

周口农商银行优化服务助力营销

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 汪倩）今年以来，周口农商银行立足支农支小支微的市场定位，牢牢把握信贷业务主线，以客户为中心，以市场为导向，不断充实信贷人员队伍，加大营销推广力度，实现了信贷产品和服务方式的双重创新，有效提高了信贷资产质量。

明确思路，推进转型。“开门红”活动结束后，周口农商银行及时召开信贷业务专题会议，出台信贷管理办法，对全年的信贷业务进行安排部署，明确各

部门岗位职责。对全辖客户经理进行职业资格测试，大力推进信贷下沉工作，及时在全行选择 10 个有条件的网点先行示范，配备具有贷款调查能力的客户经理进行分片区贷款营销，以达到增户扩面的效果。

创新服务，提升体验。周口农商银行扩大“金燕 e 贷”目标客户群体，针对小微企业、个体工商户、私营业主加大营销推广力度，加强市场研判，及时调整营销思路和产品定位，满足不同客户群体的

信贷需求。创新线上信贷产品“周到货”，实现了客户线上自助申请、系统自动评估、自动授信、客户自主用信、放款秒到账，客户群体扩大到全辖市民。“周到货”自 6 月份上线以来，已注册用户 953 户，其中完善信息后提交测试额度的用户共 454 户，通过 292 户，授信金额共计 5728000 元，户均授信 19616.4 元；已放款 36 户，共计 555200 元。

全员营销，阳光放贷。周口农商银行积极响应省联社大学习、大培训的号

召，开展“每周三集中学习日”活动，加大对全体员工的培训力度，丰富信贷知识，利用网点优势进行交叉营销，提高以贷引存能力。整合信贷人员，选配优秀大学生员工充实到信贷队伍中，采用帮带、培训、实地调查等多种方式提升客户经理的职业素质和能力；将薪酬重点向信贷倾斜，提升客户经理的工作积极性；同时，规范前中后台信贷流程，出台相应尽职尽责制度，建立客户经理愿贷、敢贷、能贷的长效机制。②8

沈丘农商银行 全面启动整村授信工作

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 张帆 任侠）日前，记者从沈丘农商银行获悉，今年以来，针对村镇经济对资金需求的特点，沈丘农商银行全面启动整村授信工作，不断加大小额贷款投放力度，有效推动农村信用体系建设和普惠金融工作，助力乡村振兴。

制定管理办法，规范操作流程。该行制定出台《整村授信贷款业务管理办法》，对授信对象与开办条件、业务流程管理要求和风险管控等方面进行细致规定，形成一套完整规范的操作流程。

加强业务培训，提高工作效率。该行不断加强营销技能培训，通过开展外拓式营销培训、“线上+线下”相结合实战营销训练和召开整村授信工作推进

会，着力提升业务拓展水平和团队协作能力。

考核激励约束，创新营销方式。该行建立考核激励约束机制，结合各支行实际，围绕业务发展情况，因地制宜划分任务，明确时间进度，制定奖罚标准，确保整村授信工作做细、做实、做出成效。同时，创新营销方式，实施工作人员错时走访，晚上走访、周末走访制度，提升营销效果，为开展整村授信工作打下坚实的基础。

简化制度流程，推动工作开展。该行以全套业务流程化为模板，以零售业务批量化为导向，以客户管理网格化为依托，以业务操作电子化支撑，通过“普惠签约、移动办贷、电子放款”的方式积极推动整村授信工作开展。②8



项城农商银行整村授信工作人员进村入户为村民进行信息采集,提供线上贷款服务。

刘芳 摄



商水农商银行员工在张庄乡李寨村进行逐户授信。

韩雪 摄

西华联社“五个坚持”发力贷款营销

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 赵亚威）今年以来，西华联社紧紧围绕省联社、周口市农信办 2019 年工作目标，多方储备、精准营销、创新模式、优化服务，贷款营销工作取得了可喜成绩。截至 5 月底，西华联社贷款余额 415343.06 万元，较上年增长 30224.79 万元，占西华金融市场份额的 55.64%，在全县金融机构中位居首位。

坚持党建统领，打造“党支部+大走访”信贷营销新模式。今年以来，西华联社各党支部积极与各行政村党支部对接结对，启动“普惠金融+备用钱包”大走访，

全面了解和掌握辖内农户、小微企业金融服务需求，打造稳固农村金融阵地。

坚持全员考核，不断增户扩面提升市场份额。西华联社制订出台《“乡村振兴助力贷”集中营销活动方案》，明确活动目标，细化任务分配，确定考核奖励办法。各基层信用社对照任务指标，以整村授信为抓手，沟通、协调各行政村党支部书记、村长召开村民会议，逐户营销。同时，多渠道宣传新型贷款产品。机关科室人员人人有任务、人人有压力，上下联动，共同推进。截至 5 月底，全辖授信 22321 户，较年初净增 1994

