

金融产品数字化营销 职业技能等级标准

标准代码：530027

（2021年2.0版）

清控紫荆（北京）教育科技有限公司 制定

2021年12月 发布

目 次

前言	1
1 范围	2
2 规范性引用文件	2
3 术语和定义	2
4 适用院校专业	3
5 面向职业岗位 (群)	3
6 职业技能要求	3
参考文献	10

前 言

本标准按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分:标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：清控紫荆（北京）教育科技有限公司、浙商银行股份有限公司、平安普惠融资担保有限公司北京融资担保分公司、中国平安财产保险股份有限公司大连分公司、百融云创科技股份有限公司、财富引擎（北京）科技有限公司、江苏经贸职业技术学院、金陵科技学院、浙江金融职业学院、宁波银行南京分行、江苏凤凰职业教育图书有限公司。

本标准主要起草人：肇越、林常乐、张莉、王蓁、葛蒙、金梅、林大伟、段娟、王迎迎、刘标胜、高蓉蓉、马凌、熊建宇、靖研、刘洪涛、葛军、孙妍、顾金萍。

声明：本标准的知识产权归属于清控紫荆（北京）教育科技有限公司，未经清控紫荆（北京）教育科技有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了金融产品数字化营销职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于金融产品数字化营销职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 32320-2015 银行营业网点服务基本要求

GB/T 32318-2015 银行营业网点服务评价准则

GB/T 32319-2015 银行业产品说明书描述规范

GB/T 25486-2010 网络化制造技术术语

GB/T 32313-2015 商业银行个人理财服务规范

GB/T 32315-2015 银行业客户服务中心基本要求

GB/T 34941-2017 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求

GB/T 35273-2020 信息安全技术 个人信息安全规范

JR/T 0062-2011 金融工具常用统计术语

《中国金融标准化报告2019》

3 术语和定义

GB/T 25486-2010、GB/T 35273-2020界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1

金融产品 financing product

指各种具有经济价值，可进行公开交易或兑现的非实物资产，也叫有价证券，如现金、汇票、股票、期货、债券、保单、理财产品等。

3.2

数字化 digitalization

指以数字形式表示（或表现）本来不是离散数据的数据。具体地说，也就是将图像或声音转化为数字码，以便这些信息能由计算机系统处理与保存。在信息化时代，数字化已经变成代表信息化程度的一个重要指标。

[GB/T 25486-2010，定义2.54]

3.3

营销 Marketing

指企业发现或发掘准消费者需求，让消费者了解该产品进而购买该产品的过程。

3.4

数字化营销 digital marketing

利用数字化的媒体、数字营销工具，通过大数据人群画像分析用户潜在属性及行为特征，并精准锁定用户提高销量、节约成本的营销战略。

3.5

获客 access to customers

即客户获得，是指企业在吸引潜在客户转变为实际购买者这一过程中所运用的策略和方法。

3.6

用户画像 customer portrait

通过收集、汇聚、分析个人信息，对某特定自然人个人特征，如其职业、经济、健康、教育、个人喜好、信用、行为等方面做出分析或预测，形成其个人特征模型的过程。

[GB/T 35273-2020, 定义3.7]

3.7

综合理财服务 integrated financial services

金融机构向客户提供理财顾问服务的基础，接受客户的委托和授权，按照与客户事先约定的投资计划和方式进行投资和资产管理等专业化服务。

[GB/T 32313-2015, 定义3.4]

3.8

个人理财计划 personal financial plan

金融机构在对潜在目标客群分析研究的基础上，针对特定目标客户群开发设计并销售的资金投资和管理计划。

[GB/T 32313-2015, 定义3.5]

4 适用院校专业

4.1 参照原版专业目录：

中等职业学校：市场营销、网络营销、金融事务、保险事务、信托事务、电子商务、移动商务、客户信息服务、客户服务等。

高等职业学校：金融管理、物流金融管理、投资与理财、国际金融、证券与期货、保险、信用管理、农村金融、互联网金融、工商企业管理、市场营销、电子商务、移动商务、网络营销、数字媒体应用技术、信息统计与分析等。

应用型本科学校：金融学、金融工程、保险学、投资学、经济与金融、金融科技、国际经济与贸易、贸易经济、大数据管理与应用、数字经济、经济学、经济统计学、商务经济学、信息管理与信息系统、工商管理、市场营销、电子商务、数字媒体技术等。

