



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

周口农商银行建设路中段支行

念好“三字诀”

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 汪倩)“开门红”活动启动以来,周口农商银行建设路中段支行以目标任务为导向,科学谋划、全员营销、周到服务,有力推动了各项业务发展。截至目前,该支行新增存款3990万元,完成任务的110%;“周到贷”授信96户,完成任务的128%;微信银行营销1510户,完成任务的108%。

早谋划,激发营销热情。活动开始前,该支行召开动员会,对各项指标任务进行分解,明确到人,并由支行行长承担起主体责任,主动认领高额营销任务,在每日晨会中分享支行先进典型事迹,鼓舞人心、激发干劲。要求全员揽储从亲朋好友抓起,实现家人、亲属、朋友、同学与该支行的全业务互动。

快行动,抢占市场先机。该支行全面贯彻“周到服务”理念,熟练掌握各项业务知识和操作技能,实现柜台与厅堂

的良性互动、高效分流,全面提升客户体验。做好存量客户的跟踪维护,提前梳理名单,对即将到期的“开门红”客户进行电话邀约提醒,并以春节期间电信诈骗事件高发为例进行金融知识宣讲,以防客户上当受骗,用真情换真心。持续开展“三扫五进”活动,强化外拓营销、常态化上门服务,加大新产品、新业务的宣传推广力度。

深推进,打造发展引擎。该支行深挖潜在客户,及时添加意向客户微信,有合适产品及时推介,并不时嘘寒问暖、发送节日祝福和活动邀约,以坚持赢得客户。深抓话术营销,要求所有一线人员熟知每一款金融产品的特色优势,并根据客户心理预期、年龄结构、工作岗位分类营销。从细微处着眼,美化网点环境,强化厅堂管理,并从物质和精神两方面关注员工成长和进步,以硬核支撑解除员工后顾之忧。

夺取“开门红”



周口农商银行建设路中段支行员工热情为客户讲解微信银行的使用方法。汪倩 摄

西华联社清河驿信用社

真抓实干决胜首季“开门红”

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 马彦磊 赵亚威) 今年“开门红”活动开始以来,西华联社清河驿信用社转变服务理念,建立健全工作机制,多措并举提高存贷效率,切实打好“开门红”决胜战。截至2月28日,清河驿信用社新增各类贷款3001万元,目前贷款余额为9033万元,完成第一季度贷款任务的22%;存款增加3910万元,在完成前两个月存款任务的基础上,提前完成第一季度存款任务的79.5%。

积极转换服务理念。清河驿信用社引导客户经理主动出击,上门营销,高效服务。积极开展整村授信活动,建立健全存款工作机制,增设营业窗口,柜员全体上岗,减少了客户等候时间,提高了存款吸收效率。

坚持支农支小导向。清河驿信用社大力开展农户小额经营贷款、公职人员小额消费贷款、户贷户用小额扶贫贷款营销,积极推介“收粮贷”“商易贷”“公

马贷”“光伏贷”“脱贫助力贷”等适合当地群众的贷款产品,满足辖内群众贷款需求。

着力优化办贷流程。清河驿信用社严格实行线上贷款当天办结、小额线下贷款2日内办结、大额贷款一周办结制度,认真梳理办贷流程,合并简化办贷程序,切实做到让客户只跑一趟,提升办贷效率。截至2月28日,清河驿信用社手机银行用户新增450户,完成第一季度任务的15%;微信银行绑卡新增1600个,完成第一季度任务的105%;“金燕e付”新增用户32户,完成第一季度任务的106%。

严把新增客户质量。清河驿信用社严格贷款手续资料审核,严把贷款质量源头关。提高信贷质量,对按月结息、自动划扣利息客户提高信贷额度,合理设置贷款期限,培养客户按月结息习惯。根据客户账户情况给予贷款利率优惠,提升贷款客户资金归社率。



