

## 开门红

博野县农信联社  
召开“开门红”推进会

近日,河北省博野县农信联社召开2021年度总结表彰暨2022年度“开门红”活动推进会,班子成员、各部室经理、网点负责人和部分先进个人代表参加会议。会议由该联社党委书记、主任赵华伟主持。

会上,该联社党委书记、监事长王丽敏宣读了《博野联社关于表彰2021年度先进单位、先进个人的决定》。

该联社党委书记、董事长荀少辉对2021年的各项工作进行了全面总结回顾,肯定了成绩也指出了不足。他强调,要坚定信心,真抓实干,抓住旺季资金回笼的有利时机,坚持目标导向、问题导向、结果导向,不折不扣完成“开门红”既定目标;要强化服务,主动出击,抓住乡村振兴、“双基”共建等切入点和发力点,主动对接客户需求,稳固老客户,拓展新客户;提高政治站位,筑牢防线,落实好新冠肺炎疫情防控和安全保卫各项举措,确保安全无事故。

张玉波

紫阳农商银行  
“收心归位”迎战旺季营销

春节收假上班第一天,陕西紫阳农商银行迅速组织机关全体人员召开2022年春节节后“收心”暨“新禾行动”旺季营销推进会,旨在动员全员迅速从“假期模式”切换到“工作模式”,以良好的工作状态投入到“新禾行动”旺季营销工作中。

会上,该行通报了“新禾行动”旺季营销活动开展情况,肯定了取得的成绩,指出了短板弱项。会议强调,该行各级管理人员要充分发挥好以上率下作用,迅速收心归位,立即调整状态,真正把春节期间的兴奋感转化为起步冲刺的工作热情和激情,以崭新的面貌、饱满的热情、十足的干劲、务实的作风全面掀起“新禾行动”旺季营销活动热潮。同时,要积极谋划和深入研究新一年工作,努力全年工作谋好篇、布好局、开好头、起好步。

刘小利

延边农商银行  
强化微贷中心营销举措

自年初以来,吉林延边农商银行微贷中心紧盯目标任务,明确营销重点,强化方法举措,全面做好客户营销和储备工作,奋力实现首季“开门红”。

为确保圆满实现首季“开门红”工作目标,该微贷中心及时召开全体员工誓师大会,对各项工作进行周密安排部署,层层分解任务;组建三支服务小分队,科学合理制定工作方案,明确任务考核重点,细化考核工作流程,确保实现首季新增贷款、新增客户两项“开门红”;开展地毯式营销、逐户上门走访调查,构建“点+线+片”营销体系;利用短信、微信、电话、无线电台循环推送等方式开展线上贷款营销,定期对客户进行电话回访;定期走进商圈、个体工商户,通过“扫街”积极开展外拓营销,累计走访客户约300余户。

曹新刚

十堰农商银行武当路支行  
完成微贷业务目标414%

2022年“春天行动”战役打响以来,湖北十堰农商银行武当路支行精准发力,实现了微贷业务“开门红”。截至2月9日,该支行新增微贷31户,金额3041万元,完成“春天行动”计划的414%。

为增强微贷工作主动性,早在去年末该支行就对微贷营销工作进行了分析谋划,集思广益、群策群力,早计划、早安排、早部署,要求全员利用人缘、情缘优势早储备优质资源,提前宣传,提早行动。同时,该支行组织员工深入辖区市场调研,把优质客户、市场大户作为重点拓展对象,大力宣传“福e贷”“家庭房易贷”等微贷产品的利率优势、产品优势、服务优势;抢抓“两节”有利时机,通过携带对联、宣传册等方式,积极回访维护老客户。

毛建枝

安化农商银行梅城支行  
举办员工家属答谢会

近日,湖南安化农商银行梅城支行举办了“快乐工作、幸福生活”员工家属答谢会,旨在为“开门红”工作造势、为全年工作推进聚力,活动场面十分火爆、节目精彩纷呈。

答谢会现场,该支行每名员工提前签订《安化农商银行内控案防连带责任书》,为安全运营提供保障。该支行员工及家属精心准备的12个表演节目,主题鲜明、形式新颖、反响热烈,充分彰显农商银行“团结力量、奋进创新”的企业文化。

