

# 中国建设银行网点规划及外部形象设计研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《中国建设银行网点规划及外部形象设计研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/P1894120CP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

中国建设银行网点规划及外部形象设计研究报告 内容介绍：

2005年4月，建设银行启动网点环境视觉形象统一建设和标准工程项目。建设总行专门下发了《营业网点视觉形象建设指引》，充分借鉴国际先进商业银行视觉形象设计的理念和实践，全面体现建设银行的品牌特性，坚持以客户为中心，科学划分功能区域，合理规划业务流程，最大限度地方便客户，提高网点服务效率和质量。

建行按照国际先进银行标准开始了网点转型，其实质为从交易核算型网点逐步转型为服务销售型网点。通过调整岗位设置、排队模式、弹性排班和培育客户消费行为习惯等措施进行。网点转型工作正是建行战略转型方案的缩影——一个“以客户为中心”的大型国有控股商业银行，以前瞻的眼光和快速的市场反应履行着“为客户提供更好服务”的承诺。

诚如建设银行新打的电视广告的主题词“善建者行，善者建行！”建行网点转型的新面貌结合其品牌内涵，一下子将建设银行的形象昭之于众，既有传统银行的意韵，又有令人回味的遐想，能让人产生较深的印象，并有效识别了建设银行与其它银行的差异。

建行网点转型产生了巨大的成效，试点网点交易速度提高了33%，客户等待时间减少68%，排队现象大为缓解，业务量也有大幅度提升。因此公司理财在此基础上对建行网点进行整合研究，根据建行的效果本书把网点转型分成四个部分，网点规划篇，网点形象标准化，网点流程再造，网点服务提升四大部分，其中网点形象标准化侧重网点目标客户定位，网点类型定位，布局和选址，形象标准化建设，内部功能分区，财富管理中心建设等方面；网点服务提升包括岗位合理调整，弹性排班，渠道分流解决排队问题，神秘客户调查，以及差异化服务等。

建行网点转型知识逻辑图

第一部分：网点规划篇

转型研究——转型理论研究

转型方式——布局和选址

第二部分：网点形象标准化篇

网点功能——类型定位

布局优化——布局和选址

形象再造——形象标准化建设

功能再造——网点内部分区

大客户差异化——财富管理中心

第三部分：网点流程再造篇

战略转型——以客户为中心

优化流程——设置大堂经理

优化流程——设置业务顾问

助推流程——六西格玛

第四部分：网点服务提升篇

岗位设计——岗位人性化调整

弹性排班

渠道分流——解决排队难题

差异化服务——高低柜员服务

神秘客户调查——提高服务质量

第五部分：建行转型案例篇

书籍目录：

第一部分：“善建者行”——网点布局规划选址篇

第一章“变则通”——建行网点转型进行时

一、网点转型背景和起源

二、网点转型战略路线图

三、资料链接：建行网点转型时间表

四、建行为何大力布局零售网点

五、蓝色畅想 善建者行

第二章建行中心城市网点优先布局战略研究

一、建行网点资源优势和价值评估

二、建行网点转型组织

三、2008年底完成零售网点转型

【案例分享】建行常州化龙巷支行网点转型见服务真谛

【案例分享】建行批发业务已成鸡肋

第三章网点功能转型——网点类型市场化定位

一、网点分类

二、规划对象

三、划分经济功能区域

四、功能区内营业机构设置标准

第四章“因势而变”——建行网点规划选址

- 一、网点转型方向和内容
- 二、“三网合一”理论
- 三、FFRC网点规划选址模型
- 四、银行网点规划工作流程与方法
- 五、客户对网点提出更高服务要求
- 六、建设银行网点转型实地调研
- 七、标准化规划选址基本思路

#### 【案例】建行天津：营业机构布局规划研究

- 一、营业机构总量分析
- 二、营业机构面积分析
- 三、单位营业面积分析
- 四、单位面积吸存能力
- 五、万人营业面积指标
- 六、营业机构类型

#### 【案例】建行宁波：对公客户调查研究

- 一、对公客户类型
- 二、交通方式调查
- 三、客户时间距离调查

### 第二部分：“蓝色风暴”——网点形象标准化建设篇

#### 第一章视觉形象再造——网点形象标准化建设

- 一、建行形象标准化VI手册解读
- 一、整体形象设计风格
- 二、网点内部效果图片展示
- 三、网点平面视觉效果图
- 四、建设银行VI视觉识别系统
- 五、建行网点标识设计图片案例介绍

#### 第二章功能分区化——营业厅内部设计

- 一、内部功能分区划分
- 二、引导区设计
- 三、自助银行区
- 四、客户等待区
- 五、大堂经理区

- 六、个人理财中心
- 七、财富管理中心
- 八、低柜服务区
- 九、现金柜台
- 十、填单台
- 十一、电子银行区（图片增加）

### 第三章私密贴心服务——财富管理中心

- 一、北京财富管理中心
- 二、上海财富管理中心
- 三、广东财富管理中心
- 四、佛山财富管理中心
- 五、杭州财富管理中心
- 六、福建财富管理中心
- 七、厦门财富管理中心
- 八、【案例分享】：理财理出新天地