西华联社清河驿信用社主任马彦磊带队调研辖内农户生产情况。谢文超 摄

淮阳联社刘振屯信用社

因地制宜全面做好“开门红”工作

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 鲁一鸣) 今年以来,淮阳联社刘振屯信用社深入贯彻落实上级联社2021年首季“开门红”各项工作部署和工作举措,结合实际情况,对业务发展进行分析和总结,及时调整和优化存款结构,因地制宜制订出切合实际的营销活动方案,形成良好的“开门红”工作局面。

做好相关宣传工作。为更好完成首季揽储工作,刘振屯信用社开展形式多样的宣传活动,充分利用民间庙会有利时机,组织员工前往辖内紫荆台行政村宣传金融产品,通过发放宣传彩页等方式进行宣传,取得了良好的效果。

提升业务服务水平。刘振屯信用社着力提升服务质量,深化网点规范化

服务,加大对客户经理、大堂经理、临柜人员岗位工作的管理和考核力度,对自助设备加强维护和管理,提高自助设备的开机率、使用率。业务发展做到按日监测进度、按月考核通报,对各项指标任务完成进度、活动中的典型经验和业务亮点及时进行通报、宣传和推广,发挥示范效应,激发了员工的工作热情。

充分发掘客户资源。营销过程中,刘振屯信用社员工积极向潜在客户介绍相关产品,推介存款和贷款产品,并根据客户反馈意见进一步制订完善后续服务方案,保存客户联系方式和基本信息,建立潜在客户台账,并在后期做好电话回访,最大限度发掘客户资源。



扶沟农商银行练寺支行积极开展“党建+金融”金桥工程,深入村组为客户提供上门服务。焦洋 崔亚杰 摄

鹿邑农商银行试量支行

喜传“开门红”捷报

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 任星光) 今年以来,鹿邑农商银行试量支行找准工作的出发点和落脚点,全力以赴开展好首季“开门红”各项工作。截至2月28日,该支行存款余额达70493万元,较年初增长7405万元,完成总行下拨任务的109.41%;贷款共计983笔,存款余额11505万元,较年初增长963万元;开通个人手机银行18950户,较年初增长1104户,完成任务的101.28%。

一年之计在于春。年初,该支行提前召开全体员工会议,安排部署首季“开门红”工作,要求全体员工上下一心,以存款为终极目标,认真完成总行下达的各项工作任务,做到了目标早确立、任务早下达、措施早出台,使得员工工作有方向、奋斗有目标。

存贷营销在于勤。该支行变“等客户”为“找客户”,迈开腿、张开嘴、走出

去,主动出击,深挖潜能,掀起揽储热潮。在进行厅堂营销的同时,到街道、行政村、超市等地深入宣传,利用平板电脑进行移动办公,积极营销各类信贷产品。同时,积极做好手机银行、微信银行、短信提醒、POS机、社保卡等业务的宣传推广。

扎根群众在于情。该支行始终坚持“根系三农,相融共生”的服务理念,开展春节慰问高龄老人专项走访活动,为他们送去大米、春联和最真挚的祝福,与客户建立了良好的关系。

身先士卒在于率。该支行行长率先垂范,带领主管会计和信贷会计在厅堂协助大堂经理维持秩序、分流客户,4个综合业务窗口、1个信贷业务窗口、1个非现金区柜台、2台POS机和2台ATM机协同办理业务,使得业务办理更有效率。

项城农商银行个人金融部

多方发力 信贷营销取得新突破

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 张志华) 今年“开门红”活动开展以来,项城农商银行个人金融部转变营销思路,广泛开展宣传,完善服务体系,多方发力,信贷营销取得新突破。截至2月底,累计营销贷款1108笔,合计金额28159万元,完成“开门红”目标任务的132.14%。

转变营销思路。该行个人金融部主动送货上门,将信贷营销与市场调研紧密结合,精准掌握辖内企事业单位公职人员、教师、医护人员及个体工商户一手资料,建立优质客户档案和定期沟通交流机制,实行客户经理与客户“一对一”对接。通过上门走访详细了解客户经营情况、金融需求情况,开展精准贷款营销,为后期深入开展金融服务打下坚实基础。

