

周口农行“五力”推动个人存款持续快速增长

本报讯 2015年以来,周口农行强化网点管理,狠抓精细服务,加快渠道建设,推动了个人存款迅速增长。截至2月末,该行个人存款余额为323.23亿元,较年初增加35.2亿元。

强化宣传添活力。精心制作“向客户拜年,欢迎民工返乡”的专题宣传广告片、广告稿,通过电视台、广播、影院屏幕、ATM待机画面等多种载体播放,积极宣传农行形象。在网点营业大厅统一置放产品宣传折页、张贴宣传海报,通过支行短信平台、网点LED显示屏不间断发布产品信息。在全市开展“春联一条街”、“欢送务工人员回家过年”等宣传活动;在高速公路、社区楼道宣传栏、各县市出租车上滚动农行广告等户外显要位置大力宣传农行产品,触动全市人民视

角。

强化管理凝助力。加强大堂经理排班管理,确保大堂经理不缺岗;充分发挥客户经理、大堂保安作用,做好客户引导分流营销。在辖内网点开通wifi网络,提升客户体验;做好ATM机、自助发卡机等日常维护和巡逻,备足备齐加钞现金,确保机具不缺钞、不损坏、不罢工;将宣传资料和温馨提示张贴到设备附近,提示客户办理取现、密码修改、卡卡转账等业务的注意事项。落实客户名单制管理,明确支行副行长、网点主任和客户经理对贵宾客户实行常态维护和定期拜访,重点推荐IC卡、理财产品、信用卡、电子银行等产品。

强化服务聚合力。继续推进标杆网点“6S”管理,在网点设立贵宾客户绿色通道,

道,配齐个人客户经理;在全辖组织开展“两送一问”活动,对使用农行产品的客户不定期打电话,征询客户意见,并及时上门辅导,将金融知识送到千家万户。在各支行开展“神秘人”检查、本行现场检查和非现场检查等服务评比活动,根据结果以及投诉情况,在网点考核中实行倒扣分制,奖优罚劣。安排专人现场视频监控,现场喊话,每周服务挂网通报、公示。

强化营销提效力。积极开展“六进”、“扫街”等营销活动,对重点个体户群体和街道商业户、小区楼盘户进行全覆盖式定向营销,逐户采集客户信息资料,建立客户档案。各支行成立“三农”金融服务小分队,深入村组田边地头,宣传营销产品和服务,从源头抓好农民工工收入、收购资金回笼工作。筛选农行现有产

品,对客户实行分类供需配对,重点发挥理财、电子银行、代发工资、资金归集等产品和服务的引存稳存作用,帮助客户实现资产增值,稳定农行存款。

强化保障增动力。设立个人存款“上台阶”奖,按增量不同档次匹配绩效工资,按月兑付。要求市行、县行机关人员下赴网点帮扶,协助网点维持大堂秩序;各支行行长每周至少1天、主管行长每周至少2天深入网点营销督导,网点负责人每天不低于70%的时间在大堂。把机关部室分包支行落实情况列入行长每周督办事项,确保包部室辅导到位、服务到位、帮助到位;采用挂进度、挂贺信、挂督办函及每天短信提醒、每天邮件提醒的方式督导各支行增存。

(毕志刚 吴建明)

周口农行助推贵金属营销开门红

本报讯 2015年以来,周口农行积极在市场中探寻需求,实现贵金属营销开门红。截至2月28日,该行累计营销黄金22835克、白银29950克。

该行把绩效工资与贵金属中间业务收入挂钩,按考核期内贵金属收入的一定比例匹配绩效工资;设立中间业务收入争先奖,按中间业务收入考核结果,依照不同档次匹配绩效工资。将贵金属销售纳入到重点业务考核之中,鼓励员工营销贵金属产品;统一制作并下发贵金属营销业绩台账,个金部按日统计整理,每日将相关数据挂网公示,营造你追我赶、相互竞争的氛围。

克服仅各支行营业室有贵金属实物库存的困难,采取网点先行垫付资金购买不同品种再行营销的方式,使客户能够在辖内网点观看、触摸、掂量实物,针对其较为关注的价格、工艺、收藏性及保值增值等方面情况进行实地了解,让客户在体验中提升购买欲望。2月14日前后,紧抓情人节的有利时机,开展“感恩回馈 农行为礼”贵金属营销巡展活动,在各支行营业室设立会场,对在