4.2 参照新版职业教育专业目录：

中等职业学校：市场营销、网络营销、金融事务、电子商务、移动商务、客户信息服务等。

高等职业学校：金融服务与管理、财富管理、国际金融、证券实务、保险实务、信用管理、农村金融、金融科技应用、工商企业管理、市场营销、电子商务、移动商务、网络营销与直播电商、数字媒体技术、统计与大数据分析等。

高等职业教育本科学校：金融管理、金融科技应用、保险、信用管理、国际经济与贸易、市场营销、电子商务、数字媒体技术等。

应用型本科学校：金融学、金融工程、保险学、投资学、经济与金融、金融科技、国际经济与贸易、大数据管理与应用、数字经济、经济学、经济统计学、商务经济学、信息管理与信息系统、工商管理、市场营销、电子商务、数字媒体技术等。

5 面向职业岗位（群）

面向具有金融产品创新、金融产品数字化运营、服务和管理的各类银行、证券投资公司、理财服务公司、投融资企业、保险公司、金融产品服务台以及其他金融服务业的客户服务岗位（群）、投资理财岗位（群）、数字化营销岗位（群）、金融产品开发 and 品牌管理岗位（群）、金融产品数字化管理岗位（群）。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

金融产品数字化营销职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级。三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【金融产品数字化营销】（初级）：面向具有金融产品创新、金融产品数字化运营、服务和管理的各类银行、证券投资公司、理财服务公司、投融资企业、保险公司、金融产品服务台以及其他金融服务业，在数字化客服、投资理财、数字化营销、金融产品数字化实操等岗位，从事基于大数据分析的柜面销售和客户服务、客户信息收集与管理、金融产品咨询和推介服务等场景类、操作性基础工作。

【金融产品数字化营销】（中级）：面向具有金融产品创新、金融产品数字化运营、服务和管理的各类银行、证券投资公司、理财服务公司、投融资企业、保险公司、金融产品服务台以及其他金融服务业，在数字化客服、数字化营销、金融产品数字化管理等岗位，从事基于大数据分析的客户经济行为识别与追踪、用户画像、综合理财需求分析，制订资产配置方案、组织理财沙龙和理财讲座、金融产品数字化营销方案设计、数字化营销工具组合运用等日常管理类综合性工作。

【金融产品数字化营销】（高级）：面向具有金融产品创新、金融产品数字化运营、服务和管理的各类银行、证券投资公司、理财服务公司、投融资企业、保险公司、金融产品服务台以及其他金融服务业，在投资理财、数字化营销、金融产品开发 and 品牌管理、金融产品数字化管理等岗位，从事基于大数据平台上营销规划设计、金融产品创新和金融产品数字化营销手段创新、金融产品数字化风险控制、绩效评估等战略性管理工作。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 金融产品数字化营销职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 金融产品数字化营销认知	1.1 市场营销知识构建	1.1.1 能掌握市场营销的概念和体系 1.1.2 能了解“以客户为中心”为核心的消费者市场 1.1.3 能使用营销理论进行市场细分、目标市场及市场定位分析 1.1.4 能熟悉“4P 理论”的产品、价格、渠道、促销决策分析
	1.2 数字化营销知识构建	1.2.1 能理解数字化营销的概念和内涵 1.2.2 能知晓数字化营销的常用触达工具 1.2.3 能了解数字化营销系统的功能及应用 1.2.4 能区分数字化营销和传统营销的差异
	1.3 金融产品数字化营销认知	1.3.1 能准确描述金融产品的概念和内涵 1.3.2 能掌握金融产品的数字化营销策略 1.3.3 能识别不同场景下的数字化营销关键点 1.3.4 能熟知金融行业的监管法规，实现数字化营销全流程的合法合规，践行金融从业人员的职业道德规范
2. 客户信息获取与分析	2.1 数字化获客渠道选择	2.1.1 能熟练使用常用的数字化获客渠道 2.1.2 能根据不同类型的客户选择合适的数字化获客渠道 2.1.3 能对数字化获客渠道进行管理和维护 2.1.4 能进行社交媒体营销、数字化广告、内容营销等方案

