

BBVA 金融集團

概觀

BBVA 是一個全球集團，為個人與企業客戶提供全方位金融與非金融的產品及服務。該集團在西班牙市場享譽穩固的龍頭地位，活躍於市場超過 150 年。

BBVA 也在南美洲擁有卓越的特許經營權，名列美國 15 大商業銀行，也是少數躋身中國和土耳其市場的大型國際集團之一。BBVA 在 30 多個國家擁有約 104,000 名員工，並擁有超過 4 億 7 千萬位客戶和 90 萬個股東。

企業需求

BBVA 需要藉由線上工具偵測可能的聲譽風險，以便提升並增加正面意見與客戶滿意度。由 BBVA 分佈全球的分行報告有關於 BBVA 線上形象的個別分析，其中包括了傳播、品牌與聲譽和企業社會責任 (CSR) 部門，但美國、南美洲和西班牙截然不同的樣本與標準讓報告無法達成一致。

解決方案摘要

IBM Cognos Consumer Insight 利用高度的擴充性將此線上分析程序自動化。該解決方案可以辨識關於 BBVA 與其品牌的線上留言，找出主旨、類型、日期、作者、標題和國家/地區。將定期檢查與分析新聞頻道、部落格、討論區 Facebook 和 Twitter，最後以一致、容易瞭解的分析報告提供深入見解。

優點：

讓 BBVA 能以一致的方式回應客戶需求，並深入瞭解客戶的意見反應。提供 BBVA 衡量投資報酬能力，以及維持股東與客戶忠誠度的方法。顯示正面或負面的觀點是否增加、找出留言的來源及理由，並對決策及規劃有所助益。

解決方案導入

尋找降低聲譽風險的工具

BBVA 想要透過社群媒體，瞭解現有客戶與潛在新客戶對他們的想法。因此，銀行實施了一套自動消費者洞察解決方案，線上監控並衡量品牌感知的影響，無論是客戶在社群媒體網站上的留言（Twitter、Facebook、部落格等）、線上文章中有關 BBVA 與其競爭者的專家見解，或是提及 BBVA 的新網站，目的是偵測可能的聲譽風險，或是潛在的商機。

此分析工具所產出的洞察報告讓 BBVA 有機會化解聲譽上的挑戰，並持續建立正面意見。例如，藉由將其傳播策略專注於特定網站上，銀行現在可以回應負

面（或正面）的品牌感知，回應 Twitter、討論區和部落格上最直言不諱的作者，或是獲得他們的背書肯定。

不斷追求進步

2009 年時，BBVA 開始使用一套稱為企業品牌聲譽分析 (COBRA) 的 IBM 社群媒體研究資產，作為 IBM 與銀行創新部門的試驗。這項試驗證明了銀行不同領域的高度成功，包括傳播、品牌與聲譽、企業社會責任、消費者洞察和線上銀行部門。

接著 BBVA 傳播部門決定著手進行一項新專案，只要部署單一工具，便可讓整個集團分析所有提及 BBVA 的網路留言，並在各種線上社群中監控銀行的品牌感知。銀行決定導入 IBM Cognos Consumer Insight 整合全球所有分行傳播，讓他們能使用相同的樣本、模型與分類法。

IBM Cognos Consumer Insight 可讓 BBVA 監控社群媒體網站（例如 Twitter、Facebook 和留言板）上目前與潛在客戶的聲音、辨識部落格中有關 BBVA 與其競爭者的專家意見，並且控制新通路中銀行的出現，以便洞察民情，並偵測可能的聲譽風險。這些新資訊將分配給 BBVA 的各業務部門，讓銀行能一次綜觀企業的所有領域。

密切關注線上聲譽

這套解決方案已在西班牙導入完成，而且 BBVA 的線上傳播團隊已經獲得助益。

銀行線上傳播部門表示：「每天 Twitter 上都張貼了大量資料，對我們來說是絕佳的資訊來源。為了有效運用此資源，我們需要尋找更好、更快、更詳細的方法來擷取、儲存及分析資料。我們認為 IBM Cognos Consumer Insight 可協助我們區分依預設條件收集到的所有資料，例如作者、日期、國家/地區和主旨。這讓我們可以完全專注在確實相關的留言和新項目上，不論他們是正面、負面或中立的。」

「此解決方案的絕佳之處，在於協助我們將重心放在線上討論區最重要的主題上，並且立即規劃採取最適當的正確反應。」該部門補充：「有了初始 COBRA 專案的成就基礎，新的解決方案讓 BBVA 能密切監控留言與貼文、改善決策過程，並從而提升銀行的線上名聲」。

「當 BBVA 偵測到負面評價時，便產生了聲譽風險。」IBM 諮詢顧問 Miguel Iza Moreno 解釋：「Cognos Consumer Insight 提供的報告系統能找出負面意見起

源，而 BBVA 則建立了一套判斷如何反應的內部協議。這可能透過新聞稿或與使用者直接溝通時發生，有時候看來似乎不需採取任何行動；即使負面評價被視為「不切題」或「無害」，解決方案也會強調這些情況。相同的程序也適用於正面評價：解決方案讓銀行可以遵循標準而結構化的程序，利用正面的洞察瞭解提高銀行聲譽。

明確的成果

從 COBRA 試驗專案開始，該解決方案在 2011 年上半年帶來顯而易見的好處。關於公司的正面意見增加了超過一個百分點，而負面意見減少了 1.5 個百分點，表示西班牙地區數以百計的客戶和股東對於 BBVA 的滿意度正在提高。另外，全球監控也獲得改善，在分行與國家間進行比較時，提供更高的可靠性。

「BBVA 的資訊收集與分析方式已經展現大幅進步，我們肯定這和 COBRA 試驗專案一樣會為我們帶來明確優勢。」銀行表示：「我們已經達成最需要的目標：只利用單一工具，便統整我們商業策略的線上檢測、允許更詳細、結構化且受控的線上資料分析。」

Software:

Cognos Consumer Insight, Cognos Business Intelligence, SPSS Social Media Analytics

Services:

GBS BAO: Advanced Analytics and Optimization, IBM Global Business Services