



伊通县农信联社 召开“开门红”基层调研会

为积极落实省联社“开门红”工作会议精神,吉林伊通县农信联社指定业务条线分管领导深入基层进行指导调研,组织召开一季度“开门红”基层调研会,对存贷款联合营销工作进行安排部署,了解基层“开门红”工作中存在的问题和遇到的困难。

该联社成立了以“一把手”为组长的“开门红”领导小组,明确班子成员分工,制定“开门红”工作计划,完善考核方案。今年,伊通县农信联社将低成本资金作为营销重点,主动与当地政府部门沟通协调,加强营销财政类资金,向低成本资金靠拢,全面优化存款结构。同时,该联社重点营销农村多种经营的种植养殖大户,结合“整村授信”入户走访工作,做好支农支小深入农村走访农户,维护存量、发展增量,为全年贷款营销工作打好基础。

韦耀光

兴化农商银行 25天增加存款35亿元

截至1月25日,江苏兴化农商银行各项存款余额达502.3亿元,比年初增加35亿元,在全市各金融机构中率先突破500亿元,存款总量、增量均居兴化市之首,组织资金工作再上新台阶。为此,兴化市委、市政府特向该行发送贺信表示祝贺。

一直以来,兴化农商银行秉持“为兴化人民谋幸福,为地方经济谋发展”的初心使命,践行普惠金融,助力乡村振兴,存贷款市场份额始终保持40%左右。在服务三农、服务市民百姓、服务中小微企业等方面主动担当作为,为地方经济发展贡献金融力量。

王梓晴

任县农商银行 提升厅堂营销效能

为全力迎战2022年首季“开门红”,河北任县农商银行统一思想、抢抓争先、多措并举,全力奋战2022年首季“开门红”。

该行提前召开2022年度首季“开门红”专题会议,下达一季度“开门红”目标任务,要求全体干部员工巩固存量客户,拓展有效客户,积极提升市场份额,为全年业务开展夯实基础。同时,任县农商银行以各营业网点为主阵地,充分利用晨夕会时间,让营销经验丰富的员工讲授营销经验,组织员工进行话术演练,确保全员熟练掌握业务流程、营销要点和操作方法,提升厅堂营销能力。

在提升厅堂环境的同时,该行不断加强厅堂服务管理,加强礼仪着装、文明用语等标准化、规范化服务等方面的全方位指导。针对节前刚增的人流量,该行及时适时增加厅堂服务人员,建立起以“内勤+客户经理+智慧柜员机”的服务模式,打造厅堂高质量服务,增强客户黏性。

吕一楠

十堰农商银行红卫支行 贷款营销取得显著成效

2022年“春天行动”以来,湖北十堰农商银行红卫支行“行动早、督办实、营销勤”,贷款营销取得显著成效。截至1月26日,该行贷款余额较年初净增1.16亿元,提前完成“春天行动”贷款投放任务。

去年12月份,该支行围绕“产业升级贷”名单,先后筛选出30家企业,采取电话联系、上门对接等方式逐户开展营销。并提前对辖内A级纳税大户名单进行筛选,对有需求的客户进行上门对接,宣传农商银行优惠政策及优势产品。“春天行动”期间,该支行成功营销“税e贷”9户,金额3700万元。

崔为勇

桦甸农商银行八道河子支行 存款余额净增1300余万元

年初以来,吉林桦甸农商银行八道河子支行认真贯彻落实党委工作,积极开展“开门红”营销活动。截至1月18日,该支行各项存款余额3.11亿元,较年初增长1317万元,完成一季度存款任务的78%,再创历史新高。

该支行充分利用人缘地缘优势通过走村串户、电话预约等方式开展预约工作。并利用晨夕会期间组织全员学习预约话术,通过精准营销一次性让客户充分了解存款产品,赢得客户信任,建立良好的营销关系网。

为烘托出红红火火的节日氛围,该支行以新年红色为主色调,以虎年画报为点缀,通过迎宾气球、地贴、拉花、窗花、宣传条幅、礼品台等物品对厅堂精心布置,呈现出一片喜气洋洋的新年气象。