工作领域	工作任务	职业技能要求
		设计与实践
	2.2 金融产品用户画像	2.2.1 能利用线上工具获取客户大数据信息 2.2.2 能使用数字化平台或工具全渠道实时追踪客户访问 2.2.3 能使用数字化平台根据获取的信息构建简单的客户画像 2.2.4 能根据数据判断选择高净值客户，并对其潜在需求、产品偏好、风险承受能力等进行图示化描述
	2.3 客户大数据信息分析	2.3.1 能使用大数据的基本分析方法 2.3.2 能基于大数据进行潜在客户金融产品的需求分析 2.3.3 能基于大数据进行潜在客户金融行为分析 2.3.4 能尝试使用大数据用户画像，分析目标客户的潜在需求、产品偏好、风险承受能力等
	2.4 数字化营销的管理与反馈	2.4.1 能了解营销组织的数字化转型步骤 2.4.2 能理解数字化营销的不同测量指标 2.4.3 能了解数字化营销评估模型的构建原理 2.4.4 能基于客户购买行为，设计数字化营销方案的评估指标
3. 金融产品数字化营销实施	3.1 目标客户产品配置	3.1.1 能运用行业主流平台或工具采集宏观金融市场信息 3.1.2 能熟练掌握采集金融产品价格信息和竞争信息的渠道和途径 3.1.3 能根据市场环境和金融产品特性进行金融产品分类 3.1.4 能根据客户资产状况与风险偏好配置金融产品组合
	3.2 数字化营销渠道组合	3.2.1 能根据不同数字化营销渠道优缺点和适用性组合选择使用数字化营销渠道 3.2.2 能根据金融产品特点及宏微观环境初步选择数字化营销渠道 3.2.3 能结合客户偏好和区域环境选择数字化渠道 3.2.4 能管理和维护区域渠道关系
	3.3 数字化内容创意与发布	3.3.1 能进行金融产品数字化内容展示策划 3.3.2 能开展与客户的线上互动营销活动 3.3.3 能总结分析数字化营销效果
4. 金融产品客户支持与服务	4.1 金融产品服务流程梳理	4.1.1 能完成客户产品购买信息在客户营销系统中的录入 4.1.2 能借助客户营销系统进行不同阶段客户的划分与整理 4.1.3 能根据数字化签约操作步骤有序引导客户完成数字化签约流程
	4.2 金融产品客户常规服务	4.2.1 能针对用户画像进行金融新产品数字化推介 4.2.2 能运用数字化平台为客户提供咨询服务 4.2.3 能实现客户交易档案的信息化管理 4.2.4 能在售后经常主动与客户沟通，提高客户满意度 4.2.5 能正确处理客户投诉
	4.3 金融产品客户增值服务	4.3.1 能感知、判断和获取客户增值服务方面的有关需求 4.3.2 能针对用户画像，运用数字化平台精准推送增值服务产品

工作领域	工作任务	职业技能要求
		4.3.3 能积极应对客户增值服务中的个性化需要

表 2 金融产品数字化营销职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 金融产品数字化营销运用	1.1 市场营销战略运用	1.1.1 能正确理解主要的市场经营观念、营销 4.0 的内涵和特征 1.1.2 能正确理解数字时代消费者行为的特征 1.1.3 能掌握市场定位策略,明确数字时代对市场细分和目标市场选择的战略 1.1.4 能基于品牌策略的基本内容,掌握提升品牌资产价值的方法
	1.2 数字化营销渠道选取	1.2.1 能掌握数字化营销渠道的主要内容和基本架构 1.2.2 能熟练运用数字化信息传播的常用工具,构建复合型数字化信息传播渠道方案 1.2.3 能掌握建立数字化营销关系的步骤 1.2.4 能运用数字化营销方法构建品牌社群
	1.3 金融产品数字化营销策略运用	1.3.1 能基于金融产品提炼与之相匹配的数字化营销路径 1.3.2 能正确理解金融产品的差异化、个性化需求特征,掌握金融产品的数字化营销策略 1.3.3 能根据数字时代产品和服务的新形势制定相应对策
2. 客户需求识别与分析	2.1 客户需求识别	2.1.1 能熟练运用客户需求调查问卷等调研工具开展市场调查活动 2.1.2 能分析各种客户数据,完善与整理客户资料 2.1.3 能基于客户与产品、服务的关系熟练绘制客户旅程地图
	2.2 目标客户智慧识别	2.2.1 能对调研结论进行整理分析 2.2.2 能基于产品特征精准识别和筛选目标客户群 2.2.3 能根据目标客户群的特征进行数字化营销方式选择
	2.3 目标客户经济行为分析	2.3.1 能根据客户标签,结合大数据分析绘制消费者画像 2.3.2 能基于家庭生命周期和客户心理活动分析客户潜在金融需求 2.3.3 能根据客户需求的变化探索客户风险偏好,匹配金融产品
3. 金融产品客户关系管理与价值提升	3.1 客户关系管理	3.1.1 能运用数字化手段完善客户资料,做好客户资料日常维护 3.1.2 能熟练运用社群运营方法,实现营销过程中媒体、成员和数据的变现 3.1.3 能掌握社会化客户关系的原理,对客户进行分层分类管理,提炼优质客户群 3.1.4 能定期对客户的关系管理情况进行观测评估
	3.2 客户价值提升	3.2.1 能利用大数据深入分析客户潜在需求及变化,设计客户价值提升的实施方案