户；“金燕 e 贷”累计发放 1930 户，金额 11285 万元。

坚持精准营销，确保信贷投放不走过场。西华联社结合实际，合理均衡构建网格，个人金融部深度走访网格内街道、市场、机关事业单位，通过多种形式进行宣传、合作，宣传覆盖率达 100%；各基层信用社在当地进行地毯式扫街营销、走访，根据不同客户多样性资金需求，实现“金燕 e 贷”“家庭贷”“惠农收粮贷”等贷款产品的精准投放。

坚持做优做全，打造客户经理“移动金融百货超市”。西华联社对客户经

理进行专业性营销培训，提升客户经理营销水平与营销技巧，力求客户经理在为客户办理信贷业务的同时，将本社存款、手机银行、金燕 e 付二维码等业务宣传介绍给客户，为每一位客户提供全方位、多样性的现代金融服务。

坚持廉洁阳光，保障助力乡村振兴不打折扣。西华联社在各乡镇街道公示办贷标准、办结时限、受理渠道、投诉电话等信息，坚决杜绝客户经理办贷过程中的吃、拿、卡、要等现象，发现一起，从重处理一起，切实保障本社信贷工作助力乡村振兴不打折扣。②8

扶沟农商银行 网格化营销推动整村授信全覆盖

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 王团结 单什）今年以来，扶沟农商银行充分发挥支农主力军作用，积极践行普惠金融，以网格化营销推动整村授信全覆盖。截至 5 月底，该行已走访 350 个村（街、区）、95 个单位，累计对全县 2.18 万户居民进行了评级授信，较年初新增 4579 户，全辖贷款余额已突破 39 亿元。

该行把评级授信整村推进工作列为重点工作，成立了以董事长为组长的工作小组，领导班子成员包片督导，基层支行行长为本乡镇整村授信第一责任人，形成一把手挂帅、上下联动的工

作格局；出台整村授信实施方案，统筹部署推进的措施、步骤；基层支行结合所辖乡镇行政村实际，主动对接，确定各村（街、区）主要联络人，对营销的次序、人员、时间等进行具体规划，细化作战图；利用村广播、宣传车等对整村授信工作进行宣传，共印制宣传彩页 30000 余份，与村委对接召开村委联席会议，广泛宣传整村授信金融服务；出台尽职尽责办法和奖励措施，充分调动员工的积极性，促使信贷人员深入一线，分组逐村进行网格化营销，推动整村授信工作迅速铺开，使金融“活水”流进千家万户。②8

淮阳联社豆门信用社 宣传推广整村授信暨“金燕 e 贷”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 李文）按照淮阳联社党委的工作部署，6 月 19 日，淮阳联社豆门信用社在该乡张集行政村开展整村授信暨“金燕 e 贷”推广活动。

活动开始前，该社经营班子提早谋划，做好预案，对宣传策划、礼品采购、走访入户等环节进行了细致分工。通过扎实的前期宣传，活动当天，授信现场人头攒动，该社通过扫码进群送礼品、办理成功砸金蛋等活动，大力宣传整村授信信贷模式和“金燕 e 贷”产品，开展形式多样、渠道新颖的营销活

动。“一次授信、三年有效、随借随还、按日计息”的信贷模式得到了群众认可，当天，累计成功授信 70 余户，金额 430 万元。

整村授信，就是针对农村资金需求“小额、分散、快捷”等特点，以一个行政村为单位，提前对符合条件的辖区居民给予一定信用贷款额度的承诺。“金燕 e 贷”是省联社推出的互联网金融信贷产品，实现了自助贷款申请、自助签约放款、自助还款结息等，具有足不出户、手续简便、无需担保抵押、一次授信循环使用等产品优势。②8



鹿邑农商银行客户经理向当地收粮大户营销“金燕收粮贷”。

谢露霜 摄

郸城联社金融“活水”助推县域经济发展

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 薛冰川）近年来，郸城联社有效调动全员贷款营销积极性，规范信贷流程，提高信贷透明度，引金融“活水”浇灌“三农”，奏出支持县域经济发展的最强

音。

优化队伍，激发活力。该联社完善客户经理退出、准入机制，落实信贷持证上岗制度和长效培训机制，加强信贷员业务技能培训，推动信贷队伍年轻

化、知识化和专业化；坚持“走出去，引进来”相结合，认真学习、借鉴优秀商业银行信贷管理办法，倡导尽职尽责，增强客户经理岗位吸引力，真正调动信贷工作积极性和主动性。

全员营销，人人参与。该联社树立以市场为导向、以客户为中心的营销理念，拓宽营销思路，构筑先进营销网络，不断细分市场和客户，提高信贷营销针对性，积极抢占信贷市场。各基层信用

社对所在乡镇进行分片管理，县域营业网点采用网格化营销方式，全员参与，人人营销。

阳光信贷，合规操作。该联社依据郸城县域实际，不断创新贷款品种，满足客户多样化、个性化需求，公开办贷条件、流程、办结时间和监督方式等内容，努力实现信贷营销阳光操作、信贷服务廉洁高效、信贷过程合法合规、信贷管理科学有效。②8

农商银行(农信社)
服务乡村振兴在行动