



有溫度的銀行

源於客戶需求，佐以數位科技創新

- 簡易登入，不再糾結回憶密碼；
- 智能提醒，不再擔心帳單漏接。
- 互動指引，快速找到所需功能；
- 親切問候，陪伴度過客戶成長。



作為台灣最大的商業銀行，中國信託商業銀行(簡稱「中國信託」)於今年上線數位品牌「Banking in My Way 隨你數位」，強調以客戶需求為核心，不只講求方便快捷，更講究「溫度」。源於客戶需求，佐以數位科技創新，正是中國信託成功的關鍵。

流動的消費者，一致化的互動創新體驗

中國信託成立於 1966 年，為台灣最國際化的銀行，目前在台灣共有 152 家分行，全球設有 114 處海外分支機構。在「正派經營」、「親切服務」的經營理念下，中國信託締造了許多令人驕傲的新紀錄，例如：發行台灣第一張信用卡、成立第一家銀行客服中心、首創台外幣兌換機等。截至目前，中國信託已榮獲 96 項國內外各大獎。

客戶需求時時刻刻都在改變，在數位時代，這種變動更為快速、更加劇烈。據中國信託客戶訪談統計，在數位時代，平均每人持有 3.5 個銀行帳戶，需要被迫學習使用多種不同銀行提供的交易介面。擺在企業面前的問題是，如何以一種全局視角去理解客戶，為客戶提供一致化的互動創新體驗，並讓「全客群、全服務、全通路」都能得到最佳的數位金融體驗。

與 IBM 同行，引領數位科技潮流

數位品牌的推出，代表中國信託的轉型決心，至於實踐轉型的技術，中國信託早在二年前，便攜手 IBM 開始準備。IBM 在台灣地區市占率 6%，前十大銀行占比約 8 成，擁有著豐富的網路銀行經驗積累，並且能夠為企業提供端到端服務，實現規模化創新成果。

從「我們可以提供什麼」到「人們需要什麼」的思維轉變，並不是一件容易的事。IBM 團隊協助中國信託展開規劃，引入設計思考 (Design Thinking) 方法論，舉辦近 80 場訪談與易用性測試，由功能導向轉換為使用者導向，並從「情感設計 (Emotion Design)」出發，助力中國信託完善客戶體驗規劃、使用介面優化，進一步拓展到服務流程設計、全通路架構，打造美好的數位服務體驗，乃至實現突破性的數位技術創新與銀行發展。

全新改版上線的「中信 Home Bank」，至今新用戶成長 33%、突破 280 萬人，客戶滿意度高達 94%；指紋、圖形驗證碼、臉部辨識等多元登入方式，使得月平均登入次數由 15 次增加至 26 次；本次 APP 升級共取得 5 項專利，領先業界首創語音轉帳功能，在創新金融服務上履獲國際肯定。

歷經五十多年歲月洗禮，秉持「We are family」的品牌精神，中國信託早已是台灣家喻戶曉的領導企業。用戶在哪裏，中國信託數位服務就在哪裏。全新的數位思維，將帶領中國信託成為客戶心中最有溫度的數位銀行。IBM 期許與中國信託攜手，讓服務持續升溫，共創美好未來。