售的贵金属热销品种进行展示营销。广泛宣传农行生肖金条制作的不可逆性,吸引和培育全套收藏类客户;在少量新品到货后推行限购,“十二生肖”、“玫瑰手”及“小苹果”每人每天限购一枚、银手镯每人每天限购一对,激发客户购买欲望。

建立网点员工普遍参与的微信群,要求全员关注“中国农业银行周口分行”及辖内各支行微信公众号,对贵金属产品及优惠活动通过自行组织宣传资料或转发公众号微信的方式在微信群中扩散,并要求全行员工通过微信朋友圈分享贵金属产品链接;与户外广告公司合作,在各大楼盘社区宣传荧屏上滚动播放个性化贵金属宣传内容。加强对农村市场的宣传,将“金品传承 价值永恒”的品牌形象与农村居民代代传承的观念相融合,推动农行贵金属产品在农村的营销。专门设计大型宣传海报、传单,对贵金属进行重点介绍,并组织人员在重点乡镇、村庄进行海报及传单发放,确保贵金属宣传有效覆盖。

(吴建明)

菜市场装上了POS机

“有了这台小机器,就像把银行请到了自己家,不仅安全方便,还解决了原来的好多麻烦。农行的服务让我最放心。”日前,黄淮大市场禽肉摊位老板李先生拿着刚刚安装好的农行POS机,心里特别舒坦。

黄淮大市场是周口市最主要的农贸市场之一,里面设有果蔬区、水产区、海鲜区等经营摊位、店铺。平时,市民在该菜市场买菜大都以现金支付,时常会出现零币,交易时纸币经常会带有水渍和油污,使纸币污损严重,而且兑换困难,稍有不慎还会收到假币。

为帮助商户提高电子化交易水平,改进“菜篮子”金融消费环境,周口农行以辖区网点为合作平台,积极与场内商户进行沟通,商讨布放农行POS机,全力推进市民“菜篮子”电子化金融工程。

与部分商户达成一致后,该行立即进行系统布线、设备测试等工作,同时在全市广泛宣传POS机刷卡的优势,对商户加强机具使用指导。在该行的努力推动下,市场内很多商户都布放了农行POS机,有效改变了过往现金交易频繁的局面。今后,来市场买菜的市民和批发商都可以手持银行卡,体验便捷的刷卡交易。

该行还以此为契机,大力宣传推广理财、基金、个人经营性贷款等多种适合个体商户的金融产品,提升了农行在商户心中的品牌影响力。

(吴建明)



春节前夕,周口农行在全市各大车站开展“欢送务工人员回家过年”活动。图为项城支行员工向返乡人员赠送礼品。杨建林 摄

以“五重点”促“五建设”

周口农行稳步推动电子银行业务发展

本报讯 周口农行“做客户、做账户、做产品、做服务”,强力推进电子银行业务稳健有效发展。2014年该行电子渠道分流率达到84%,实现电子银行收入4150万元,完成年度计划的122%。

以有效提升为重点,强化客户建设。电子银行条线制定精细化管理方案,明确电子银行客户建设目标;实施个人贵宾客户提升计划,推动客户由被动使用电子渠道向主动使用转变。持续开展“金e顺在行动”“六走进”系列专题活动,通过现场注册、咨询宣传、互动抽奖、趣味演示等多种方式,将电子银行产品服务穿透营销至客户的工作场所与生活社区。采取“定责任人、定责任区域、定营销目标”的“三定”措施,组建由行长担任首席客户经理,前台部门负责人担任大客户经理,机关一般员工担任普通客户经理的外拓营销团队。

以差异营销为重点,强化产品建设。加大资源投入和费用倾斜,加强网点营销环境建设,实现无线网络(WIFI)网点覆盖率100%,积极引导客户开通体验掌上银行,做好营业大厅阵地营销。以自动理财、快活宝等新产品和功能为服务亮

点,开展互联网理财专项营销活动,提高理财、基金等高附加值重点产品网络销售率,进一步激发客户活跃度和贡献度。以银企对账、代发工资为抓手,以超大批量代收付为切入点,强化企业网银覆盖,提升动户率和贡献度。依托对公部门客户名单,对“E商管家”潜在客户,实施名单制营销;积极营销K码支付等新兴电子银行业务,培育客户网络消费、网上支付意识。

