

周口市农商银行(农信社)迎战“开门红” 奋斗正当时

周口农商银行

科学谋划抢先机 誓夺首季“开门红”

本报讯 为在一季度旺季营销活动中抢占先机,周口农商银行高度重视、认真组织,以“四个银行”市场定位为目标,以各项任务指标为导向,凝心聚力谋发展,奋力夺取2023年“开门红”。截至1月8日,较2022年年底,周口农商银行存款上升4.2亿元、贷款上升3424万元。

明确目标早谋划。该行围绕“调结构、控风险、降成本、提质效”的经营方针、省联社“开门红”考核方案及本行实际,及早下

发工作方案,科学制定目标任务,合理分配营销资源,细化奖惩落实到人,为一季度各项工作绘好了路线图、明确了时间点、压实了责任人。营销启动、目标明确后,各支行聚焦重点工作,层层动员凝聚思想共识,细化分工锁定目标客群,从严从细抓好营销服务,以千斤重担人人挑的责任感和使命感、人无人有我优的争先意识和进取精神,迅速投入到“开门红”营销战役中。

多措并举求突破。该行主动下

沉信贷业务,为非信贷下沉支行放开个人贷款权限,为信贷下沉支行配齐配强信贷会计,进一步充实信贷力量。各支行围绕前期确定的优质企业“白名单”,加大对小微企业、个体工商户的对接走访、营销调研,以网络金融、贷款授信为突破口,推动全业务合作。围绕网格化营销方案,积极对接社区、村委,以外务工返乡人员为目标,以代发社保卡、整村授信为抓手,设立包片金融专员,定期上门服务,增强客户粘性。

跟踪问效抓落实。该行坚持领导带头、以上率下,常态化深入一线开展走访调研,切实为基层排忧解难,满足客户多元金融服务需求。该行通过每日评选“营销之星”,逐日对各项业务排名进行通报评比,由先进支行(部)分享经验、落后支行(部)表态发言等方式,营造比学赶超、你追我赶的浓厚氛围。该行通过在微信群晾晒营销战果的方式,强化宣传引导,号召广大干部职工向榜样看齐。②12 (汪倩)

西华农信联社

精准发力战首季 助推业务再提升

本报讯 人勤春来早,金融劲头足。2023年一开年,西华农信联社迅速召开“开门红”竞赛活动启动会,明确目标任务、细化工作举措、层层压实责任,以“开局就是决战,起步就是冲刺”的姿态,掀起“开门红”竞赛活动热潮。

抓天时,把握市场机遇。该联社充分利用一季度“双节”期间外出务工人员返乡、企业和集团客户资金回流及青年人才回乡黄金时间,充分运用手机银行、网上银行等线上方式和“金燕e付”“金燕e贷”等金融产品,组织上门走访,开展精准营销,致力于为客户提供一揽子金融服务。

守地利,深耕县域金融。该联社坚守服务周口的责任银行定位,充分发挥点多面广地域优势,积极推动网格化管理,切实做到网中有格、格中

有人、宣传有声、营销有策。把客户按行政区域进行精细划分,开展精准营销。每个网格设置管理员、监督员,形成上层强监督、中层强传达、下层强落实的工作格局。利用公众号、抖音等平台,将产品服务传到老百姓耳中。围绕“一镇一特、一村一品”产业格局,以“金燕e贷”为依托,打造升级版整村授信,不断扩展客户群体。

通人和,提升服务质效。该联社立足厅堂主阵地,突出网点装饰布置、优化厅堂环境,使厅堂呈现出喜气洋洋的新年气象,给客户营造出温馨、喜庆的节日氛围。设置大额现金存款窗口、换新钱窗口,充分发挥ATM机、智能查询机功能,做好客户分流。延长营业时间,增开服务窗口,提升办理效率,以优质的柜面服务推动各项业务发展。②12 (朱贺)

视觉新闻



近日,太康农商银行召开2023年“开门红”竞赛活动启动大会。 刘令令 摄



为夺取2023年一季度“开门红”,淮阳农信联社组织开展“扮亮厅堂”活动。 宋盈盈 摄



近日,鹿邑农商银行工作人员开展走访营销,奋力夺取“开门红”。 沈昆朋 摄



日前,郸城农信联社召开2023年“开门红”竞赛活动动员誓师大会。 孙北平 摄

项城农商银行

全员上阵齐发力 多措并举巧营销

本报讯 2022年12月以来,项城农商银行贯彻省联社、市农信办“开门红”工作部署,做“早”准备、做“优”服务、做“全”营销,充分调动辖内全员工作积极性,全力迎战2023年“开门红”。

立足“早”字做准备。该行提前成立专题小组,在深入基层调研、结合工作实际的基础上讨论制订“开门红”活动方案、奖惩办法、计划分配,

及时召开“开门红”动员大会,将辖区分为4个“战区”,包“战区”领导班子第一时间赴“战区”将“开门红”工作部署传达至每位员工,目标任务层层分解到各网点、分解到人,加强考核,将奖励向一线人员倾斜,充分调动每一位员工的工作积极性。