广泛开展宣传。该行个人金融部借助线上信贷产品“周到贷”上线的有利

时机,借助抖音、微信等平台发布宣传短片,通过参加防水及装修企业年会、项城市人社局“春天行动”等活动进行集中营销。利用春节期间返乡黄金时期,引导客户经理在走亲访友时顺带营销贷款产品。春节期间,该行个人金融部营销“周到贷”1545户,成功授信332户,金额20154万元。

完善服务体系。该行个人金融部创新服务方式,信贷大厅同步实行柜面服务“+7”流程,厅堂放置饮水机、复印机等设施,主动对接不动产部门,根据客户的需求提供周到及时的“一站式”服务。优化办贷流程,充分发挥客服电话、微信公众号的作用,推动信贷业务“线上+线下”发展,提高办贷效率。优化信贷结构,优先满足个体工商户、农业种植大户等优质客户,加大支持农村青年创业、农村消费类贷款力度。

郸城联社秋渠信用社

掀起“开门红”增户扩面攻势

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 孙北平) 2021年首季“开门红”活动开展以来,郸城联社秋渠信用社紧盯目标,提振信心,精准发力,以搭建“党建+金融”金桥工程为载体,全面掀起“赢”战首季“开门红”增户扩面攻势。截至2月底,秋渠信用社各项贷款余额为4699.57万元,较年初增长742.69万元,贷款户数3090户,较年初净增1907户,完成“开门红”任务的529.72%。

强服务,确保活动成效。秋渠信用社提站位,统一思想认识。秋渠信用社和秋渠乡政府在“党建+金融”整村授信工作上达成共识,借助乡村两级党组织的领导动员能力和联社金融服务队伍高效、廉洁、务实的服务优势,为有效推动授信工作提供组织保障。

聚合力,工作扎实推进。秋渠信用社通过“点触+交叉”营销方式,实施考核渗透、“挂图”式督导,激发全员活

力,持续放大比较优势,积极与辖内工商企业、小微企业及郸城籍商会对接,提高存贷款营销的准确性和针对性和有效性,将存款营销与“商圈贷”“周到贷(金燕e贷)”“金燕e付”等信贷产品及网上银行、手机银行、微信银行等电子银行业务相结合,将线下服务延伸至线上,大力拓展电子业务,带动各项存款稳步上升。

强服务,确保活动成效。秋渠信用社按照行政村区域分组划片,实现全村有人管、户户有人问,全面推进整村授信。分组拜访存量商户,通过组织召开产业发展研讨会、金融政策宣讲座谈会、授信服务对接会等,大力宣传普惠金融政策,拓展普惠业务客户群体,对在工作过程中出现的问题和困难集中进行解决,优化服务,提高授信工作效率。

太康农商银行五里口支行

奋力实现首季营销“开门红”

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 李岩) 今年以来,太康农商银行五里口支行持续聚焦“乡村振兴、普惠金融”服务需求,创新工作举措,激发队伍活力,奋力实现首季营销“开门红”。截至2月底,该行各项存款余额达6.76亿元,较年初净增5232万元;微信银行累计完成2646户,“金燕e商”累计完成70户。

高度重视,精心组织。五里口支行签订军令状,持续把存款“一二五”工程作为总揽全局、引领全面业务稳健持续发展的总纲领和“牛鼻子”,转换揽储思路设计,明确存款增长由单一拉存款向为客户提供全方位金融和非金融服务的方式转变,实现存款、贷款、网络金融等各项业务同向、同步、协调快速增长。

多措并举,全力营销。五里口支行

持续强化与乡政府各部门、团体的交流沟通,开展好“网格化营销”“整村营销”“存款宣讲进乡村、进农户”等系列宣传活动。同时,落实总行“金融助理”制度,每位员工分组包片,实现全乡23个行政村全覆盖,确保有普惠金融服务需求的农户、商户、小微企业、困难户走访覆盖率达到100%,进一步拓展服务的深度和广度。