赵周欣 汤菲

## 巨鹿农商银行抢抓时机

## 存款业务实现新突破

□ 本报记者 王海潮 通讯员 李茜

今年以来,河北巨鹿农商银行充分抢抓有利时机,不断强化宣传,提升服务质效,开展“冬日暖阳”行动,实现了各项存款目标新突破。截至1月末,该行各项存款余额较年初净增1.55亿元,实现了存款业务“首季开门红”。

巨鹿农商银行根据“首季开门红”的任务目标,坚持市场为导向,以客户为中心多层次、立体化营销推广。工作中,该行采取“确保稳住大客户,努力发展小客户,积极拓展新客户”的策略,将小微业务和个体工商户作为重点营销目标,抓住春节前资金回笼这一优势,组织员工回访客户,对客户信息和金融需求详细登记,做到跑户有记录、宣传有影像、服务有反馈、营销有成效;通过“面对面”宣传营销,切实提升商户的信任度;采用“网格+

地毯式”精准营销,主动走访,切实巩固老客户,不断开发新客户,切实增强客户满意度和认同感。同时,该行班子成员带头深入辖区政府职能部门、企事业单位,作为公关突破口,紧盯财政类存款、资金调拨、土地流转划拔、社保费、拆迁补偿款等信息,充分拓展大客户资金链业务。截至1月末,该行低成本存款余额突破15.08亿元。

巨鹿农商银行认真分析客户群体,掌握储蓄客户特点,通过海报宣传、厅堂宣传、下村入户等方式,宣讲讲解储蓄利率优势,大力营销定期储蓄业务,牢牢稳定客户资金。同时,该行以稳定存量客户,发展新客户为抓手,利用地域优势,大力发展临县客户,为存款营销工作奠定基础。该行还大力宣传推广手机银行、微信银行、网上银行等电子银行业务产品,普及各类电子银行业务操作知识,引导客户通过线上渠道办理业务,不断提升

整体业务营销水平。以网点为阵地宣传,该行在营业大厅、柜台窗口等摆放宣传展板,利用LED电子显示屏、ATM显示屏、液晶电视等电子宣传媒介进行营销推广。截至1月末,该行居民储蓄存款较年初净增1.58亿元。

为打造高效的服务水平,巨鹿农商银行将客户满意度作为衡量服务的标准,从客户需求入手,强化窗口服务。该行安排专人协助客户取号、填单、使用自助设备、解答客户疑问等工作,内外通力合作,打造高效运转的厅堂服务模式,增强客户体验感;将柜面服务延伸至金融知识普及、信贷产品推介、电子产品指导,从细节出发,精准识别各类客户,按照客户需求,提供专业的服务,达到良好的获客效果;对老年人、特殊人群客户贴心照顾,开设“绿色通道”和爱心窗口,建立特殊人群登记簿,对行动不便的老年人,提供上门服务。



前不久,广西自治区防城港市防城区农信联社党委领导班子成员近日深入基层网点,看望慰问奋战在一线的广大干部职工,并调研了“开门红”各项业务营销推进情况,要求全行人员要紧紧抓住营销旺季,争分夺秒,维护客户,挖掘潜力,拓展业务;要严格做好新冠肺炎疫情防控,加强值班和巡查工作,确保安全生产。图为慰问现场。 黄天生

临朐农商银行围绕基础客户  
筑牢存款“蓄水池”

今年以来,山东临朐农商银行深入贯彻落实省联社“123456”总体工作思路,持续践行以客户为中心的服务理念,制度引领,创新举措,实现“春天行动”开门红”。截至1月29日,该行存款余额262亿元,较年初增长14亿元,日均存款余额250亿元,较基数增长12亿元。

为稳固基础客户阵地,临朐农商银行围绕“客户得实惠,银行赢客户”的获客理念,织密厅堂营销和外拓营销网络,做实基础客户营销拓展,筑牢基础存款“蓄水池”。临近春节,为满足客户多元化服务需求,该行各网点结合客群类型,精选大众最喜爱的礼品,打造“新春”礼品堆,开展“我为临朐农商银行代言”红包抽奖、幸运大转盘、挑战10秒”等各类“新春”活动,累计吸引3600余名客户参与,带动厅堂存款增长6.5亿元。同时,该行制作热推金融产品手