以客户分流为重点,强化渠道建设。完成88个网点中的87个的标准化改造,完成18个网点软转导入和36个网点6S打造,36个网点达到市银协服务提升和示范单位创建活动提升标准。有序推进ATM机布放,新增自助银行13个、自助设备120台,投放POS机具、智付通1.1万台。加大对ATM机的巡查频率,对离行式自助设备推广集中配钞,强化设备运营监控,提高开机率。

以价值提升为重点,强化机制建设。在条线考核中,配置分流率指标40%的权重,与绩效收入挂钩。制定出台《电子银行业务分流指导意见》,按月对全行电子渠道分流情况进行通报,稳步提升业

务分流能力。对电子渠道购买基金和理财产品提高奖励,引导员工通过电子渠道办理各项业务。对无效产品不计价或降低计价,对有效产品如智付通在计价基础上再匹配相应维护费用。定期召开电子银行业务分析会,揭示风险隐患并提出有效的防范措施;利用张贴海报、短信等形式对客户进行安全提示;严厉惩处虚假注册、虚增交易和未经授权办理业务等违规行为。

以提质增效为重点,强化队伍建设。做实电子银行条线转培训、再培训和岗位轮训,促进条线队伍的理论深化和技能提升。去年以来,对全辖14个支行、部轮训一遍。将懂产品、善营销的优秀人才充实到电子银行业务岗位,每个支行明确电子银行专职人员,承担对网点营销维护的管理服务职能。在各支行组建掌上银行、个人网银等营销小分队,提高营销专业性和精准度。组建零售业务管理和产品交流畅言堂两个微信群,由支行行长、主管行长、业务负责人和大堂经理参加,交流通报业务进度、自助设备运行状态、日常营销难点等问题。

(吴建明)



近日,周口农行在辖内各大超市开展“刷农行银联信用卡消费有礼赠送”活动。活动期间,凡持农行银联信用卡在指定商店刷卡消费满一定金额,即可获赠精美礼品一份。图为鹿邑支行与某超市联合开展刷卡优惠活动。朱玉良 摄

周口农行为返乡农民工提供贴心服务

本报讯 春节前后,周口农行积极行动,采取多种措施,为返乡农民工定制金融产品,提供贴心金融服务。

该行把服务农民工群体当成近期服务“三农”的重点工作,引导各支行加强与劳务公司、建筑公司等外出务工团体和企业联系,了解外出务工人员分布情况、劳务输出产业特点、资金使用习惯等。深入各乡镇、村社,与当地农村干部联系沟通,详细掌握外出务工人员金融需求,有针对性地为农民工提供各类金融业务咨询、防诈骗等金融知识,做好服务营销工作。

该行利用外出务工人员集中返乡的时机,在火车站、汽车站等客流集中的区域布置宣传横幅,张贴宣传海报,投放宣传折页,营造服务氛围;分类设计服务方案,制定服务措施,方便返乡农民工选择农行金融产品。该行派驻专业人员,做好遍布各县乡的“惠农通”机具的维护使用工作,使村民足不出村就可办理各种金融业务,方便返乡农民工消费、转账。

(吴建明)

周口农行借自助银行筑便民平台

本报讯 “一出口就能办理存取款、转账等业务,再也不用走三四公里路到网点去了,农行自助银行是真方便。”日前,在周口大道某面粉厂门口的农行离行式自助银行里,工厂员工小刘高兴地说。

原来,该面粉厂位于城乡结合部,该区域中小商户云集、工厂员工众多,但远离市区,周边也没有银行物理网点或自助银行,居民、工人办理金融业务都要远赴中心城区,极为不便,他们迫切希望金融机构设立服务点,以满足他们就近办理业务的需要。

周口农行根据此地理位置偏远、金融

机构缺乏、居民办理业务不方便的实际情况,充分发挥电子渠道优势,积极推进离行式自助银行建设。经过考察调研,该行在庆丰街、周口大道等处设立了自助银行,布放了6台ATM,并派驻专门人员开展服务。自助银行的布放,搭建了便民金融服务平台,有效延伸了服务渠道,开启了金融服务偏远城乡居民及企业员工的模式。

