

# 热烈庆祝周口市农商银行(农信社)贷款突破800亿元

周口农商银行营业部

## 加强联动拓市场 牢记使命勇担当

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 汪倩 张佳琳) 今年以来,周口农商银行营业部以“周到贷”“精英贷”等信贷产品为切入点,创新工作方法,增强服务意识,强化跟踪问效,扩大了市场份额,增强了客户粘性。截至11月30日,周口农商银行营业部贷款余额为5.68亿元,较年初增长2.12亿元,贷款户数为1521户,较年初增长776户。

明确战略定位。作为全功能型服务网点,周口农商银行营业部将“党建+金

融”预授信、中心城区市场拓展、厅堂内外联动营销作为推动业务全面发展的重要抓手,要求客户经理每周至少做好3个场景化金融营销,拨打10个有效电话,添加2个微信好友,并通过召开周例会、编写工作汇报、强化二次考核等措施,有效增强全员主动营销意识。

强化市场营销。周口农商银行营业部积极转变营销思路,每周组织客户经理到企事业单位和物业公司驻点办公,为其职工办理预授信登记,针对

性讲解金融产品、金融知识。同时,加强与税务、市场监管等部门的沟通协调,摸清辖内个体户和小微企业底数,实施“定格、定人、定责”网格化管理模式,开展扫街扫铺和企业大走访活动,全面了解其生产经营状况和信贷资金需求,做到快速对接、及时授信、有需即贷。

建立跟踪服务制度。作为窗口单位,周口农商银行营业部始终牢记“以客户为中心”的服务理念,以培训、考

试、实战演练等多种形式,提升信贷人员的综合素质。同时,根据疫情形势变化,制定客户经理排班表,一方面由两名客户经理驻守营业厅前台,与柜面人员内外联动,及时记录了解客户的信贷需求,通过添加对方微信、线上服务、推送H5小微信贷产品广告,获取客户信任,建立合作关系;另一方面安排一名客户经理与对公柜员配合,对开立对公账户的企业进行上门核实,挖掘客户潜在信贷需求,进一步提高获客能力。

西华联社

## “乡谊贷”情系游子

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 刘杰 赵亚威) 近年来,西华联社针对西华籍在外务工人员创新推出专属信贷产品“乡谊贷”,并持续开展外拓营销活动,组织员工前往北京、杭州、广州、深圳、厦门等地开展外拓营销27次,实地走访对接客户1740户,新增有效存、贷款客户930户,授信金额达2.6亿元。

该联社充分利用商会及乡贤,广泛宣传推广“乡谊贷”,聚焦广大群众的急难盼问题,有针对性地开展营销和服务。突出上门办、手续简的特点,根据在外务工人员需求逐一进行电话回访,开展上门服务,通过把柜台搬到老乡身边,帮助在外务工人员治痛点、解难点,最终建立了上门服务、集中办理、只跑一次的网格化服务新模式。

突出方式灵活、用款便利的特点。该联社按照借款人信用等级、家庭资产状况、经营情况、家庭收入、贷款用途、综合还款能力、担保等情况,合理确定“乡谊贷”的贷款额度,基本可以实现无感授信、有感反馈、便捷用信。另外“乡谊贷”纯信用、循环用的产品特点还有有效契合了一些客户“短、频、快”的资金需求。

突出放款快、服务优的特点。在营销“金燕e贷”“周到贷”等线上产品的基础上,该联社组织信贷人员到外务工人员集中地区现场办公,推介“乡谊贷”,坚持高效、灵活、限时办结的原则,实现服务速度和服务效能双提升。

郸城联社

## 信贷外拓营销显成效

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 孙北平) 今年以来,郸城联社进一步转变营销观念和工作作风,把“党建+金融”金桥工程作为服务乡村振兴的重要抓手,全员上阵开展外拓营销活动,切实助推信贷业务发展。截至11月末,该联社各项贷款余额为77.54亿元,较年初增长11.1亿元,增幅为16.72%。

该联社强化党建引领,积极推进“党建+金融”金桥工程向纵深开展,在城区4个信用社开展了为期8天的网格化营销活动,印发了《郸城县农村信用合作联社城区“党建+金融”网格化营销考核办法》,并将网格化营销纳入日常工作,探索实施“惠商快贷”新产品,为县域小微企业、个体户等群体解决资金难题,更好地满足县域客户现代化、多层次的金融需求。

为满足在外务工郸城人的金融需求,解决其贷款难的问题,该联社转变营销思路,将汲冢信用社作为全辖外拓营销的先行社,联合郸城联社个人金融部成立外拓营销小组,远赴新疆清河县开展外拓营销活动,为在新疆收购枸杞的郸城籍人员解决资金难题。在5天的外拓营销活动中,该联社授信金额达1300万元,为下一步外拓营销积累了宝贵的经验。随后,该联社陆续组织辖内其他行社开展外拓营销活动,获得了在外务工郸城人的高度认可和称赞。

