

# 辽沈银行 2022 年度前三季度 金融消费者投诉情况分析报告

我行秉承“以客户为中心”的服务理念，时刻关注客户服务体验，将客户投诉作为发现服务质量问题的重要途径之一，作为反射经营管理不足的一面镜子。我行对 2022 年前三季度金融消费者投诉情况进行了盘点分析，查摆了问题、部析了原因，并落实了具体整改措施，明确了下一步工作方向和要求，现将有关情况通报如下：

## 一、前三季度整体服务情况

2022 年前三季度，我行共收到各类消费者投诉 306 件，其中服务类投诉 167 笔，占比 54.58%；业务类投诉 138 笔，占比 45.10%；咨询类投诉 1 笔，占比 0.33%，办结率 100%。

按投诉数量划分，各分行被投诉数量情况分别为：辽阳分行 209 笔、营口分行 62 笔、鞍山分行 15 笔、沈阳分行 10 笔、丹东分行 7 笔、锦州分行 2 笔、客服中心 1 笔。大连、葫芦岛、抚顺三家分行年初以来保持零投诉。

按投诉条线划分，运营条线 157 笔、零售条线 92 笔、其他条线 57 笔，占比分别为 51.31%、30.07%和 18.63%。

受理外部监管渠道投诉总量 51 笔，点均投诉量为 0.59 笔，业务类投诉 43 笔，占比 84.31%；服务类 7 笔，占比 13.73%；咨询类 1 笔，占比 1.96%。

根据银保监局及人行上半年银行业消费投诉情况通报

情况，向银保监局投诉量为 27 笔，占比全省银行业消费投诉 1.43%，占城商行消费投诉的 3.26%；向人民银行投诉量为 9 笔，占人民银行全省上半年投诉总量的 0.58%。我行监管类投诉在全省同业投诉中的占比较低，说明我行服务管理有一定的基础。

## **二、主要原因分析**

前三季度，月均投诉量为 34 笔，一季度主要集中在 1 月份，投诉量上升主要受 1 月份的系统合并、3、4 月份疫情波动、二、三季度河南村镇银行暴雷事件、微信公众号迁移，以及客户不同阶段的诉求和日常管理等多维度因素影响。

**客观方面**，辽阳、营口两家网点多，客群基数大，业务量繁多，管理难度大，相对于其他分行，投诉数量相对较大。

**主观方面**，丹东分行、鞍山分行、辽阳分行还需要关注基础服务管理，特别是丹东分行，尤其需要提升服务水平。

从投诉处理结果来看，存在投诉处理流程不规范、投诉处理技巧性不强、投诉源头处理能力偏弱，管理责任人重视程度不够等问题。整体服务管理水平及业务能力亟待提升。

## **三、下一步工作措施**

**（一）强化服务管理责任，提高思想重视程度。**强化总行客户中心及各分行的服务管理主体责任。各分行负责人要从落实总行服务战略的角度，从思想上给予服务工作高度重视，从行动上支持分管行长抓好服务管理，亲自过问、布置

和监督服务管理工作，全面提升服务水平，将服务打造成“为辽沈银行创造价值”的利器，形成服务品牌竞争优势。

（二）强化投诉管理力度，落实好“首问负责制”。一是要严格落实网点服务“首问负责”、“岗位联动”及“转推介”制度，杜绝“进门无人理、咨询无人应、出门无人送”现象。二是加强网点现场管理。通过使用好弹性窗口、引导好普通客户和服务好特殊客户三方面进行相关工作提示。三是明确网点及管理層投诉处理的相关责任。各分行明确现场投诉主要负责人和直接责任人，对整个投诉环节做好复盘工作，辨析内部责任人员处理方式方法是否需要改进和提升，辅导员工提升投诉源头处理能力，丰富投诉处理方式方法。四是深入摸排内部控制和业务活动中的薄弱环节，查找可能存在的金融风险点，切实做好投诉溯源整改工作。

（三）优化投诉处理流程，缩小投诉处理半径，保障投诉处理时效。总行消保部要优化投诉处理反馈流程，积极履行服务管理的牵头责任，持续优化投诉处理内外部流转机制，客服中心通过协同办公的方式，向总行条线和分行双线送达，避免不知情、送达不及时、处理不透明等问题发生。

（四）健全投诉预警机制，提高投诉处理响应速度。要进一步加强投诉案情分析研判和投诉预警机制建设，对短时间内集中投诉或重复投诉的、与金融消费者切身权益息息相关的、可能对我行声誉造成不良影响或引发金融风险的投诉

应及时做好预警、监测、溯源、分析工作。

**（五）加强考核结果运用，建立分析通报督导机制。**一是将行内与监管类投诉一并纳入考核范围，加强考核力度，将考核结果运用到年终优秀分行及服务明星评选中。二是建立通报机制，加强金融消费者投诉数据监测分析，按月度通报投诉情况，按季度召开服务评审会议，对相关直接责任人及管理责任人进行处罚通报，变“负面”投诉为改善服务水平的“正面”机遇。三是总分行要加强投诉数据分析，充分挖掘投诉数据中的热点、难点、痛点问题，将分析研究成果应用于各项业务管理，让投诉数据成为改善公司治理、强化内部控制、优化服务流程、创新金融服务的重要抓手和有力工具。四是督导分行按时限整改发现问题，及时优化服务管理水平，努力为金融消费者获得更好的服务体验。