丰富活动,做全业务。今年年初,五里口支行作为全乡1689位80岁以上老人送去大米、春联等新春“大礼包”,深受社会各界好评。开展网络金融业务营销竞赛活动,对前期走访营销服务的客户进行梳理,加强春节期间返乡前的电话沟通和感情联络,并通过网络金融推介会、公益活动等,为客户做全业务,提高客户满意度,促进业绩提升。

商水农商银行阳城支行

以“三心”推动存款稳步增长

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 闫晓曼) 今年以来,商水农商银行阳城支行紧盯一季度各项目标任务,热心做服务,用心做业务,诚心待客户,连续两个月超额完成存款任务。截至2月末,存款较去年末增加4382万元,完成总行下达任务的125%,为实现首季“开门红”奠定了基础。

诚心做维护。阳城支行实行“一对一”服务模式,为每位到访客户提供专属客服经理,明确责任分工,定期定时维护。细分客户群体,针对不同类型的客户,组织开展相对应的活动,激发客户内在需求、增加客户黏性、提升客户到访率。统一线上宣传内容,员工每人每天朋友圈产品宣传不能少于一条,头像和昵称的设置要让客户在需要的时候能够快速找到。要求员工做到5×7小时线下服务和7×10小时线上服务相结合,随时准备好为客户答疑解惑。

用心做业务。阳城支行结合自身发展实际情况,制定对公业务发展制度,包括业务办理流程、客户维护流程、对账管理流程、睡眠户清理激活

流程等,安排专人负责对公业务,保证对公存款不外流,对公业务稳步发展。加强厅堂管理,要求厅堂服务热情、联动及时,“一句话营销”率必须达到100%。对发现的客户的潜在需求,主动提供服务,技巧性抓住流量客户,做好定期存款营销,夯实存款基础。

用心做服务。阳城支行实行“一对一”服务模式,为每位到访客户提供专属客服经理,明确责任分工,定期定时维护。细分客户群体,针对不同类型的客户,组织开展相对应的活动,激发客户内在需求、增加客户黏性、提升客户到访率。统一线上宣传内容,员工每人每天朋友圈产品宣传不能少于一条,头像和昵称的设置要让客户在需要的时候能够快速找到。要求员工做到5×7小时线下服务和7×10小时线上服务相结合,随时准备好为客户答疑解惑。

沈丘农商银行新安集支行

把握营销关键词

本报讯 (记者 张艳丽 通讯员 张机) 2021年以来,沈丘农商银行新安集支行找准工作的出发点和落脚点,在组织资金、优化服务、考核激励上下功夫,全力以赴开展首季营销。截至目前,该行各项存款为3.35亿元,较2020年12月10日增长0.39亿元,完成首季任务的132.54%。

全面部署,全员出动。新安集支行对照2021年“开门红”任务指标,第一时间召开全员会议,分析、分解、分配任务,确保事事有人做、人人有事做。实施晨夕会工作制度,利用晨会做好每日的工作安排,持续提高柜面服务标准、强化厅堂营销技巧,重点在增存款、抓投放、抢市场上功夫。利用夕会做好每日总结,交流分享工作经验、解决工作难点、调整工作策略,确保思

路清晰、方法得当、落实到位。精准对接,责任到人。新安集支行坚持“维护存量、拓展增量”双向并行的营销方式,对网点现有客户,做到提前电话对接,进一步挖掘客户潜力,提升存款到期归行率。同时,组织人员对周边行政村开展“地毯式”营销,及时对接商户、养殖户等有潜力的客户,确保跟进前有计划、跟进中有执行、跟进后有总结。

因地制宜,强化营销。新安集支行全面开通线上营销渠道,通过在客户群、朋友圈集中宣传首季“开门红”营销活动,吸引外出务工群众返乡存款。对存量客户分门别类建立台账,跟踪服务,把工作做在平时,做在日常,做在细节,确保第一时间掌握客户资金流动向,提供精准服务。