此外,该支行通过提高新增存款日均绩效考核权重,设置“猛虎榜”,对存款贡献突出的员工予以奖励,调动员工工作营销积极性,营造出“比学赶超”的正向竞争氛围。

邵一鹏

黔东南农信完善激励机制

超额完成存款任务

虎跃迎春传捷报,势不可挡“开门红”!截至1月29日,贵州黔东南农信各项存款余额740.38亿元,较年初增加51.23亿元,增幅为7.43%,完成“开门红”任务的106.19%,提前并超额完成“开门红”存款任务。

省联社黔东南审计中心牢固树立“开局就是决战,起步就是冲刺”的理念,未雨绸缪,超前谋划,从2021年10月开始,就督促指导行社着手谋划好“开门红”工作,并要求各行社12月中旬前召开“开门红”启动大会。在省联社黔东南审计中心的统一安排部署下,辖内行社统一思想、上下同欲,步调一致、利出一孔,全力抓好“开门红”各项工作。

在省联社黔东南审计中心的统一安排部署下,各行社迅速行动,成立专班讨论制定“开门红”行动方案,完善营销方案和激励机制。2021年11月,辖区内各行社陆续开展了“开门红”方案评比会,广泛征集“好点子”,极大激发了基层网点“比、学、赶、超”的良好氛围和工作热情。全员群策群力,干劲十足,为2022年“开门红”工作奠定了良好基础。同时,黔东南农信还选派业务骨干到外部参加学习,邀请专业老师到行社开展培训,提高全员的

营销技能。

“响鼓也需用重锤”,2021年12月,在落实好各项疫情防控措施的前提下,各行社自行策划、自行组织、自行布置,陆续召开了“开门红”启动会,迅速凝聚人心,鼓舞士气。随后,各行社或以党支部为单位,或以辖区为单位,科学划分“战区”,立领“军令状”、授“战旗”……整合优化各类资源,实行抱团取暖式的“兵团作战”,形成了“支部比业绩、党员比贡献”的创先争优良好氛围。

在吹响营销“冲锋号”后,各行社迅速行动,通过展板宣传、厅堂装扮等方式,精心布局,营造了浓厚的“开门红”氛围。一方面,通过深入周边小区、商铺走访宣传,积极发动员工借助朋友圈等网络渠道,推送各项业务宣传图片、视频等方式,提高“开门红”活动的知晓度。另一方面,通过全员走访、精准营销、电话回访等方式积极对接新、老客户,实现了存量客户的挖掘和新增客户的持续跟进。

为压实责任,做到“千斤重担人人挑、人人身上有指标”,黔东南农信成立了三类督战队,即巡回督战队、挂牌督战队、驻点督战队,负责督促指导行社、战区、网点压实责任,落实政策,全

力以赴实现“开门红”。同时,为营造“比、学、赶、超”的良好氛围,调动行社工作积极性,省联社黔东南审计中心根据业务类别,将全辖16家行社分成多个战区,按月对各战区进行调度、考核、通报、排名、奖惩,并将考核结果与评先评优、干部提升挂钩,强化指挥棒作用,推动挂牌督战队出成效。

督战队成立后,省联社黔东南审计中心领导班子认领责任,带头做表率,多次深入行社、网点、企业、工厂实地调研指导。由省联社黔东南审计中心各部门人员组成的挂牌督战队,坚持目标导向,与驻点督战队、网内人员共同抓好存款组织、贷款营销、不良贷款压降等工作。各行社高管和机关部门人员纷纷下沉到基层,与一线网点并肩作战,大家上下一心,全员行动,共同推动业务发展。各网点分析市场,细分客户,分析对手,明确对策,建机制、出产能、找问题、补短板,逐一建立问题和短板台账,逐一一对账销号,全面提升金融服务能力和市场竞争力。

今年初,黔东南农信提前并超额完成了“开门红”存款任务,但这只是起点,并不是终点,黔东南农信将以更高的标准、更严的要求、更实的作风苦干实干、再创新绩。

吴兴芝



春节期间,山西侯马农商银行紧紧围绕省联社和临汾审计中心的安排部署,把营造节日氛围和业务营销统筹推进,围绕“开门红”的各项目标任务,抢抓春节期间营销黄金时机,创新营销形式,改进工作方法,提高办事效率,确保服务“不打烊”,业务“不断档”,营销“不停步”,为广大客户提供便捷周到的金融服务,全面推进各项业务稳步提升。截至2月6日,该行各项存款余额38874万元,较年初净增1375万元,完成同期任务的111%。图为该行网点大堂经理热情迎接客户。