扶沟农商银行桐丘支行

## 加大支农支小信贷投放力度

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 焦洋) 今年以来,扶沟农商银行桐丘支行明确工作思路,转变发展理念,加大支农支小信贷投放力度,深入挖掘信贷增长点。截至目前,该支行各项贷款余额为6300万元,较年初增长2400万元,整体呈现良好发展态势。

党建引领,凝聚发展合力。作为扶沟首家红色文化主题支行,桐丘支行弘扬红色文化,建强红色阵地,将“我为群众办实事”实践活动融入业务发展,积极推广“拥军贷”“党员先锋贷”“家园助力贷”等产品,推进党建与业务发展深度融合,确保各项业务高质量发展。

优化服务,拓展营销渠道。该支行

组织客户经理对辖内个体户、企事业单位、学校进行全覆盖营销走访,根据客户资金需求推介适合的信贷产品。在营销新客户的同时,注重对存量客户的维护,激发存量客户的潜在价值,通过老客户介绍新客户,实现客户裂变。

转变理念,夯实业务基础。该支行推动信贷业务向“做小做散”转型,要求客户经理加强信贷业务知识学习,提升信贷业务操作技能。积极开展外拓营销活动,成立党员服务先锋队,广泛宣传最新支农惠农金融政策,走村入户为群众办理社保卡激活、无感授信、微信银行等业务,切实做到“户有营销、户有授信、户有服务”。

沈丘农商银行

## 加快线上产品推广

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 史博文) 为加快普惠金融业务发展,助力乡村振兴,近日,沈丘农商银行通过制订方案、明确目标、细化措施,积极开展“周到贷”产品推广工作。

该行及时制订“周到贷”百日营销推广实施方案,成立领导组织,明确目标任务,细化工作措施,确保营销推广活动扎实开展。加强培训,多次采取视频会议形式,组织全员开展营销推广工作培训活动,对营销话术、操作流程、常

见问题进行重点培训和讲解,提高营销推广工作质量。加强宣传,线上利用抖音、微信等载体进行宣传;线下通过发放宣传彩页、张贴宣传海报、摆放宣传展架等方式,营造浓厚宣传氛围。

淮阳联社朱集信用社

## 周到金融服务惠“三农”

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 鲁一鸣) “你看,我这100多亩小麦长得多好!”日前,淮阳区朱集乡种粮大户陈景升看着长势良好的麦苗,感慨不已地说,“多亏了朱集信用社的支持,我才能顺利按时播上小麦,现在就希望来年获得大丰收。”

今年7月底,陈景升承包的农田遭遇洪涝灾害,种植的100多亩秋作物遭重创减产。秋播季节,面对购买种子、化肥、农药等农资所需的大量资金,陈景升犯了难。在他一筹莫展之际,主动上门营销的淮阳联社朱集信用社工作人员为他推荐了线上信贷产品“周到贷”。

在工作人员的指导下,陈景升成功获批21.5万元授信额度,解了他的燃眉之急,让他顺利完成了秋播。

作为基层农村金融服务主力军,淮阳联社长期扎根农村,心系“三农”,时刻关注农民群众生产和生活中遇到的困难,用热情、接地气的金融服务给予力所能及的帮助,将“建设有温度的百姓银行”落实到为民办实事的点点滴滴中,彰显本土金融机构的责任与担当,努力成为广大群众心中的良心银行、贴心银行、放心银行。

鹿邑农商银行

## 加大贷款投放力度 赋能乡村振兴

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 刘煜焜 文/图) 今年以来,鹿邑农商银行自觉担当服务乡村振兴的责任使命,深耕农村金融市场,创新金融服务方式,持续为“三农”发展注入源源不断的金融活水。截至11月末,该行各项贷款余额为122.07亿元,较年初净增18.53亿元,新增贷款市场占有率居全县首位。

建起金融创新“高架桥”。该行依托大数据、云计算等新技术,结合鹿邑县实际,开发了党建金融走访平台、大数据信贷平台和信管助手,搭建起贷前走访、贷中评估、贷后管理“三位一体”的系统架构,实现了从线上到线下全方位、全流程、全周期的金融服务目标,为整村授信打下了坚实基础。

步入普惠金融“快车道”。该行将整村授信工程作为落实普惠金融和助

力乡村振兴的重要举措,以行政村为单位集中进行贷款评级授信,降低了授信门槛,让更多低成本信贷资金向乡村重点领域和薄弱环节倾斜,切实解决了村民贷款难、担保难等实际问题。截至目前,该行已在全县26个乡镇(街道办事处)启动整村授信工程,共采集行政村552个,1202462人,授信598669人,授信金额达606.10亿元。

构筑服务小微“高速路”。该行积极落实鹿邑县委、县政府“万人助万企”工作部署,针对辖内小微企业,实施“1154”工程,及时对接和掌握企业融资需求,全面畅通融资渠道,优化审批程序和服务流程,进一步发挥优势,为企业提供差异化金融服务;通过阶段性调整贷款利率和还款方式、出台多项专项减费让利措施,为企业减轻压力,有效支持小微企业和民营经济健康发展。