### 第四章提高便利性——在行式自助银行

- 一、国内自助银行的发展
- 二、ATM专业化服务趋势
- 三、布局设计
- 四、场地布局
- 五、业务设计
- 六、结构设计
- 七、形象设计

### 第五章提高辐射力——离行式自助银行

- 一、自助银行功能
- 二、自助银行规划
  - (一)发挥规模优势
  - (二)应用功能的规划与完备
  - (三)软件、硬件自动化设备规划
  - (四)选址的考虑
  - (五)环境与形象标识规划
  - (六)安全保安系统规划

## (七)宣传规划

### 三、自助银行业务

### 四、贵宾理财中心规划

#### 一、理财中心的定位、运营模式及建设

#### 二、人员构成和业务处理模式

#### 三、个人理财中心建设的难点问题分析

#### 四、银行贵宾理财回顾和发展展望

#### 五、银行贵宾理财中心建设现实问题

#### 五、开放式柜台建设

#### 六、大堂经理区建设

#### 七、智能排队叫号机

#### 八、【案例分享】建行自助银行“都市风景线”

### 第六章建银理财便利店创新设想方案

#### 一、社区金融便利店及其特色

#### 二、国外金融理财便利店的成功案例

#### 三、中国发展城市社区金融的基础

#### 四、建行开展社区金融的意义

#### 五、建行开展社区金融服务基本模式构想

#### 六、“建银”理财便利店的初步设想方案

新闻链接：在建行体验家的感觉 明媚温暖又时尚

### 第三部分：“流程银行”——网点业务流程再造篇

#### 第一章业务流程再造——业务流程再造理论篇

##### 一、标准化业务流程以客户为中心

##### 二、客户满意度——建行管理工具客户之声

##### 三、员工满意度——建行理工具员工之声

##### 四、建行业务流程再造实现战略转型

##### 五、人力资源管理改革

##### 六、建行与美国银行两年合作成果丰硕

#### 第二章战略转型——以客户为中心

##### 一、差别化服务：公司个人客户各得其所

##### 二、人性化服务：重视客户的体验和感受

##### 三、专业化经营：走出机构调整困惑

四、流程化管理：构筑科学发展平台

五、案例分享：建行网点转型三案例

第三章优化流程——设置大堂经理

第四章优化流程——设置业务顾问

【案例分享】建行沧州分行首席业务顾问制

第五章六西格玛——助推流程再造

一、什么是六西格玛工作法

二、六西格玛工作法查找“排长队”症结

三、六西格玛实施项目建行的“行长级项目”

四、【案例分享】泰州建行转型排队时间减少满意度攀升

五、【案例分享】建行零售网点转型二代合作启动

六、【案例分享】压缩服务流程 巩固优势业务

第四部分：“服务制胜”——网点服务质量提升篇

第一章“大厅制胜”——营业厅服务质量提升

一、温州建行——打造五星网点服务

二、建行网点设填单台方便客户

三、建行网点重视客户体验感受

四、建行网点减少客户等候时间

五、建行北京分行“以客户为中心”加强服务

六、【案例分享】建行如何解决排队难的问题

七、【案例分享】广东分行天河直属支行网点转型

八、【案例分享】常州化龙巷支行网点转型案例

第二章岗位设计——网点转型人性化设置岗位

第三章多管齐下——化解“排长队”症结

第四章服务监督——“神秘人”暗访听取客户之声

【案例分享】建行济南泉城支行大堂经理

【资料参考】建行临平支行大堂经理制实施调查报告

第五章成功有道——建行网点转型启示

一、建行网点转型启示之一：破解瓶颈

二、建行网点转型启示之二：强基固本

三、建行网点转型启示之三：注重互动

四、建行网点转型启示之四：成功背后



## 第六章“千眼观音”——网点客户满意度监测系统

【案例分享】建行江汉支行推行“弹性排班制”

### 第五部分：“举案说法”——网点转型案例分享篇

案例1建行支行行长网点转型会议讲话稿

案例2建行推广网点转型，缓解排队压力

案例3建行兰州电力支行网点转型见成效

案例4建行湖南分行网点转型系统性蝶变

案例5建行许昌分行“六项工程”提升服务效率

案例6建行许昌分行“八步法”让服务更规范

案例7建行如何整治网点营业厅服务环境

### 第六部分 附件资料

一、建行近年荣誉榜

二、建行企业文化精髓

三、关于研发中心

四、研究丛书介绍

五、丛书读者反馈

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/P1894120CP.html>