据了解,周口农行近年来积极落实便民惠民措施,以服务渠道建设为抓手,在市区、县城人流密集、商业繁荣的区域以及企业云集的工业区,采取增设自助银行和布放ATM、自助查询机、转账电

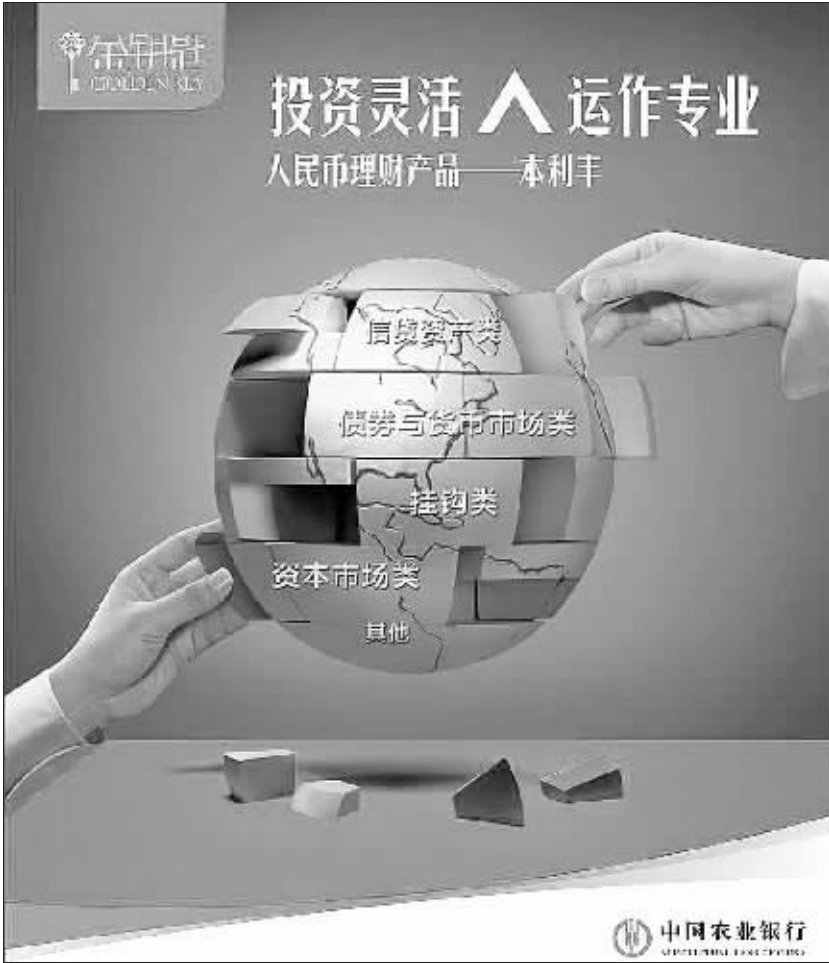
话等自助机具的方式延伸金融服务,加快渠道建设步伐,搭建电子化服务平台。截至2015年2月末,该行共布放离行式自助银行26个、ATM76台,构建了包括自动取款机、存取款一体机、多媒体自助终端、网上银行等在内的完备自助服务体系。

该行在加大自助设备投力量度的同时,十分重视后续服务工作,不断加强精细化管理,使自助设备在方便客户办理业务、提高工作效率等方面发挥了重要作用。一方面,该行加强安全宣传,及时将各种宣传资料和温馨提示张贴到自助设备附近,提示客户办理取现、密码修

改、卡卡转账等业务的注意事项。另一方面,该行强化落实管理责任,将ATM视同“金库”纳入安全管理范畴,严格按照上级行的相关制度进行设备操作和维护,形成了包含分支行领导、专业部门、营业网点和专职人员在内的“四位一体”安全防护体系。

此外,该行加大对ATM日均运营率、开机率和缺钞率的考核力度,引导各支行、网点加强自主设备运营质量,低效设备优化调整、离行式自助银行持续建设等精细化管理,使缺钞、缺纸、吞卡等问题能在最短时间内得到专业和及时的解决。

(吴建明)



热烈庆贺周口农行各项存款突破350亿元!