向群众宣传信贷产品

太康农商银行大许寨支行

## 多举措提升信贷服务水平

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 李若文/图) 今年以来,太康农商银行大许寨支行牢固树立“以客户为中心”的服务理念,坚持以市场为导向,不断优化信贷服务方式,提升服务客户的水平。截至11月底,该支行累计发放贷款325笔、金额8716万元,排辖内支行首位。

绘制一张图。该支行持续加大营销力度,主动与镇政府沟通对接,在辖内各行政村开展网格化营销,细分信贷客户及潜在信贷客户,并绘制成图,做好信贷客户储备工作,为挖掘信贷客户提供了有力的信息保障。

夯实一项基础。该支行深入开展外拓营销等一系列活动,持续增强主动服务群众的意识,不断提升服务客户的能力,拓展业务发展“新蓝海”,探索新的营销路子。自外拓营销活动开展以来,

该支行外拓营销成绩硕果累累,累计服务在外太康籍人员4109人,成功授信368人,授信金额达5526万元,办理线下贷款126笔,金额达2523万元。

建立一本日志。该支行推行客户经理工作日志制度,客户经理在工作日志中详细记录日常工作开展、客户营销维护、信贷调研、“三级复查”等情况。该支行定时抽查客户经理工作日志,并作为年终考评的依据之一,促使客户经理勤走访、多沟通,构建全方位的客户营销体系。

弘扬一种作风。该支行着力提高和培养客户经理的综合素质,转变其工作作风,不断提高办贷质量和效率,实行承诺服务、限时办结制度,不断提高客户经理的产品营销能力、风险把控能力。



向养殖户介绍信贷产品

项城农商银行个人金融部

## 念好信贷营销三字诀 实现业务发展新突破

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 张志华) 今年以来,项城农商银行个人金融部以“党建+金融”金桥工程为重要抓手,以“周到贷”产品为发力点,念好信贷营销“联、新、快”三字诀,实现业务发展新突破。截至目前,该行个人金融部贷款余额为34.3亿元,较年初净增5.86亿元,占全行贷款当年净增总量的49%。

念好“联”字诀,拓宽营销渠道。该行个人金融部不断加大政银企对接力度,先后与3家行政事业单位、2所学校、6家企业和11个社区签订战略合作协议,不断壮大业务和资源圈。充分利用共享资源,由合作单位筛选、推荐重点客户名单,根据重点客户名单逐户上门对接金融服务需求,实现业务发展新突破。

念好“新”字诀,丰富营销手段。该行个人金融部用好用活“周到贷”产品,

针对不同客户群体的特点,采取特色营销手段。组织客户经理成立移动金融服务队,深入企事业单位、社区等地,开展“周到贷”产品体验营销活动,扩大产品的知名度。推行微信“二维码”扫码预约、平板电脑“移动办贷”等创新措施,将信贷服务真正送到客户家门口。

念好“快”字诀,提升办贷体验。该行个人金融部在风险可控的前提下,进一步简化申贷资料、优化申贷流程,缩短办贷时长,实现零费用办贷。切实拓展“线上+线下”申贷渠道,安排专人负责客户电子化贷款申请,第一时间将客户贷款申请分配至管辖客户经理,积极响应客户需求,迅速行动,主动作为。联合项城市行政服务中心设立不动产登记便民服务点,群众在便民服务点现场登记不动产登记信息,可在行政服务中心直接领证,极大缩短了相关业务办理时限。

商水农商银行

## 助力渔网加工产业提质增效

**本报讯** (记者 张艳丽 通讯员 李文涛 姜东坡) “我是2006年开始从事渔网加工的,当时起步资金紧张,商水农商银行练集支行的5万元小额贷款解了我的燃眉之急。后来,我经常在练集支行贷款,随用随贷,很方便。”近日,商水县练集镇周楼村渔网加工个体户李红雷高兴地对记者说。

近年来,渔网加工业已成为商水的支柱产业之一。商水农商银行主动和渔网加工个体户及企业对接,深挖金融需求,提供一揽子金融服务,助力渔网加工产业提质增效。

主动对接,掌握需求。该行组织各支行对辖内渔网加工个体户及企业进行走访调查,参加各乡镇(街道办事处)组织的民营企业座谈会及渔网加工协会年会等,登记信息,掌握资金和其他服务需求,建立档案和行业客户群,批量授信,形成规模效应。

全面服务,提速增效。该行对渔网加工企业、个体户加强跟踪联系,一旦有资金需求,立即办理贷款手续,发放贷款,主动为其开办结算账户、手机银行、网上银行业务,代发工资,着力提供一揽子金融服务,助推商水渔网加工业蓬勃发展。

落实政策,降低成本。该行对生产经营和信用正常、暂时出现资金周转困难的渔网加工企业和个体户落实借新还旧政策,在不断贷、不抽贷的同时,缓解其还贷压力,免去其使用“过桥资金”的成本。落实银保监会关于服务收费“七不准”“四公开”政策,对渔网加工产业的服务收费进行规范管理。为渔网加工企业和个体户贷款开通绿色通道,实行阳光信贷。截至11月底,商水农商银行发放支持渔网加工产业的贷款176笔、4280万元,成为支持渔网加工产业的中流砥柱。