卢耀翔

紫金农商银行乌江支行优化服务体验

储蓄存款净增5300万元

为切实提高服务效率,推动业务发展,江苏紫金农商银行乌江支行采取“协调配合、人员调度、分流引导”三大招,优化服务体验,让客户在凛冽的寒风中依旧能感受到来自农商银行的浓浓“暖意”。

面对农区网点业务高峰期客流量大的突出特点,乌江支行制定人员分布图,明确内勤主管、柜员、大堂助理、保安的活动区域及责任范围,明确“首问负责制”,加强协作,密切配合,为客户提供更加周到、细致的服务。对于网银、对公开户等办理时间较长、流程较为繁琐的业务种类,该支行员工做好预约登记,安排“业务能手”合理利

用午后时间快速办理,避免人员积压,提高整体服务效率。

乌江支行作为社区型支行,为适应业务转型及营销需求,日常仅设置2名在编柜员,为有效应对业务高峰,一级支行安排电子专员转至乌江柜面代班,机关人员至厅堂支援,内勤主管高峰时段兼任大堂经理,上下联动共同做好客户维护。并充分抓住业务发展高峰有利时机,在落实疫情防控规定动作的同时推动储蓄、社保卡、电子银行等指标快速提升。

为进一步优化客户体验,该行客户经理将前来办理小额取款业务的客户引导至自助设备及STM机,节约排

队时间。同时,安排专人负责ATM机、STM机等智能设备维护,及时解决缺少、残缺、电子故障,确保机器正常运转,服务“不断档”。此外,该行厅堂人员还利用厅堂客户等候时间,集中讲解并现场演示手机银行业务操作流程,普及电子渠道,切实提高柜面业务替代率,缓解柜面压力。

在全体干部员工的协调配合下,紫金农商银行乌江支行各项工作高质有序地进行,截至1月31日,该行储蓄存款金额净增5300万元,经营性贷款金额净增970万元,完成率均排名前列,“开门红”战役正如火如荼开展。

李蒙 邱婷

承德农信社抢抓机遇

多点发力迎战首季“开门红”

为进一步加大业务营销力度,加快发展步伐,河北承德农信社抢抓岁末年初市场营销旺季机遇,早抓快动,启动2022年首季“开门红”工作,确保第一季度开好局、起好步,为全年业务指标打下坚实基础。

为谋划好2022年首季“开门红”工作,省联社承德审计中心党委班子成员分别带队深入基层一线走访调研,对各县级行社存款营销、信贷结构、不良贷款等情况进行摸底;通过与各县级行社班子成员谈心谈话,召开专题研讨会等形式,深入了解各县级行社经营实际,听取对“开门红”工作意见建议,收集业务经营第一手资料。早在12月17日,省联社承德审计中心全面安排部署“开门红”各项工作,出台《承德市农村信用社2022年业务“开门红”活动评先奖励办法》,要求县级行社主动迎战市

场竞争,扎实开展业务“开门红”工作,既要抓好主要指标兼顾小指标,又要以灵活多样的营销方式,巩固老阵地开拓新市场,真正把业务做精,把指标抓好,把工作落实。

为全面提高市场竞争力,实现高质量发展的核心目标,该审计中心党委围绕提质增效、坚守支农支小市场定位,防范化解风险等主要内容,制定《2022年业务“开门红”指标考核办法》,对存款、贷款、不良贷款、财务、电子银行5大类15项指标进行细化分解,设置央行票据置换及已核销不良贷款压降、绿色信贷占比、小微企业信用贷款增加额等5个加分项,增加2项压降不良贷款类指标加分项和“双基”共建任务、大额贷款占比、小微企业续贷业务占比等10项减分项目,通过对各项考核指标设置不同分值,以分值权重体现经营发展重点,充分

发挥考核的指挥棒作用,引导各县级行社把业务发展目标融入全市农信社改革发展大方向上,融入到省联社可持续发展的大局之中。

此外,为确保“开门红”取得实效,省联社承德审计中心党委立足组织层面,着力解决抓落实不力问题,把业务“开门红”成果作为检验干部工作思路和工作能力的试金石,对指挥不动、推进缓慢、消极怠工的干部员工给予相应处罚,将勤怠务实、开拓创新、业绩突出的干部员工纳入全市人才库,重点培养使用,综合施策调动全体干部员工抓工作的积极性。并坚持把业务规范化作为各项工作开展的基础,要求县级行社制定实施细则,加大处罚力度,坚决刹住违规违纪的歪风邪气,营造真抓实干、爱岗敬业、尽职尽责的风气,为业务发展和“开门红”工作营造良好氛围。

