



## 热烈庆祝周口市农商银行(农信社)新增存款100亿元 总额突破1400亿元

周口农商银行经济开发区支行

### 全力以赴奋战首季“开门红”

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 汪倩)自2021年“开门红”战役打响以来，周口农商银行经济开发区支行不断强化网格化营销、交叉营销和全员营销，互评互学找差距、真抓实干促提升，有力推动了存、贷、电子银行等各项业务发展。

提前谋划早动员。“开门红”活动方案一经确定，经济开发区支行第一时间召开会议，传达总行党委精神，对各项

任务指标逐一解读，并细化分解到天、落实到人，同时开展全员营销，以奖代罚、多劳多得，充分调动了全体员工的积极性。

全员发力齐奋进。作为周口首家5G智慧银行，经济开发区支行在依托良好的软、硬件设施保证优质的柜面服务、厅堂服务的同时，积极开展外拓营销，邀请商户、企业职工、社区居民参与腊八粥、送春联、闹元宵、线上抽奖等各

类春节活动，及时对存量客户进行业务提醒，量身定制农商银行专属餐巾纸盒，进一步增加了客户粘性。此外，该行大力开展对公存款“百户工程”，对辖内财政大户进行多次走访、全面渗透、集中攻关，力求全业务合作。目前，该行已累计走访黄淮市场蔬菜区、副食区商户157户，走访餐饮、休闲商家107户。

关怀督导双驱动。一季度是营销旺季，该行在加大工作力度的同时全力做

好员工的后勤保障，主动提供手套、耳暖等防寒用品和误餐补助、油补，并常态化开展一对一谈心谈话，及时解除员工的后顾之忧。同时，按照贡献度、业绩等综合指标定期评选先进并进行奖励，激发员工互学互促、共同进步的干劲。目前，该行一季度以来已办理银行卡319张、微信银行407户、有效对公户11户，完成2021年“开门红”存款任务3890万元。

西华联社李大庄信用社

### 全面发力取得“开门红”战役首胜

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 赵纯亮 赵亚威)今年以来，西华联社李大庄信用社早部署、抓营销、提服务、严考核，全体员工共同努力，各项目标计划均超额完成，1月份取得了全县综合业绩排名第一的优异成绩。

全面宣传造氛围。该社定期在乡直机关、学校、超市、社区、集市等人员密集的地方开展宣传活动，广泛提升“周周

赚、周到贷、天使贷、园丁贷、装修贷、金燕易付”等产品知名和认可度。班子成员带头积极走访企业、个体工商户、外出务工经商大户，争取大客户信赖和支持。

优质服务作保障。该社持续打造温馨美好的厅堂内外环境，为客户营造一个温馨、热情氛围，提高客户的舒适感和满意度；充分调动新员工、实习大学生、大堂经理和保安人员的积极性，做

好客户的宣传、引导和分流工作，减少客户等待时间；设立优质储户专项窗口，充分宣传利用POS机刷卡无手续费优势，推动存款资金快速增长。

细化考核增力度。该社将“开门红”各项工作任务进行合理分配，每人每月准备500元专项考核资金，根据任务完成情况进行考核奖惩；建立营销任务考核台账，严格进行专项考核，

每日通报营销推进情况；每日召开晨夕会，对营销工作进行总结部署和督促落实。

以贷引存找突破。该社在积极为客户提供信贷业务满足客户资金需求的同时，同步做好存款及银行卡营销工作以及手机银行、微信银行、短信提醒等关联业务的宣传推广，进一步满足客户需求，提升“开门红”营销质效。

淮阳联社鲁台信用社

### 凝心聚力共赢首季“开门红”

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 鲁一鸣)新年伊始，淮阳联社鲁台信用社抓住春节期间各项金融业务营销办理的有利时期，持续开展各类内容丰富、形式新颖的营销宣传活动，掀起“开门红”营销热潮，取得了良好成效。

积极营造节日氛围。为带给客户全新的服务体验，鲁台信用社负责人与本社职工共同商议网点装扮事宜，积极征求和采纳职工意见和建议，制订营业厅内外布局方案，在营业厅内装饰春联、剪纸、中国结等饰品，全力营造喜庆、温馨、祥和的节日氛围，让前来办理业务的客户感受到浓浓“年味”。

不断提升厅堂服务。春节营业期间，该社负责人常驻厅堂一线，发挥领导表率作用，为前来办理业务的客户提供咨询服务。大堂经理尽职尽责，积极做好客户的分流和引导，认真听取和了解客户诉求，发现挖掘客户潜能，有针对性地为客户宣传介绍各类存贷款产品，尽力满足客户的金融需求。

强力推广普惠金融。该社以外出务工人员返乡过年为契机，组织员工走村入户积极开展内容丰富的普惠金融活动，进一步维护了农信社良好的社会形象。该社将精心制作的春联及各类宣传彩页送到群众手中，并通过悬挂宣传横幅、张贴宣传海报、书写墙体广告等形式宣传信用社各类存贷款产品，得到了客户的好评。



