



周口农行 提升电子渠道分流率方便客户办业务

本报讯 今年以来,周口农行把电子银行渠道建设作为服务便民的优先发展战略,不断强化目标支撑、渠道支撑、客户支撑、活动支撑和机制支撑作用,有力推动了电子渠道分流率快速提升,加快了经营战略转型。截至11月末,该行电子渠道分流率达71.6%,较年初提升7.9个百分点。

为有效推动业务分流和价值增长,周口农行强化目标支撑,年初明确提出“城区行电子渠道分流率达到60%以上,各支行营业部电子渠道分流率达到50%以上,县域和乡镇网点较上年末提高6个百分点,全行电子渠道交

易占比较上年提高10个百分点”的业务分流提升目标,逐支行制定提升电子渠道分流率的具体方案和工作措施。围绕这些目标措施,先后通过“电子银行培训流动车”、分行“职工大讲堂”、支行“职工夜校”集中培训,从思想认识、发展目标、工作措施等方面打好“提升电子渠道分流率”的基础。

该行以渠道转型为主线,抓好电子银行产品平台建设,尤其是在农村网点“空心”地带,采取布放自助设备以及个人网银、电话银行、智付通等电子银行产品的覆盖型营销,着力提高产品的覆盖率、渗透率和分流率。今年以

来,该行完成网点标准化改造74个,新增ATM机45台、自助服务终端22台、网银体验机15台、95599电话25部,布设银行卡助农取款点2700个,大大提高了自助机具的覆盖面。

为增强客户对发展的支撑作用,该行出台了《客户基础建设实施方案》,实施个人贵宾客户提升计划。在全市11个产业集聚区开展企业客户网上银行、电话银行、企业短消息服务等电子银行产品“拉网行动”,逐步将企业日常查询、支付结算、银企对账等业务迁移至网银渠道。同时,在网点和客户经理中开展“一联所百户”、贵宾客户提升等

活动,逐步实现短消息、网上银行、电话银行、手机银行、贷记卡等产品对个人客户的覆盖率。11月末,该行新增个人电子银行活跃客户31万户,新增企业电子银行活跃客户1399户。

周口农行重点围绕客户数量、分流措施和产品有效性,在全辖14个支行、87个网点中先后开展了“春天行动”营销活动、“六进”综合营销、“整村推进”专项营销、“1+10×N”全员营销等活动,并细化“e路农情十年相伴”网银十周年、“e家人赢和美”走进社区、“e在线赢实惠”走进三农等营销活动。6月份,该行将开展的“e家人赢和美”电子银行进社区”活

动与父亲节和端午节相结合,以有奖金融知识抢答、趣味游戏等活动为载体,将农行热情周到的服务送进社区,有效地增加了活动的趣味性和吸引力,提高了电子银行产品对客户的吸附力,现场咨询、办理电子银行业务1500余人次。

同时,该行创新激励机制,将分流率指标纳入支行班子责任目标考核和网点大堂经理标准化服务考核,强化对电子渠道分流的关注,加大对客户使用电子银行产品的引导和营销力度,有效保证了电子渠道分流率的持续提升。

(李联伟 彭涛)

周口农行 改善农村地区金融支付环境

本报讯 近年来,周口农行不断创新金融服务方式,以全市广大乡村“万村千乡市场工程”农家店、小超市、便民店、农资连锁店等为依托,大力布放农商通、惠农通,使商户轻松购货、转账结算,使农民足不出村即能取到零花钱。截至11月底,该行累计布放农商通200部,实现交易4.1万笔;布放惠农通2700个,对全市4848个行政村的覆盖率达56%,交易量达37.4万笔3761万元。

此外,该行还加大科技投入,在农村地区有序推进ATM机布放,去年以来新增在行式ATM机41台,新增离行式自助设备15台,实现全市43个乡镇网点自助机具的全覆盖。同时,加大POS特约商户和智付通的拓展力度,开展“地毯”式营销服务,今年以来累计投放POS机具154部、智付通1470台,大大改善了农村地区的金融服务环境。

(陈怀立 彭涛)

农行金穗信用卡: 享受信用 品味人生

一、产品定义
金穗信用卡是中国农业银行向社会发行的,给予持卡人一定信用额度,持卡人可在信用额度内先消费后还款的信用支付工具。

二、特色功能
除具有消费、取现、还款、账户查询功能外,还相继开通账单短信提示、短信挂失、邮件挂失、商旅预订、24小时健康咨询、“516”分期付款等特色功能。并提供随时调高临时额度、自助激活、24小时免费客户服务热线、失卡零风险、短信及时通知、消费密码选择、紧急援助、多种还款方式等一系列贴心服务。

