



20家手机银行App测评



随着用户使用习惯向移动端迁移,手机银行App已然成为银行标配。在疫情冲击之下,银行数字化转型更是按下“加速键”,作为触达用户、营销获客主阵地的手机银行App也不断迭代更新,迈入精细化运营阶段。

当前,手机银行已处于“百家争鸣”的状态,国有银行、股份制银行依托资源优势不断完善基础功能、提供综合化服务,地方城商行立足所在区域特色尝试提供更加差异化的服务。

各家银行如何在日益激烈的市场竞争中赢得优势、占领先机,如何基于用户需求、删繁就简、优化布局,如何挖掘细分赛道提供更加个性化、精细化的创新服务,值得探究。

为此,北京商报记者选取行业内极具代表性的20家银行,在10月24日和10月30日期间集中对旗下手机银行App进行测评,试图通过操作体验、产品功能、人性化关怀和创新发展四大维度的分析,总结各家银行手机银行App的共性和个性、优势与不足,并提出建议供业内参考和借鉴。

◎ 操作较为流畅 智能客服尚待提升

>>> 登录友好性提升

随着App的不断迭代更新,手机银行操作流畅度、互动体验感均有所提升。迭代更新后,目前,各家银行手机银行App登录方式更加快捷、界面删繁就简更加优化、智能客服互动体验更为流畅。

从登录方式来看,出于使用安全考量,当用户退出界面或打开其他App窗口再返回手机银行App时均需要重新输入登录密码,一定程度上影响了用户使用手机银行的好感度。为更好兼顾App的安全性和便捷性,目前20家手机银行App均支持刷脸、指纹、手势等登录方式,用户任选其中一种方式便可快捷登录,减轻了用户原有的登录负担。

>>> 超半数银行不支持首页定制

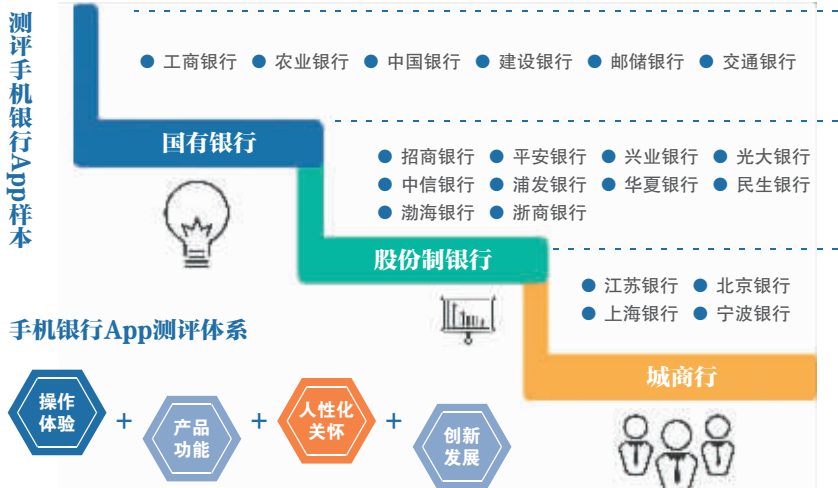
登录后的主界面布局及常用功能陈列直接影响着用户使用手机银行时的感受。部分手机银行App已在首页界面设置自定义功能,可在现有功能选项中直接移除或添加某项功能。不过,目前可定制界面的功能服务仍比较有限。

整体来看,现阶段提供定制首页内容的手机银行仍是少数,20家银行中尚有13家银行App不具备首页定制功能。在首页常用功能呈现上,部分银行重复子项较多,例如,在首页功能模块设有理财专区,同时又将某推荐理财系列也放置在功能项中。个别银行首页布局过于繁杂,常用功能通常被积分活动、产品推荐、生活服务、指数行情等推广内容所掩盖。

>>> 智能客服不“智能”

智能客服作为用户使用手机银行遇到问题时最为便捷的求助渠道,其使用的可得性及交互的顺畅度无形中影响着App的活跃度。从20家银行手机App来看,目前各家银行均设有专属智能客服,不过,从交互的顺畅度来看,多数银行App智能客服依然不够“智能”,仅能回复较为基础的问题,对于部分较为时新的问题仍存在答非所问的情况。

测评手机银行App样本



◎ 基础功能完善 生活服务待拓展

>>> 业务展示详尽程度不一

手机银行已成为用户办理银行业务的主要渠道,目前20家银行的手机银行App均设置了对应功能且较为完善。不过受制于规模体量及业务覆盖面等因素,各家手机银行具体业务功能下所呈现的产品种类及数量略显参差不齐。

20家手机银行App均设有存款专区,提供的产品种类大同小异,主要涵盖定期存款、大额存款、结构性存款及特色存款,产品的展示介绍较为详尽。

>>> 生活场景拓展已现差距

财富管理业务呈现方面,各家手机银行App分化较大。

整体来看,国有银行及股份制银行通过代销旗下理财公司及其他理财公司发行的理财产品,理财专区的产品种类及数量相对丰富,而城商行理财专区产品则相对稀缺,后续仍需提升产品的丰富度。部分银行销售的理财产品展示过于简单,没有相关产品的净值波动曲线及历史收益展示。

为详尽。

贷款方面,多数银行手机银行App贷款专区提供的产品种类较少,功能服务较为欠缺。部分银行无贷款产品介绍,需填写申请内容后才可查询具体的产品费率,或具体产品信息在手机银行上无法全面查看。

信用卡业务展示的详尽程度也不一,部分银行信用卡界面仅展示相关的信用卡服务项目,并无相关卡种或权益介绍。

除提供常用产品功能服务外,场景化的生活服务成为银行传递品牌价值、增强用户黏性的重要途径。

邮储银行将旗下生活类App整合至手机银行App后,服务内容、场景丰富度得到进一步提升,除常用生活缴费功能外,还涉及美食、出行、娱乐等多元场景服务,但也有银行生活服务专区场景消费较为单一,合作商家也较为稀少,仅包括生活缴费、电影票、美食等场景。