周口日报

周口日报社
中国农业银行周口分行 联办

2013年8月28日 星期三

第10期

中国农业银行 AGRICULTURAL BANK OF CHINA 金融特刊

特邀统筹:王向东
特邀编辑:晋永林
统　　筹:李联伟
责任编辑:陈怀立　郭振华
组版编辑:韩志刚　童晓霞
特刊热线:8599351

B1

周口农行突出特色服务“三农”

本报讯 近年来,周口农行紧紧围绕“目标明确、服务到位、风险可控、发展可持续”的总体要求,积极开展“三农”金融业务。截至今年6月末,全行县域贷款余额达24.5亿元,其中农户贷款余额达5.7亿元,居全省农行系统第1位,累计发放惠农卡74万张,对农户的业务覆盖面达到30%;对产业集聚区金融服务覆盖面达到100%;对省市级农业产业化龙头企业服务覆盖率达到75%。

突出工作重点 找准服务“三农”着力点

该行从重点项目、重点企业、重点产品入手,找准服务“三农”的着力点,加大对“三农”的服务力度。加大信贷投放力度,积极支持重点项目建设、传统产业的改造升级和科技创新,着力扶持大型企业上下游配套型、专业化经营特色型中小企业,并强化对县域重点医院、学校和个人住房等客户的综合营销服务,同时落实强农惠农政策,重点择优支持农业生产、加工、流通环节中抗风险能力较强的规模农户。落实“龙腾计划”,支持重点客户,对农业产业化企业实施名单制营销,落实“六好计划”,对县域机构类客户开展专项营销月活动,落实“虎跃计划”,以文件形式下发全市6000家中小微企业营销目录,实行指令性营销。为向客户提供“一揽子”综合服务,该行开展“产业集聚区综合服务活动”和“六进”活动,深入了解客户需求,并由单一的信贷服务向多维度服务转变,走存贷汇、结算、理财等多元化服务“三农”道路。

打造服务平台 扩大服务“三农”的覆盖面

为有效破解农行网点不足的问题,延伸服务“三农”的半径,该行积极搭建服务“三农”平台。搭建企业服务平台,在全市11个产业集聚区建立“农行金融服务站”,为入驻企业提供贴身金融服务,促进产业集聚区资产业务和金融服务覆盖率双提升。搭建农户服务平台,在全市经济特色比较突出的26个村组设立农行金融服务工作站,直接为农户提供贴身服务,有效弥补农行网点覆盖不足问题。搭建流动服务平台,组建以市行班子成员、支行班子成员、网点主任为主的三级联动服务团队,并成立县支行客户经理组、营业网点流动客户经理组和产业集聚区客户经理服务小分队,有效解决农村网点资源不足问题,延伸了农行的服务半径。

强化渠道建设 提升服务“三农”的能力

该行积极发挥城乡联动优势,突出载体对“三农”的覆盖面,着力提升服务能力。为有效提升网点的服务能力,该行坚持“软转”、“硬转”并重,加快转型步伐,对全辖87个网点有计划、分步骤实施了精品网点的硬件改造装修,并大力推广实施“三分”营销服务模式,加大标准化服务“神秘人”暗访力度和频率,着力提升对客户的综合服务水平。为有效延伸农行服务触角,该行在离农行网点较远的乡村深入推进“金穗惠农通”工程,大力铺设助农取款服务点,同时与新农保、新农合等代理业务相结合,方便参保、参合农民资金结算。为提升渠道和产品的覆盖能力,该行加大县域自助电子机具的投放力度,实现了农村44个网点ATM自动存取款机全覆盖,布设POS机、智付通等自助机具13000多台,同时不断扩大个人贷款、惠农卡、电子银行产品对“三农”和县域客户的有效渗透。

突出特色经营 叫响服务“三农”的品牌

该行积极创新经营方式,为农民扩大生产、发家致富提供保障。开展特色营销服务活动,选择乡镇有产业支撑的专业村、特色村,开展“87×1”整乡整村推进活动以及“激情仲夏·千人送卡进万家”、“掘金蓝海·爱在金秋”惠农卡专项营销等活动,积极推进信贷支持“三农”,大力营销电子产品,不断扩大“三农”业务覆盖面。实施“农超对接”工程,充分发挥城乡联动优势,以支持河南万果园实业集团有限公司的有机农产品生产加工物流产业园项目为契机,在信贷支持9500万元项目贷款基础上,向公司2万多名上下游客户延伸服务,并对企业61家连锁店安装POS机、智付通150多部。深入推进发展方式转变,以有产业支撑的专业村为依托,积极探索集中连片服务“三农”模式,开展农户贷款整村推进活动,通过支持特色农业发展,促进了当地产业化模式的建立和农民增收致富。