三、产品特点
1.时尚信用消费:先消费后还款,无需预先存款,充分体验信用消费带来的时尚生活。
2.一卡双账户:人民币及美元双账户设置,让您的旅途更加轻松随意、应对自如。
3.境内外通用:遍布境内外2000万家的特约商户、近60万台的ATM,让您消费、取现处处畅通。

4.最长56天免息:如您在每月到期还款日前偿还全部欠款,非现金交易部分(即消费款项)可享受由该行提供的最长56天的免息待遇。
5.循环信用:您只需在每月到期还款日前偿还“最低还款额”,即可继续使用剩余额度,循环往复。
6.额度灵活调整:当您的信用额度不能满足消费需要时,可向该行申请调整临时信用额度,该行将根据您的信用状况和用卡情况进行调整,让您充分享受弹性额度的便利。

四、发卡对象
凡具有完全民事行为能力,有合法收入、人民银行征信正常,个人可凭本人有效身份证件向该行申领个人金穗信用卡。



问计 青年员工

周口农行注重凝聚青年员工智慧,广开言路,多渠道了解青年员工所思、所想、所愿。近日,周口农行业务管理部组织召开全行青年员工座谈会,认真听取了他们就全行科学发展、提质增效、经营管理等方面的意见建议,鼓励他们充分发挥自己的聪明才智,勤奋工作,扎实苦干,积极为全行的改革发展献计献策。图为座谈会现场。

彭涛 摄

稳中有进 结构趋优

周口农行各项业务发展态势良好

本报讯 今年以来,周口农行以科学发展观为指导,认真贯彻落实省分行党委决策部署,坚持以客户基础建设为中心,抢抓发展机遇,实施精细化管理,加大营销力度,各项业务保持了稳中有进、结构趋优的良好发展态势。

负债业务快速增长,继续保持领先地位。11月末,全行各项存款余额294亿元,较年初净增34.55亿元,完成省行年度(日均)计划的133.63%。其中,个人存款较年初净增32.06亿元,完成省行年度(日均)计划的144.44%;对公存款较年初净增2.49亿元,完成省行年度(日均)计划的73.55%;同业存款较年初净增2543万元,完成省行年度(日均)计划的317.88%。各项存款余额及增量均居全省第3位,储蓄存款余额及增量分别居全省第3

位、第1位。各项存款存量、增量市场份额为43.12%、47.30%,较上年末分别提升0.5个和9.16个百分点,保持了“双第一”。其中,对公存款存量、增量市场份额分别提升0.54个和15.9个百分点,储蓄存款余额、增量稳居四大行首位。

资产业务平稳增长,盈利能力持续提升。11月末,全行各项贷款余额37.52亿元,较年初净增8.92亿元;其中,法人客户贷款增加3.34亿元,个人贷款增加5.58亿元。前11个月,涉农贷款余额23.82亿元,较年初增加4.45亿元,涉农贷款增速高于全省平均水平11.16个百分点;其中,农户贷款余额5.22亿元、惠农农卡发卡72.82万张,余额居全省第1位。全行新发法人客户贷款及个人实体贷款加权利率

分别为7.99%、7.55%,均居全省第9位。前9个月实现经济增加值1.44亿元,同比增加6550万元,总量进入全省先进行列;实现拨备前利润3.51亿元,计划完成率居全省农行第1位;实现拨备后利润3.40亿元,同比多增0.88亿元。

中间业务优化发展,收入多元化步伐加快。前11个月,全行实现中间业务收入1.18亿元,同比增加1022万元,完成省行年度计划的89.42%。其中,实现电子银行收入3621万元,代理销售基金业务收入200万元,贵金属销售收入317万元,对私理财业务收入589万元、借记卡收入3089万元,分别完成省行年度计划的97.34%、150%、166.84%、77.50%和108.01%。中间业务收入在全行净收入中占比19.62%,在中间业务

项下,理财业务、电子银行、信用卡业务的价值贡献度均持续提升,新兴中间业务收入占比达到44%。

客户建设深入推进,竞争能力不断增强。11月末,该行在省行客户建设考核中,个人客户建设14项指标考核得分111.17分,居全省第7位,其中,个人贵宾客户、代发工资有效户、信用卡客户增量、个人电子银行活跃客户等8项指标超额完成省行序时计划。对公客户建设5大类指标考核得分82.75分,居全省第14位,其中,新增预售资金监管账户开户、营销央企在豫成员企业或项目、营销“135工程”名录客户以及企业电子银行活跃客户、优质法人贷款客户和国际结算客户净增等6项指标超额完成省行序时计划。