鹿邑农商银行高集支行做好金融服务，全员奋进“开门红”。  
石家豪 摄

太康农商银行逊母口支行

### 多措并举推进“开门红”

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 刘梦丹)今年以来，太康农商银行逊母口支行强化党建引领，广泛宣传营销，提升服务水平，“开门红”各项工作迅速推进。截至目前，该支行各项存款余额达8.61亿元，较年初净增6200万元。

慰问老人美名扬。该支行积极推进“党建+金融”服务联盟，践行“百姓银行”的责任与担当，在年初深入全镇39个行政村慰问1700余名80岁以上的老人。此举使乡亲父老深受感动，受到镇党委、政府的大力支持和社会各界的高度评价，为“开门红”工作开好头、起好步奠定坚实基础。

广泛宣传掀热潮。该支行以存款“一二五”工程为指导，每位员工分包两个行政村，全体员工进村子、访商户，深入开展宣传，主动探寻客户需求，提供全方位金融服务。同时在各行政村发展“外部金融助理”，并利用乡村大喇叭宣

传金融知识和本行的产品、服务。与县道情剧团联合开展送戏下乡活动，收到良好宣传效果。

做全业务巧营销。该支行深入开展“三扫五进”“网格化营销”活动，为客户提供各类存贷款产品、手机银行、金燕e付、微信银行、ETC等产品和服务的优化组合，尽力满足不同客户的个性化、差异化金融需求。同时对重点客户精准营销，注重以贷引存做全业务，受到客户的普遍认可。

文明服务再提升。该支行在网点建设、服务表现、员工素质、业务开展等方面不断提升，引导员工坚持微笑服务、细心服务、文明服务，把客户服务高品质贯穿于工作的全过程，促进整体服务水平的持续提升。2020年度该支行被总行评为“文明服务先进单位”，并于2021年初完成了网点改造升级。



项城农商银行范集支行开展“三扫五进”营销活动，走进周边商超、街道入户宣传。  
李梦格 摄

项城农商银行范集支行

### 多举措促资金组织工作提质增量

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 张志华)2021年“开门红”活动启动以来，项城农商银行范集支行强化绩效考核，提升客户服务体验，丰富营销手段，实现了资金组织工作稳中有增。截至2月20日，范集支行各项存款余额52811万元，较年初增加6267万元。

强化考核，提升资金组织动力。范集支行成立资金组织调度小组，采取大

客户按时点监测、重点客户重点维护、晨夕会通报存款进度等措施，确保存款稳中有升；专列存款拓展计划任务和营销使用，引导员工自主开展存款拓展活动；新老员工之间、内勤外勤之间两两结对帮扶，小组之间开展业绩PK，支行班子成员争当表率拓展存款大客户，每日晨会通报业绩完成进度，营造比学赶帮超优良竞争氛围。

强化服务，改善客户服务体验。范集支行强化员工服务意识，提升员工服务技能和业务素养，全面提升厅堂业务效率和服务质量。春节期间延长营业时间，针对客户多是老年人的实际情况，增设“绿色通道”，方便其办理业务。安排专人在厅堂轮值，发放宣传单页，开展一对一营销服务。

强化营销，转变揽储工作思路。该

支行转变揽储工作思路，由被动变主动，推出线上答谢会、节日客户答谢会等新春营销活动，邀请客户参加，增加客户粘度。通过微信视频、抖音号等新媒体平台和张贴标语、现场讲解等形式，加强本行产品和服务宣传。持续开展“三扫五进”“网格化营销”等活动，上门拜访客户，融洽与客户的关系，为存款稳定增长奠定良好基础。

郸城联社

### 多措并举开展“开门红”营销

**本报讯**(孙北平)自“开门红”活动开展以来，郸城联社辖内各信用社(部)多措并举，持续加大存款营销力度，迅速掀起“开门红”热潮。截至目前，郸城联社各项存款余额突破170亿元。

“党建+金融”，凝聚合力。该联社各基层信用社积极探索“党建+金融”工作新模式，建立了村支部与信用社党支部联合的服务体系，联社营业部、秋渠信用社、巴集信用社分别与当地党委、政府和街道办事处签订了“党建+金融”金桥联盟协议，有效破解了农信社好的金融政策与广大群众融资困难的信息不对称问题，及时有效为一大批个体工商户、种养殖户大户、小微企业解决了融资问题。

科学谋划，精准营销。各营业网点精心部署，辖区内各信用社开展针对性营

销。秋渠信用社辖区内农业大户、农民专业合作社等新型农业经营主体较多，资金需求量大。该社从实际出发，加大金融支农支小力度，对养殖、种植和农副产品深加工等类别贷款实行优惠政策，有效降低新型农业经营主体经营成本，满足了他们的金融服务需求。

科技赋能，普惠金融。该联社以“周到贷”、微信银行等线上自助金融产品推广为突破点，打造金融服务进村进社区工程，将现代化普惠金融延伸到乡村和社区。同时有效运用普惠金融流动宣传车，主要面向城乡结合部、郊区等偏远地区的服务点，按照时间节点和路线图，走村入户为客户提供存取款、转账汇款、挂失缴费、零币兑换等金融服务，为特殊客户群体解决了“办事远、办事难、办事慢”的问题。