宋慧菊 迟楠

益阳农信系统

以“开门红”夯实业务发展基础

今年以来,为迅速提高湖南益阳农信系统“开门红”活动工作高潮,夯实发展基础,实现“全年红”,益阳农信系统“开门红”工作抓得早、抓得实。

新年伊始,益阳农信系统按照《益阳农信系统“开门红”活动竞赛方案》的时间表、任务单、路线图早谋划、早行动。为做到“开门红”活动不落俗套、早见成效。根据湖南省农信联社总体部署和益阳办事处具体要求,辖区内益阳、安化、南县、桃江、沅江农商银行,结合当地实际,把满足广大客户愿望作为第一原则,思路、方向、方法、服务、行动紧紧围绕惠民利民来进行。

同时,为将“开门红”活动引向深入,推动各项工作任务完成,益阳农信系统将“开门红”活动与“党建共创、金融普惠”、整村授信、乡村振兴等工作有机融合,注入新动能,纳入农商银行党委成员业绩跟踪管理、干部职工工作业绩与考评的重要内容,激发工作主动性、创新性。为掌握工作节奏和工作实

效,益阳办事处采取晒工作业绩、定期调度督导等方式予以推进。

日前,益阳办事处还以益阳农信系统2022年一季度“开门红”工作推进会议的形式进行工作调度,按任务完成进度快慢依次排名予以鼓励与鞭策,工作进度快的农商银行分享经验,增强工作紧迫感、责任感、荣誉感。省联社益阳办事处党组书记、主任沈中心强调,全市农信系统要以“开门红”为抓手,以农商银行党委成员“四自能力”建设为前提,以全市各农商银行微信公众号等宣传媒体为载体,着力抓好党建工作、疫情防控、清廉文化、宣传报道、安全维稳、乡村振兴等工作,实现同频共振、同步发展。

截至目前,益阳农信系统各项存款和各项贷款分别达到620.43亿元和371.52亿元,分别比年初增加6.67亿元和7.02亿元,创历史新高,其他各项工作同步发展,为金融支持乡村振兴注入了新的动能。

李争荣

沁水农商银行

开展“增户扩面”营销竞赛

春节过后,山西沁水农商银行以“夯实基础、精准营销”为主题,开展了“首季开门红”系列活动之“增户扩面”业务营销竞赛新高潮。该行上下紧扣活动工作目标和要求,迅速行动,狠抓落实。截至1月末,各项存款余额达68.63亿元,净增存款4.07亿元,占目标任务的170%;各项贷款余额达20.9亿元,新增投放信贷资金6335万元,信贷客户数明显增长,贷款结构持续优化。

该行持续开展营销宣传,对有房客户、优质收单商户等客户进行精准营销,在客户朋友圈、微信群开展产品转发积分、线上金融产品直通车等宣传工作,广泛对接小微企业、个体工商户、新型农业经营主体等客户群体,推动“增户扩面”工作的开展。同时,该行深挖存量客户潜力,持续做好客户跟踪维护工作,积极向存量信贷客户介绍相关产品及服务,以点带面,扩大客户群,向事业单位员工、优质企业的上下游企业营销,及时捕捉各类客户信息。

年初以来,沁水农商银行一方面不断加大“政银”战略合作力度,大力营销各级政府低成本资金,加强与当地招商、行政审批、市场监管等部门的对接联系,跟进开户和资金留存工作,深挖存款增长点。另一方面,该行加强长尾客群服务,积极拓展优质客户单户,分行业、分类型,做好精细化管理和跟踪维护,提高交易活跃度和结算量,实现低成本资金的有效沉淀。

为提升客户服务体验,该行加强数据支撑,本着“让数据多跑路,客户少跑腿”的原则,坚持小额贷款线上化,实现信贷业务线上线下结合办理,为业务发展提供助力。今年,沁水农商银行推出“主打明星产品+三重礼+三十场系列活动”营销模式,以“主打明星产品”大额存款吸引客户,预约礼活动预热,积分礼回馈客户,大奖礼营造氛围,30场系列活动提升黏性,多措并举确保活动多形式、多层次、广覆盖、高黏度的营销客户,不断提高客户的服务体验和获得感。