工作领域	工作任务	职业技能要求
		3.2.2 能打造私域流量池，培养客户忠诚度 3.2.3 能针对用户画像有选择地组织开展二次营销、交叉营销、升级营销，实现客户价值提升
4. 金融产品数字化营销方案设计与实施	4.1 数字化营销环境分析	4.1.1 能熟练使用多种调研工具和方法对国内金融市场进行行情解读和分析 4.1.2 能对数字化营销宏观环境、微观环境进行基本分析 4.1.3 能根据金融市场环境变化提出数字化营销策略的改进建议
	4.2 金融产品组合方案设计	4.2.1 能掌握分析和评价金融产品组合策略的方法 4.2.2 能根据产品生命周期提出不同阶段金融产品策略 4.2.3 能基于不同金融产品的特征,设计金融产品的数字化营销方案 4.2.4 能根据客户需要设计不同金融产品组合方案,制作金融产品配置建议书
	4.3 数字化营销流程与工具整合	4.3.1 能综合分析数字化营销渠道优缺点与适用性 4.3.2 能熟练掌握营销渠道组合方法,并根据区域情况确定不同营销渠道组合策略 4.3.3 能熟练掌握数字时代金融产品的品牌营销策略 4.3.4 能根据区域营销目标制定数字化广告策略
	4.4 数字化营销方案创作与发布	4.4.1 能规范撰写金融产品的有关文案(产品、渠道、促销等) 4.4.2 能针对不同人群、不同产品的特征设计数字化营销方案 4.4.3 能结合区域金融产品销售、竞争品牌活动情况,设计特定情境下的数字化营销方案
5. 特定情景的数字化营销方案调整与优化	5.1 特定情景的数字化营销方案设计与评估	5.1.1 能基于流量快车、TIP 活动设计等情景制定营销方案并客观评估效果 5.1.2 能灵活掌握数字化营销效果分析核心数据指标及衡量标准 5.1.3 能灵活运用各种数据对比分析不同数字化营销渠道的效果
	5.2 数字化营销方案优化	5.2.1 能准确研判数字化营销的影响因素 5.2.2 能根据客户需求变化进行产品组合优化和产品功能拓展 5.2.3 能对数字化营销效果进行跟踪,并不断优化营销方案