(李联伟 彭涛)



农行扶沟支行开展金穗卡刷卡有礼促销活动。为答谢客户的关爱和支持,在双节来临之际,该行与县城多家重点超市联手开展金穗卡消费有礼促销活动。活动期间凡通过农行POS机刷农行卡消费的客户,均可获得一定金额的购物券,受到客户好评。图为促销活动现场。

张景春 摄



文化的力量, 源自厚重的历史积淀 和与时俱进的精神追求

在农业银行波澜壮阔的发展历程中,“诚信立业,稳健运行”是一代代农行人始终信守的核心价值观,承载着全行几十万员工的共同意愿和企业的价值追求。

建设“面向三农、城乡联动、融入国际、服务多元”的一流现代商业银行,必须确立“高品质、高效率、负责任”的文化追求和品牌形象。“高品质”是作为一流商业银行应有的业务素养和文化品格;“高效率”是一家企业基本的制度安排、职业操守和企业能力的重要展示;“负责任”是农业银行作为一流现代商业银行与国民经济社会发展共同进步相适应的文化伦理和人文情怀。

企业文化建设,必须将核心价值观指导下的经

营文化、管理文化、服务文化、风险文化、人才文化等,贯穿到改革发展和业务经营各环节,渗透到市场营销和客户服务各环节,关键在“内化于心”、“外化于行”、“固化于制”,重点在植入行为、融入管理、引领发展。

建设先进企业文化,是全体员工的共同使命。让我们携起手来,共同谱写农业银行改革发展新篇章!

农业银行文化追求

高品质,是农业银行作为一流商业银行应有的业务素养和文化品格。

高效率,是农业银行作为一流商业银行应有的制度安排和企业能力的重要展示。

负责任,是农业银行作为一流商业银行与经济社会发展进步相适应的职业操守、文化伦理和人文情怀。

周口农行 开放式理财产品销售火爆

本报讯 周口农行把开放式理财产品作为全市广大城乡居民拓宽投资渠道和实现增值收益的重要载体,突出重点客户,推动理财产品火爆销售。截至11月底,该行累计销售开放式理财产品15.23亿元,居周口金融同业前列。

该行积极瞄准主流客户群体销售开放式理财产品,对有购买自主理财、基金史的客户,实行台账管理,明确客户经理、理财经理分析他们对理财产品的需求规律和购买规律,通过电话邀约、短信推荐等形式实现重复营销,形成稳定的市场需求;对个人存款大户,

引导做好存款与理财产品的相互转化;瞄准未签约的贵宾客户,充分利用贵宾客户系统,强化对他们的柜面识别、推介,不断提升理财产品交叉营销;对有投资行为的个人和企业客户,实行定向营销;对装修、建材、家电、汽配等各专业市场的个体工商户以及私营企业主、城乡富裕户和企事业单位中高级管理人员等优质客户群体,开展目标营销和“六进”综合营销;对现金流大、运营规律较稳定的对公客户,由公司、农产、个金、电子等部门组成联合营销组,开展公私联动营销。

(毕志刚 彭涛)

周口农行 开展“四深”活动体现人本管理

本报讯 为进一步加强对网点的合规操作管理,激发基层员工合规操作的内生动力,周口农行将人本关怀与合规管理有机结合,从8月份开始,创新实施以“深入网点、深度体验、深化督导、深切关怀”为内容的“四深”活动,受到基层员工的广泛好评。

该行市、县行主管行长、部门负责人走出机关,每月坚持到网点“坐班”,与网点人员“同工作、同吃饭”,深度体验大堂经理、客户经理等岗位,为客户提供“面对面、零距离”服务,收

集工作中的问题,并思考各项管理措施的适应性,全面掌握基层员工的所思、所想,对工作的意见、建议等,并注重对各项业务工作的督导。该行将深切关怀作为开展“四深”活动的重点,与基层员工逐一谈心,深入了解他们的工作、生活和思想状况,并对困难员工开展家访、慰问活动,对员工反映的重点、难点问题深入研究,寻求解决办法。活动开展以来,该行累计开展家访活动87场,为员工解决实际问题近100件。

(毕志刚 彭涛)



周口农行把全方位提升员工综合素质作为向客户提供优质、高效、快捷服务的重要渠道,每季度坚持举办一次以点钞、电脑操作等为主要内容的业务技能比赛,以此推动全行经营水平上台阶。图为该行四季度业务比赛现场。

彭涛 摄