英东

润昌农商银行

上下联动掀起旺季营销热潮

为确保2022年业务开好头、起好步,山东润昌农商银行抢抓春节前后旺季营销机遇,紧盯目标任务,凝聚全员之力,汇聚全员之智,坚定信心,上下联动,强力掀起旺季业务营销热潮,助力资金组织首月实现“开门红”。截至2022年1月末,该行各项存款余额184.21亿元,较年初增加4.21亿元。

为确保资金实现归行,该行一方面拓展新增客户,拓宽市场资源,结合“四张清单”对接营销工作,客户经理针对业务营销空白的小微企业逐户进行电话营销,对有金融需求的客户及时跟进,限时办结,抢抓客户、抢占市场。另一方面,该行维护优质客户,密切合作关系,春节前夕,全面梳理辖内优质小微企业客户清单,并向签订“主办行”的三十余户小微企业颁发了“二〇二一年度诚信合作伙伴”牌匾,进一步密切双方业务合作关系。

“开门红”活动期间,润昌农商银行不断丰富厅堂活动,通过策划开展“迎新年、送财神”、“迎春送福”“新春积分送好礼”等系列厅堂活动,让客户充分感受到新年氛围。同时,该行抓住个体

工商户年底资金回笼机遇,组织各网点春节前后沿街商户、门市集中开展“送福字”“送春联”“送财神”营销活动。并在乡镇集市、商场摆摊营销,扩大受众面,提高外拓营销实效,带动业务快速增长。

今年,润昌农商银行下沉营销服务重心,提升品牌服务形象。针对外出务工人员集中返乡之际,该行调整驻村办公频次,实行客户经理半天驻村工作制,在做好疫情防控的前提下,内外联动,携带移动设备上门服务,全力满足客户金融服务需求。为营造旺季营销氛围,该行坚持将每周六作为“全员集中营销日”,各支行行长带领员工集中开展业务营销,班子成员、帮包经理现场帮扶指导,深入村庄(社区)、专业市场开展营销,助力“春天行动”扎实开展。此外,该行充分发挥移动厅堂服务队的优势,为外出返乡人员上门办理社保卡开立激活、电子银行等业务。据统计,2022年以来,润昌农商银行新开通手机银行6448户,新增“聚合支付”商户527户,为存款稳步增长打下了坚实的基础。

司学兵 张相俊

钟祥农商银行王府支行

赢得“春天行动”“开门红”

2022年“春天行动”启动以来,湖北钟祥农商银行王府支行积极应对激烈的市场竞争,下苦功夫、细功夫、硬功夫,赢得春天行动首季“开门红”。截至1月26日,该支行各项存款七年初净增6546万元,完成计划的142%,排名全辖首位。

王府支行紧邻市内商业中心,商圈客户群体大、资源足。该支行紧紧抓住这一优势,白天,以“内勤+外勤”组队模式,深入周边商户、居民小区、菜市场进行走访,拓展新的客户群体,做大增量客户;晚上,做优存量客户维护,按照“个人存量客户+公共存量客户”双重领养机制,逐户上门维护,存量客户稳存率达90%以上。截至1月26日,该支行共走访周边商户300余户,实现商户揽存585万元。

作为一家城区网点,同业竞争远比在乡镇激烈得多,只有更优质、更主动、更贴心的服务,才能够赢得客户的信任。为此,王府支行在做好基础的厅堂服务之余,也将优质服务触角延伸到网点之外。早在2021年8月,该支行行长徐天华就从一个老客户口中得知,家住陈集村的张阿姨年底会有一笔他行资金到期。半年来,徐天华通过十余次电话联系、三次上门拜访,用真诚获得了张阿姨的信任,将他行100万元到期存款存入王府支行。

作为一家二级支行,王府支行仅有的36个对公账户基本都处于“零余额”状态。为找寻突破口,该支行列出清单、逐户对接,通过对公账户的逐一摸排,得知钟祥市某地产有限公司暂有1100万元闲置周转金。徐天华再一次带头公关,与该企业老板取得联系、勤上门、勤拜访,最终使该企业1100万元的闲置资金存入王府支行。

张亚伦