立足“优”字做服务。持续提升柜面服务质量和水平,严格按照银行业文明规范服务标准对全辖区柜

面人员、大堂经理开展文明服务礼仪轮训,提升客户体验。不断优化网点布局,合理设定功能分区,实现网点客户分层管理,提升服务水平。结合辖区实际开展特色服务,利用春节期间返乡人员高峰期,邀约客户到网点开展茶话会、客户生日联谊会、财富升级会等活动,增强客户粘性。

立足“全”字做营销。以调优业务

结构为根本开展产品营销,积极对政府部门、企事业单位、优质客户积极营销财政存款和低息存款。以“农担贷”“周到贷”等产品为抓手,强化外拓营销,做到各项贷款早投放、早见效、早受益。以社保卡业务、网络金融业务为载体,开启“存款+贷款+社保卡+网络金融产品”组合营销模式,实现网络金融和存贷款业务同步营销、全面增长。②12 (张志华)

商水农商银行

落实“三项举措” 做实旺季营销

本报讯 2023年一季度业务“开门红”竞赛活动已全面启动,商水农商银行认真贯彻落实省联社、市农信办党组2023年一季度业务“开门红”工作动员会议精神,树立“开局即决战、起步即冲刺”的意识,开拓创新、奋勇争先,各项业务经营呈现积极发展态势。截至1月9日,各项贷款较2022年年初净增4530万元,打响了“开门红”第一枪。

定好盘子,谋全局。该行第一时间召开“开门红”竞赛活动动员大会,在认真分析研判市场形势、结合自身实际的基础上,制订印发《商水农商银行2023年一季度业务“开门红”竞赛活动方案》,对活动的目标任务、总体要求和时间节点进行全面部署。结合活动实际进展情况,及时对活动方案进行调整优化,号召全行上下精诚团结、同频共振、奋力拼搏,确保新年迈好第一步、开辟新天地。

厘清路子,抓落实。该行对全辖区39家网点进行基础厅堂打造,各支行结合自身实际进行差异化布置,开展“最美厅堂”网络投票活动,活动

访问量近10万余次。印发《一季度“开门红”工作过程管控方案》,提供活动库,各支行在做好“规定动作”的同时,结合“自选动作”,进一步掀起“开门红”竞赛活动热潮。设立首单奖、大单奖及周冠军奖励,由该行领导班子成员带队送上鲜花及奖品,在全辖区营造“比学赶超”的浓厚氛围。该行领导班子定期开展调研,包片驻室挂点督办,党员干部冲锋在前,全行员工积极投身“开门红”工作中。

迈开步子,快行动。该行面对更加严峻复杂的外部环境,紧紧抓住疫情解封后第一个春节的重要时间节点,充分发挥自媒体宣传优势,制作“开门红”竞赛活动宣传视频,通过微信公众号、视频号、抖音及时进行宣传报道,抢抓流量客户,盘活存量客户,激活潜在客户,不断创新方式方法,多渠道、深层次地挖掘存量客户金融需求,提升金融服务精度,增加金融服务深度,拓展金融服务广度,坚决夺取2023年“开门红”战役的全面胜利。②12 (李文涛 崔永强)

沈丘农商银行

积力聚智勇争先 打响首季第一战

本报讯 一年之计在于春,抓牢首季赢全年。为确保2023年一季度业务“开门红”首战告捷,为圆满完成全年目标任务奠定坚实基础,沈丘农商银行从组织领导、细化任务、协调配合、考核问效等方面,抓实抓好“开门红”工作。

强化组织领导。召开动员会,统一全员思想行动,凝聚工作合力,紧跟党委步伐,强化对厅堂布置、广告宣传、营销走访、客户维护等各个

环节的统筹谋划,确保分工明确、责任到人。

细化目标任务。坚定完成任务的信心和决心,及时传达工作要求,将目标层层分解、任务层层细化、责任层层压实,切实把压力传导到位、把责任落实到位,按照多劳多得的原则,对个人任务进行目标认领,调动员工的工作积极性。在组织资金上,强化客户行为引导,积极吸收低成本存款,持续压

降高成本存款,切实压降付息成本。在信贷投放上,优化产品包装设计,持续开展网格化营销和行业营销,推动贷款营销稳步增长。在网络金融上,大力推广“场景金融”,不断提升业务收益率。

高效协调配合。行领导班子带头做表率,严格落实包干责任,俯下身子、迈开步子,经常性深入包干网点,强化调研督导,倾听基层需求,帮助解决实际困难。各部门

做好宣传推广、科技保障、经验总结,各司其职、各尽其责,高效密切配合,全力保障“开门红”首战必胜。

严肃考核问效。结合“开门红”活动方案,进一步完善考核指标体系,推进各项工作的精细化、科学化、有效性。落实考核通报和约谈提醒机制,以考核和督导倒逼任务进度,以问责和问效倒逼工作落实。②12 (崔少瑞)



商水农商银行召开“开门红”竞赛活动动员大会 李文涛 崔永强 摄