突出机制创新 开通服务“三农”的“绿色通道”

围绕全市各类“三农”客户,该行积极优化县域信贷业务运作模式,优化审查审批通道,制订差异化的客户准入标准,让客户“进得来”,实施信贷“平行作业”模式,提高办贷质效,让客户“办得到”。同时,大力推广以惠农卡为依托的一次授信循环使用的农户贷款模式,积极开展一站式小企业简式快速贷款业务,不断提升服务效率。该行还在资源上加大对“三农”的倾斜力度,倾斜信贷规模,优先满足“三农”贷款需求。倾斜发展费用,为农村网点配备电脑、复印机、打印机等办公机具,并在各支行充实了“三农”客户经理队伍,专业化团队得到加强。为充分调动全行服务“三农”的主动性,该行制定了《周口农行“三农”业务条线综合考评办法》,强化了条线考核对业务管理的引领导向作用,不断促进全行“三农”信贷管理水平持续提升。

明确发展方向 积极推进强农富农惠农

该行深刻认识并始终坚持服务“三农”的基本方向和市场定位,重点做好农村产业领域的金融服务,加大信贷支持“三农”力度,确保涉农贷款增速和小企业贷款增速高于全行贷款增速。并积极探索集约化经营,在区域上,突出产业集聚区、特色农业区以及新农保(合)等重点项目。在客户结构上,做好对“三农”和县域中高端客户的金融服务,提升个人生产经营贷款占比。在客户选择上,对抗风险能力强的农户,集中连片开展农户金融服务。为坚守“三农”业务的风险底线,该行出台服务“三农”工作的“十个严禁”,建立涉农贷款的调查、审查、发放、贷后管理、催收等多个环节的责任约束和管理机制,同时认真落实“农户贷款风险管理责任状”,加大到、逾期农户贷款收回力度,确保农户贷款不良率控制在2%以内。

(李联伟 彭涛)

周口农行

实施金穗惠农通工程服务“三农”

本报讯 周口农行在全行开展了以布放助农取款点和发放惠农卡为主要内容的金穗惠农通工程,进一步改善了农村地区的金融服务环境。截至6月底,该行累计布放惠农通助农取款点2478个,新增1196个,完成省农行年度计划的385%,交易量37.4万笔3761万元,增量、完成率和交易量均居全省农行第一位;惠农卡新增发卡1.53万张,完成省农行年度计划的60.84%,增量和计划完成率均居全省农行第1位。

工作中,该行突出重点,确保工作实效。突出重点区域,在农行网点辐射范围内的行政村,按照属地管理的原则逐村布放服务点,覆盖率达到了100%;在没有网点的行政村,以经济强村为重点,通过召开100个经济强村村支书座谈会,由各支行做好对接,开展以助农取款点、惠农卡和农户小额贷款为主的“整村推进”活动。至6月底,全市4848个行政村服务点的覆盖率达51%。突出重点场所,把农村“万村千乡市场工程”农家店、小超市、便民店、农资连锁店等商业场所以及医疗点及村委会作为助农取款点设立重点,保证新布点的有效性。突出重点业务,对代理新农保、新农合业务的行政村实现服务全覆盖,实行服务点名单制管理,并组织人员加强业务宣传,方便参保(合)农民使用机具,切实提升服务质量。

为增强全行开展金穗惠农通工程的积极性,该行不断倾斜资源,完善机制,加大考核力度。倾斜发展资源,对每个新增助农取款点配置一定的资费,并将新增和腾出的业务用车指标优先满足金穗惠农通工程重点区域县支行用车需求;加大宣传力度,在周口日报、电视台、电台、龙都网等主流媒体投放大量广告,宣传工作成效,组织人员散发业务传单,张贴海报,并邀请政府、主流企业代表参观金穗惠农通工程服务点,以扩大惠农通工程知名度和品牌影响力。强化激励考核。把金穗惠农通工程建设和惠农卡发卡作为对各支行考核的重要内容,加大考核权重,并把各支行惠农通的开展情况作为每月支行行长例会典型、表态发言内容,同时于年底对惠农通工程进行总结,奖优罚劣。

为严格控制风险,确保金穗惠农通工程规范发展,该行加大管理力度。防范操作风险,通过实地调查、侧面了解等手段,多渠道了解服务点人员的道德品质和服务质量,不断规范服务点服务行为。同时引导服务点操作人员如实登记包括取款人姓名、取款日期、取款金额等交易信息,定期对台账记录进行检查评价。防范合规风险,严格执行人民银行关于助农取款点的审批制度和《中国农业银行银行卡助农取款服务管理办法》的管理要求,严格规范转账电话等电子机具的安装、操作和使用。防范声誉风险。在各支行设立助农取款点客户服务电话,对客户业务咨询或机具保修给予最快回应;及时处理客户投诉,掌握客户诉求和社会舆情动态。防范交易风险,积极引导客户开通账户信息通知功能,利用短信平台实时监控账户资金变化。

