

PVcomBank: Thương hiệu tạo thịnh vượng

08:36 13/07/2017

Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam (PVcomBank) đang có những bước đi vững chắc trong việc xây dựng thương hiệu, uy tín trong lĩnh vực ngân hàng.



Thương hiệu được khẳng định dựa trên chính sự trải nghiệm, đánh giá và thẩm định của khách hàng

Trước tiên phải khẳng định rằng, trong nền kinh tế thị trường, hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng thì vấn đề xây dựng thương hiệu, uy tín doanh nghiệp chính là yếu tố sống còn, đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Việc định vị được thương hiệu, khẳng định được uy tín doanh nghiệp trên thị trường, với khách hàng là điều vô cùng quan trọng. Đặc biệt trong lĩnh vực ngân hàng – lĩnh vực then chốt, được ví là huyết mạch của nền kinh tế - điều này sẽ giúp nhà băng chiếm lĩnh lợi thế cạnh tranh trong “cuộc chiến” đang ngày càng khốc liệt với các tổ chức tín dụng, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng khác trên thị trường.

Là một trong số những ngân hàng trẻ tại Việt Nam, ngay từ những ngày đầu thành lập, việc xây dựng và phát triển thương hiệu, khẳng định uy tín trên thị trường đã được PVcomBank ưu tiên hàng đầu để tập trung phát triển.

PVcomBank cũng xác định đây là một quá trình lâu dài chứ không phải chuyện ngày một, ngày hai, không phải đến từ vài lời giới thiệu sản phẩm hay đưa ra các cam kết với khách hàng. Thương hiệu và uy tín của PVcomBank sẽ được khẳng định dựa trên chính sự trải nghiệm, đánh giá và thẩm định của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng.

Với tinh thần đó, trong năm 2016, tiếp nối kết quả của các năm trước, PVcomBank đã triển khai một loạt các dự án nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, nâng cao hiệu quả quản trị ngân hàng. Cụ thể: PVcomBank thực hiện điều chỉnh và bổ sung cơ cấu tổ chức của một số đơn vị theo tiêu chí tinh giản, hiệu quả, thúc đẩy hoạt động kinh doanh; kiện toàn cơ cấu tổ chức, mô hình hoạt động của một số đơn vị theo hướng thúc đẩy kinh doanh, tối ưu hóa mô hình tổ chức, vận hành; tổ chức phân cấp, phân quyền, ủy quyền tại các đơn vị để tránh chồng chéo, đẩy nhanh tiến trình, chất lượng xử lý công việc, nâng cao tính chủ động và tăng tính cạnh tranh của Ngân hàng; chuẩn hóa hệ thống quy trình, quy chế, quy định nội bộ phù hợp với thực tế, đảm bảo tính tuân thủ, phát hiện và ngăn ngừa rủi ro, tạo điều kiện thuận lợi trong hoạt động kinh doanh; xây dựng và hoàn thiện Hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ đạt chuẩn Quốc tế làm cơ sở cho việc xây dựng các mô hình đo lường rủi ro tuân thủ theo yêu cầu của Basel II...

Ngoài ra, trong năm 2016, PVcomBank tập trung hiện đại hóa hệ thống công nghệ thông tin, hoàn thiện nền tảng hạ tầng công nghệ để tiến tới tạo sự khác biệt, mang lại trải nghiệm mới cho khách hàng. Theo đó, PVcomBank tập trung triển khai và đưa vào sử dụng hệ thống thẻ hiện đại SmartVista và hệ thống Phần mềm Ngân hàng lõi Core Banking T24 mới (đưa vào sử dụng ngay từ đầu năm 2017). Đồng thời đa dạng hóa và áp dụng hiệu quả các tiện ích công nghệ phục vụ khách hàng, phát triển hệ thống ngân hàng điện tử với nhiều kênh dịch vụ tiện ích như Internet Banking; Mobile Banking; SMS Banking...; mở rộng mạng lưới ATM trên nhiều tỉnh thành trong cả nước; chính thức phát hành Thẻ thanh toán Quốc tế PVcomBank Master Card.

Để đáp ứng được các sản phẩm công nghệ cạnh tranh như trên, PVcomBank đã chú trọng đầu tư các hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại đảm bảo an ninh, an toàn cho khách hàng giao dịch. Cùng với đó, PVcomBank đang từng bước áp dụng thành công các tiêu chuẩn quản trị công nghệ thông tin theo các chuẩn mực Quốc tế như ISO 27001, ITIL, PCI DSS...

Có thể nói, PVcomBank đang có những bước đi vững chắc trong việc xây dựng và khẳng định thương hiệu trên thị trường ngân hàng. Và theo ghi nhận của nhiều tổ chức xếp hạng tín nhiệm trong và ngoài nước, PVcomBank đã và đang xây dựng được hình ảnh của một “Ngân hàng không khoảng cách”, bước đầu khẳng định vị thế trên thị trường tài chính Việt Nam, là điểm đến tin cậy của khách hàng.

PVcomBank đã triển khai chương trình đánh giá chất lượng dịch vụ trên toàn hệ thống và giám sát tập trung qua hệ thống camera tại Hội sở kết nối đến hơn 80 điểm giao dịch. Thực hiện đo lường chất lượng dịch vụ nội bộ SLA qua hệ thống Service Desk và triển khai dự án áp dụng công cụ cải tiến hiện đại Lean 6 Sigma vào quy trình tác nghiệp nhằm giảm thời gian thực hiện, tránh sai sót, lãng phí.

Năm 2016, PVcomBank đã nhận được 3 giải thưởng Quốc tế uy tín: Giải thưởng Marketing và truyền thông tốt nhất của năm (Advertising Campaign of the Year - VietNam; Website sáng tạo nhất (Website of the Year - VietNam); Ngân hàng bán lẻ đổi mới hiệu quả nhất Việt Nam (Most Innovative Retail Bank VietNam 2016).

Đến hết năm 2016, PVcomBank đã thiết lập quan hệ đại lý mã khóa điện SWIFT với gần 200 ngân hàng tại 55 Quốc gia. Nhãn hiệu PVcomBank đã được đăng ký bảo hộ tại 51 Quốc gia và vùng lãnh thổ.

PVcomBank cũng đã triển khai hợp tác và ký kết thỏa thuận hợp tác toàn diện giữa PVcomBank với nhiều đối tác lớn như VietnamAirlines, FLC, VNPT-Vinaphone, PVPower... nhằm tạo lợi thế cạnh tranh, qua đó tăng cường tiếp cận khách hàng và phát triển thương hiệu.

Hiên Hạnh