表3 金融产品数字化营销职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 金融产品数字化营销创新	1.1 数字化金融产品匹配	1.1.1 能正确区分数字化金融产品与已有产品差异，精准定位潜在客户 1.1.2 能准确完整地向客户阐释数字化金融产品 1.1.3 能遵守金融数字化营销相关职业要求
	1.2 数字化营销前沿技术创新	1.2.1 能洞察数字化营销的技术手段创新 1.2.2 能及时更新数字化营销的技术知识储备 1.2.3 能使用金融数字化营销前沿技术手段 1.2.4 能熟练使用数字化营销高级工具
	1.3 金融产品数字化营销模式创新	1.3.1 能评价和创新数字化营销模式 1.3.2 能根据不同金融产品内容，进行数字化营销模式创新 1.3.3 能熟练运用数字化营销品牌管理策略及新产品开发策略
2. 客户信息管理	2.1 客户数据分析	2.1.1 能通过数字化手段分析客户购买行为，及时洞察客户需求 2.1.2 能掌握影响数字化营销中消费者购买的因素及熟悉消费者决策的过程 2.1.3 能针对不同的金融产品准确匹配数字化营销调研方法
	2.2 客户全周期管理	2.2.1 能基于不同阶段制定场景化运营策略，充分挖掘客户生命周期价值 2.2.2 能针对不同生命周期阶段的客户设计内容营销方案 2.2.3 能充分利用客户数据，构建数据营销平台，挖掘客户价值
	2.3 市场营销环境预测	2.3.1 能掌握国内外金融市场宏观环境、市场行情相关分析工具，综合分析国内外金融市场行情 2.3.2 能分析基本宏观经济指标变化对金融行业的影响 2.3.3 能熟练运用经济指标对客户金融产品需求进行科学预测
3. 金融产品数字化营销规划	3.1 数字化营销战略规划	3.1.1 能结合经济金融环境分析预测产品营销机会 3.1.2 能根据市场经济环境和营销环境细分确定金融产品市场定位 3.1.3 能确定阶段性金融产品目标客户定位
	3.2 数字化营销策略选择	3.2.1 能使用金融产品销售预测方法，并综合预测制定产品销售目标 3.2.2 能熟悉机构内部组织架构，合理分解营销任务 3.2.3 能使用营销活动组织保障方法，制定相关组织保障机制
	3.3 数字化营销渠道选择与实施	3.3.1 能综合分析和选择不同品类金融产品数字化营销渠道 3.3.2 能分析和制定市场数字化推广策略 3.3.3 能分析和制定金融产品价格策略
4. 金融产	4.1 数字化	4.1.1 能结合数字化营销目标制定数字化营销具体流程

工作领域	工作任务	职业技能要求
品数字化营销运营与管理	营销流程管理	4.1.2 能结合数字化营销目标制定数字化营销管理方案 4.1.3 能借助大数据采集、整理和分析数字化营销数据
	4.2 数字化营销流程优化	4.2.1 能针对不同客群搭建数字化客户关系管理平台 4.2.2 能运用数字化手段对平台流量、客户数量、客户活跃度、金融产品交易额构建客户标签体系 4.2.3 能运用大数据对比分析不同营销渠道、不同营销组合方案的效果 4.2.4 能运用上述结果有针对性地优化数字化营销方案或渠道选择，适时做出数字化营销方案调整
	4.3 数字化营销考核管理	4.3.1 能结合金融产品数字化营销目标构建数字化营销人员业绩考核评价指标体系 4.3.2 能运用评价指标体系对金融产品数字化营销人员的工作业绩进行考核、管理和激励 4.3.3 能总结考核管理工作的成效与不足，进一步完善数字化营销业绩考核评价指标体系
5. 数字化时代整合营销方案调整与优化	5.1 金融产品数字化营销风险控制	5.1.1 能运用大数据等手段识别数字化营销的影响因素，监测潜在风险和评估损失 5.1.2 能掌握在营销过程中防范和控制金融风险的主要方法 5.1.3 能根据风险评估结果，结合数字化营销内容和流程，选择有效的风险防控手段
	5.2 数字化时代整合营销方案设计与评估	5.2.1 能对数字化营销风险防控效果跟踪评估，并提出改进方案 5.2.2 能针对不同品类金融产品、不同情景，设计与评估整合数字化营销方案 5.2.3 能追踪与评价数字化营销方案的实施效果，并根据市场变化及客户需求动态优化调整

参考文献

- [1] GB/T 32320-2015 银行营业网点服务基本要求
- [2] GB/T 32318-2015 银行营业网点服务评价准则
- [3] GB/T 32319-2015 银行业产品说明书描述规范
- [4] GB/T 25486-2010 网络化制造技术术语
- [5] GB/T 32315-2015 银行业客户服务中心基本要求
- [6] GB/T 32313-2015 商业银行个人理财服务规范
- [7] GB/T 34941-2017 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求
- [8] GB/T 35273-2020 信息安全技术 个人信息安全规范
- [9] JR/T 0062-2011 金融工具常用统计术语
- [10] 《中国金融标准化报告 2019》
- [11] 教育部关于印发《职业教育专业目录(2021年)》的通知(教职成(2021)2号)
- [12] 《教育部关于公布2019年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》(教高函〔2020〕2号)
- [13] 《教育部关于公布2020年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》(教高函〔2021〕1号)