(陈怀立 彭涛)

周口农行西城支行创新服务见成效

本报讯 近年来,周口农行西城支行牢牢坚持“以客户为中心”的服务理念,以业务流程再造、完善机制为抓手,着力提高服务水平。今年上半年,该行营业部被省纠风办评定为“群众满意的基层服务站所”。

创新服务模式,该行勇于打破前台负责服务营销,中后台负责配合支持前台的固有模式,积极推行“全行服务客户”的大服务模式,减少了业务办理环节。如在信贷等业务的办理环节推行平行作业模式,前后台同时作业,作业效果大为提高。提高服务能力,去年以来,该行两次聘请南京启道咨询公司专家对全辖网点的服务流程进行了梳理改造,并通过后续不断的对服务技巧的导入、固化,实现了网点礼仪的标准化和服务流程的规范化。提升服务质效,推行集中授权模式、集中作业模式,并实行业务限时办结、目标责任、责任人、监督考核等机制,通过明确业务办理的时间、责任人和奖惩等,快速推进各项业务的办理进度。

(吴建明)

近日,周口农行副行长晋永林带领相关业务部门的负责同志,做客周口市人民广播电台“监督热线”栏目,在线与听众进行交流,解答相关提问。访谈中,晋永林向听众详细介绍了服务“三农”政策、支持地方经济发展和农行金融产品,对听众提出的关于农行金融产品需求和服务等方面的问题一一解答。通过在线沟通和交流,增进了市民对农行服务“三农”工作和农行金融产品的了解,拉近了农行与市民之间的距离,进一步提升了农行品牌的社会认知度。图为访谈现场。 郭振华 摄

周口农行发展电子银行服务城乡居民

本报讯 近年来,周口农行把发展电子银行业务作为服务城乡居民,提供方便、快捷服务的有效手段,不断倾斜资源,加强营销,提升服务,取得明显成效。截至6月底,该行累计开通法人类电子银行7427户,个人类电子银行165.2万户,电子银行客户总量居全省农行前列。

该行积极瞄准目标客户,开展针对性的营销。细分营销场所及营销目标,利用网点主营销阵地优势和电子银行体验区便利条件,由大堂经理负责开展大众客户电子渠道签约营销和交易的分流引导;利用个人贵宾客户系统筛选摸清优质目标客户电子银行产品开通使用情况,制定电子银行产品营销方案,在贵宾窗口、理财中心等重点区域,对贵宾客户逐一渗透销售网上银行、掌上银行等重点产品。细化营销活动,今年以来,相继开展“六进”综合营销、员工“1+10×N”营销、一所联百户以及“智行无疆 惠泽无限”电子银行智慧专项营销活动,凝聚全员智慧,深入挖掘客户需求和市场要求,持续掀起电子银行营销热潮。

该行不断完善各类电子银行经营渠道,加快发展步伐。依托全行网点建设,加大自助设备投入布放,去年以来,累计布放存取款一体机41台、自助服务终端51台、网银体验机23台、95599电话31部,做到自助设备、电子银行体验区对网点的全覆盖,形成设备规模与结构优势。着力发展离行式自助银行,累计布放了15台,有效延伸了服务半径。着力开展“惠农通”工程,依托“万村千乡市场工程”、农家店、诊所等载体,同时与服务新农保(合)相结合,集中人力、物力、财力,以智付通布放为重点,累计设立2478个助农取款点,改善了农村地区电子银行的使用环境。

该行还不断完善措施,为电子银行客户提供完善的服务。做好网点客户体验服务,柜员办理业务时提醒客户及时利用网点电子银行体验区设备下载证书或进行操作体验,大堂经理负责引导客户到体验区下载证书、辅导客户操作办理流程并提醒客户安全事项,通过对客户的不断培养和引导,实施柜面业务的有效分流。因地制宜加强客户上门辅导维护。对企业客户,指派专职客户经理负责重点客户电子银行产品应用维护等,挖掘和提升综合效益;对POS商户和智付通客户,在机具上贴上客户经理联系方式标签,随叫随到,同时加强客户巡检维护,切实提高客户交易的活跃度和贡献度。 (彭涛)

农行金穗商惠通卡 汇款方便又省钱

老张是农行的金卡客户,经营服装专卖生意,生意红火,由于三天两头就要给厂家汇货款,一个月光汇款手续费就要近千元。“十几元的单笔手续费还能接受,累计起来可就是大数目啊!”这事让老张颇为烦恼。

“老张,别愁了,你只要在农行办一张金穗商惠通卡,再签一个转账优惠服务协议就能省很多汇款手续费!”在农行当大堂经理的朋友老李向老张透露了一个好消息。

“真有那么好,我这就去办。”老张喜出望外。他成为农行第一位办理金穗惠通卡的客户,并和农行签订了一份收费120元,期限1个月,可办理60笔汇款的服务协议。

“老李,谢谢你啊!自从我办理了金穗商惠通卡后,现在我汇款平均每笔手续费仅2元,相当于每笔节省48元,一个月下来我就省了2880元,真划算呢!下个月我准备再和农行签订一个期限3个月,收费360元,能办理180笔转账的协议,到时就更省钱了!”