扶沟农商银行大新支行

### 打好“组合拳”赢得“开门红”

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 焦伟伟)2021年“开门红”活动启动以来，扶沟农商银行大新支行统筹部署，多方协作，全员发力，各项业务均保持稳中向好发展势头。截至目前，该支行存款余额96421万元，较年初增长10803万元；贷款余额8666万元，较年初增长618万元；微信银行累计绑卡4352张。

明确工作目标，激发全员干劲。该支行按照总行“开门红”活动实施方案，结合辖内实际情况，明确了“扩增量、稳质量、保效益”的营销战略目标主线，紧盯存款、贷款、网络金融三项重点工作任务，加大考核力度和奖惩措施，充分激发全员主观能动性，变“被动服务”为主动营销，迅速掀起“大干一季度，勇夺‘开门红’”的工作热潮。

筑牢安全防线，保障客户权益。该支

行通过晨会练习、夕会总结等多种形式，从细节入手，从客户角度出发，精心布置营业厅堂，在显眼位置张贴海报、气球、贴纸等装饰物，突出春节和“开门红”主题，将营业厅堂装扮一新，营造了喜庆红火的节日氛围。同时合理安排人员轮班，做好厅堂引流，确保业务高峰期网点全天候、满窗口服务，以优质贴心的服务赢得客户的青睐和点赞。

沈丘农商银行冯营支行

### 奏响“营销三部曲”

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 张帆)2021年“开门红”活动启动以来，沈丘农商银行冯营支行紧盯目标任务，以全员上阵、全力营销、全新造势“营销三部曲”，不断加大资金组织力度，全面提升整体业务营销水平；另一方面，实行“支行行长对接大客户，基层员工维护存量客户”的营销机制，头雁领航，逐级对接，分层营销，全力确保存款持续稳定增长。

全员上阵，奏响增存揽储交响曲。该支行紧抓“阵地营销+渠道营销”，深耕厅堂留住客，主动“靓化”营业环境，在网点醒目位置张贴“开门红”海报，打造“年味”网点，从人员分工、客户分流、产品设置、客户服务等方面紧密部署，细致规划，不断提升综合服务水平；有效利用微信朋友圈、抖音、电话营销等多种形式开展营销活动，同时，与村两委密切对接，利用村委广播积极开展营销宣传，切实形成了强烈宣传营销攻势。

全力营销，奏响增存揽储攻坚曲。该

支行大力实施“分层+网格化”的交叉营销策略，一方面加强内部联动，以“挂图作战”为指引，将存款营销工作与贷款营销、微信银行、“金燕易付”等各类营销相结合，不断提升整体业务营销水平；另一方面，实行“支行行长对接大客户，基层员工维护存量客户”的营销机制，头雁领航，逐级对接，分层营销，全力确保存款持续稳定增长。

全新造势，奏响增存揽储交响曲。该支行紧抓“阵地营销+渠道营销”，深耕厅堂留住客，主动“靓化”营业环境，在网点醒目位置张贴“开门红”海报，打造“年味”网点，从人员分工、客户分流、产品设置、客户服务等方面紧密部署，细致规划，不断提升综合服务水平；有效利用微信朋友圈、抖音、电话营销等多种形式开展营销活动，同时，与村两委密切对接，利用村委广播积极开展营销宣传，切实形成了强烈宣传营销攻势。

商水农商银行固墙支行

### 勇夺存贷“开门红”

**本报讯**(记者 张艳丽 通讯员 李文涛)今年以来，商水农商银行固墙支行及早谋划，全员发力，固强补弱，取得存款“开门红”。截至2月22日，该支行存款较2020年末分别增加4468万元、350万元，完成累计考核目标任务的103.20%、174.96%，占比均居全行第二名。

打造氛围。该支行开展卫生大扫除、更换老旧门头设施。在总行统一配备灯笼、地贴、绿植、宣传物品的基础上，结合自身情况进行再布置再打造，营造简约喜庆、服务客户的氛围。以“党建+金融”金桥工程为载体送戏下乡，丰富群众的文化生活；开展慰问80岁以上老人活动，为全镇近1500名老人送来米油送祝福，让他们及其家属感受到关爱，拉近

客户的距离。

宣传营销。该支行在网点利用LED显示屏、音响滚动播出宣传标语、产品信息、利率优势等；积极开展厅堂抽红包、厅堂微沙龙、一句话营销、电话营销等；进行外拓营销，分发存贷款、电子银行产品的宣传折页、海报；充分运用微信朋友圈、美篇、视频号、抖音等新媒体宣传形象、推介产品。

全员发力。该支行汇聚“支行班子+柜员+大堂经理+客户经理”力量，形成工作合力。在做好网点服务的同时，行长、主管会计带领全行员工利用下班时间开展“三扫五进”活动，宣传存贷款、电子银行等业务。每天召开晨夕会，安排、总结当天工作，通报各员工当天任务完成情况。