模式,为制定精准营销策略和个性化服务提供支持。同时,数据挖掘算法也是平台重要组成部分,应用机器学习算法(如分类、聚类、预测模型)准确识别客户特征和偏好,优化客户细分和定位,提高客户关系管理针对性和有效性^[5]。为实现客户数据全面整合和利用,证券公司还需实施信息系统集成与数据共享策略。信息系统集成指将内部各独立信息系统有效连接和整合,确保数据一致性和流畅性,采用企业服务总线(ESB)、数据交换平台及统一数据接口标准(如RESTful API)实现无缝对接,消除数据冗余和冲突,提高数据质量和可用性。数据共享则在信息系统集成基础上,推动客户数据在不同部门和业务线之间共享和利用,建立统一数据共享平台(如数据中台、数据湖),确保数据实时传递和更新,降低数据管理成本,提升数据分析能力,深入挖掘客户数据潜在价值,为制定精准营销策略和服务方案提供支持。

4.3 人才培养与团队建设

在大数据时代,证券公司为提升客户关系管理的专业化和技术水平,必须重视大数据与CRM专业人才的培养和引进。这对证券公司的长期发展和创新能力至关重要。为此,证券公司应构建完善的人才培养机制,制定涵盖大数据处理、数据分析、客户关系管理策略等核心课程的培训计划,确保员工掌握Hadoop、Spark等大数据处理框架及SQL、Python等数据分析工具。同时,与高校和研究机构合作,搭建产学研一体化平台,共同培养具备实践经验和创新能力的大数据与CRM专业人才,特别是在机器学习、人工智能算法等前沿技术应用方面。除内部培养外,证券公司还应积极引进外部专业人才,通过与行业领先企业、专业机构的人才交流或设立专项人才引进计划实现。引进过程中,应注重考察候选人的专业技能、实践经验及创新能力,特别是他们在实际项目中运用大数据和CRM技术的能力,如客户画像构建、智能推荐系统开发等,以确保所引进的人才能够迅速适应公司环境,并为客户关系管理的提升带来实质性贡献。面对市场变化和客户需求变化的挑战,团队协作与创新能力提升显得尤为重要。证券公司需构建跨部门、跨职能的协同工作机制,

如数据科学团队、业务分析团队和客户体验团队的紧密合作,共同应对客户关系管理中的挑战。通过打破部门壁垒,促进信息共享和资源整合,利用数据仓库、数据湖等技术手段实现客户数据的全面、准确、及时共享与利用,从而提升客户关系管理的效率和质量。同时,团队协作还能促进知识和经验的交流,激发团队成员的创新思维和创造力,为客户关系管理带来新的思路和解决方案。而创新能力的提升是证券公司应对市场与客户需求变化的关键。证券公司应鼓励员工参与创新,提供资源与支持,如创新实验室、创新竞赛,并配备先进开发工具和技术平台。通过激发创新意识,证券公司可探索新的客户关系管理模式,运用AI、大数据、NLP等技术实现精准管理与个性化服务,保持市场领先,提供优质服务体验。

5 结语

综上所述,大数据背景下证券公司客户关系管理优化是系统工程,需全面考虑和升级组织、技术、人才等方面。通过构建跨部门协同、优化流程、搭建大数据技术平台、实施数据共享及重视人才培养,可有效提升CRM效率和质量,保持竞争优势,实现可持续发展。未来,随着技术发展和市场需求变化,需不断创新和完善CRM。

[参考文献]

- [1]徐洋.证券公司客户关系维护管理问题浅析[J].行政事业资产与财务,2024(2):124-126.
- [2]许棣.证券公司资产管理合规风险管理研究[J].全国流通经济,2021(7):147-149.
- [3]黄天元.财富管理转型视角下证券公司竞争力提升[J].管理学家,2022(4):28-30.
- [4]孟凡臣,陈文虎,林寅.证券公司参与碳交易市场业务实践[J].中国外汇(英文版),2023(20):48-50.
- [5]刘雅捷.云平台的证券公司客户关系管理系统开发[J].销售与管理,2020(15):74-75.

作者简介:

杨典(1984—),女,汉族,湖北恩施人,硕士研究生,渠道发展部业务总监,研究方向:智慧营销专家-大数据分析领域。