据悉,金穗商惠通卡是中国农业银行针对资金结算频繁的专业市场商户、个体工商户等优质个人客户发行,提供异地卡卡转账打包金融服务的借记卡,共有25个协议可供选择,而且可以分包汇出、包汇入、包汇出入三种方式,客户可在包括柜台、网银、转账电话、ATM、自助终端等在内的多种渠道享受到该项优惠,汇款越多节省越多。详询周口农行财富中心:8910633或各网点。 (彭涛 张蕾)

周口农行

个人贵宾客户达6万户

本报讯 周口农行把个人贵宾客户作为零售业务发展的基石,不断完善服务措施,提升贵宾客户的满意度和贡献度。截至6月底,该行个人贵宾客户达6万户,较年初增加1.1万户,完成省农行二季度计划的205%,增量、增幅、完成率均居全省农行第2位。

为有效提升个人贵宾客户总量,该行加大营销服务力度。瞄准目标客户,持续开展“六进”、1+10×N员工营销、“一所联百户”等营销活动,锁定政府部门、垄断行业、大型企业集团、高档社区和产业集聚区,针对收入稳定的公职人员、企业高管、私营业主等群体进行定向营销、公私联动营销,不断壮大贵宾客户数量。借助机器营销,充分利用贵宾客户系统,突出对客户的柜台识别和营销,并利用系统中的商机管理、提醒功能、财富规划、短信营销等功能实现精准营销,提升服务品质。开展主题活动,四月份以来,该行开展了以提升个人贵宾客户数量和质量为内容的“双提升”活动,分解目标计划,明确奖惩措施,每周通报进度,持续掀起营销热潮。

该行不断强化对贵宾客户的深度维护,提升他们的满意度。实施分层维护,建立、建全个人贵宾客户管理台账,钻石卡客户由支行行长维护,白金卡客户由支行主管行长和分理处主任维护,金卡客户由分理处主任和客户经理维护,实行名单制管理,密切与客户的日常联系。同时,利用节假日对客户开展短信问候、登门拜访、感恩回馈等活动,密切银客关系。实施专项活动维护,结合个人贵宾客户的兴趣爱好,今年以来,市县行联动,相继举办健康养生、美容养颜、艺术欣赏、运动休闲等10多场主题沙龙活动,并以金融投资、理财规划为主题,穿插介绍存金通、个人理财、基金等产品,为贵宾客户提供增值服务。

该行还不断推动网点“软转型”,为贵宾客户提供优质、快捷的服务。配齐网点人员,硬性规定87个网点必须配备大堂经理、理财经理、个人客户经理,在14个支行营业部配备双大堂经理,网均营销人员占比达到42%。加强网点管理,对有条件的网点在贵宾区配齐设备、物品,规范贵宾区营销流程,推行贵宾区1+1服务模式。实施服务技能导入培训,聘请南京启道咨询公司分批对全行10个精品网点进行了现场导入培训,每日进行网点间产品营销PK赛,并引入绩效考评模块;通过“内训师精英训练营”,打造了一支高标准的内训师队伍,并对骨干网点进行了全覆盖培训,全面提高了基层员工的服务技能。

该行建立、健全贵宾客户营销、服务机制,提高全行服务贵宾客户的积极性、主动性。将个人贵宾客户考核引入零售业务转型考核指标体系,将年日均金融资产10万元以上个人贵宾客户增量计划总数完成率、个人贵宾客户产品交叉销售率提升和钻石卡客户户均金融资产提升三项指标提高到55%的权重,着力发展钻石卡、白金卡和金卡客户。对个人贵宾客户“双提升”活动中考核排名前5位和后3位的支行,对班子成员落实相应的奖惩措施,并要求后3位的支行主管行长在支行行长例会上作表态发言。 (彭涛)

为切实提升全行服务“三农”的能力,周口农行坚持每月召开一次由各支行主管行长、网点主任和客户经理参加的“三农”信贷业务培训会议,学习“三农”信贷业务相关政策、规定和业务操作流程,分析在服务“三农”过程中存在的问题,研究解决措施。图为8月份会议现场。 彭涛 摄