绘,覆盖厅堂各个功能区,配合“一句话营销”、厅堂微沙龙等“规定动作”,增加客户对金融产品知悉度及贡献度。为做实存量客户维护,该行扎实开展分岗管户工作,通过省、市版“智慧营销系统”获取管户客户信息,按照电话回访、邀约参与活动、上门拜访等形式,在系统和工作日志台账上详细登记,实现客户回访维护的可视化和可查化,做到针对性、精准性营销,实现以老拓新,累计拓展存款2.3亿元。

为拓展外拓营销渠道,临朐农商银行以代发工资、代发财政性补贴、社保卡发放等为切入点,该行28支“移动厅堂”服务队进村庄、社区、企事业单位等网格开展外拓营销120余次,现场办理银行卡开卡2300余张、开立手机银行3150余户。同时,该行扎实做好外拓营销后续跟进服务,以柳山镇西瓜种植户张大哥为例,临朐农商银行柳山支行在

外拓营销时,利用近期“2K”西瓜陆续成熟上市时机,积极为张大哥提供“聚合支付”收款、手机银行便捷结算等各类金融服务,增强客户粘性,为后续西瓜资金揽储奠定基础。借力西瓜种植户跟进服务,该支行预计可拓展西瓜存款6000万元以上。

临朐农商银行持续加大行业客户营销拓展力度,增加低成本资金沉淀,积极与县内各大企事业单位广泛开展党建共建,打造“红色朋友圈”,依托党建共建,对客户实现全产品“一揽子”营销,不断拓宽获客渠道。截至目前,该行新增对私客户1.6万户,对私存款较基数增长3.3万户。同时,该行领导班子成员带头全员营销,通过“线上+线下”分层分类抓好优质客户节日期间走访,做到优质客户全覆盖,助力节日期间存款快速增长。

郭健

## 周口市农信系统创新营销思路

## 存款余额新增84亿元

自年初以来,河南周口市农信系统紧紧围绕省联社2022年一季度业务“开门红”竞赛活动安排部署,抢先抓早、主动作为,创新思路,强力营销,存款规模实现了新的突破。截至2月9日,周口市农信系统存款余额突破1600亿元,达到1604亿元,较年初新增84亿元,为助力周口经济社会发展奠定了坚实基础。

为明确目标方向,周口市农信办党组在年前就召开“开门红”动员大会,印发了《一季度“开门红”活动方案》,明确了“稳目标、调结构、优服务、巧营销”的存款营销总体思路,建立了自上而下的领导干部部分片督导、机关干部包片帮扶的全员营销机制;围绕目标任务,确立了增长规模、结构质量等多个考核维度,逐项考核、逐项计分,每日排名、每周通报,充分发挥考

核奖惩的指挥棒作用,在全辖迅速掀起了存款营销热潮。

为强化营销抢占先机,周口市农信系统用好活农信自媒体,通过微信公众号、视频号、抖音等平台,以客户喜闻乐见的形式宣传金融产品和知识,开展“最美厅堂”“服务之星”网络投票,并举办了“新春火锅派”“豫见下午茶”主题网络直播,在同网友畅享春节习俗、冬奥故事和红包互动的过程中解锁农信“流量密码”,吸引客流。周口市农信系统以客户需求为导向,以“金燕e信”为切入点,搭建了涵盖智慧医疗、智慧校园、智慧商圈等9个方面的57个金融场景,并主动联合知名电子商务平台,在为消费者优惠让利的时候,进一步提升了客户用卡活跃度,增强了客户粘性,有效带动了卡存款规模的持续攀升。同时,周口市农信系统持续深化“党

建+金融”业务模式,在强化政银合作关系,积极开展对公存款营销的同时,主动进驻线上金融助理人驻外地老乡群、商会群、社区及村民群等,为因新冠肺炎疫情不能出门的客户提供线上业务咨询和宣传,主动抢占市场储源,做到应揽尽揽。

为优化服务,提升品牌形象,周口市农信系统在全辖网点集中开展了“迎新春·靓网点”活动,打造年味厅堂,优化适老服务,增配服务机具;严格落实厅堂服务首问负责制,一句话营销、柜面“7步曲”和厅堂“6S”管理,采取第三方监测和内训师督导的形式确保服务质量提升。同时,周口市农信系统各行社主动提供预约上门、爱心驿站和走访慰问80岁以上老人等特殊化服务,以真心真情赢得客户青睐,擦亮周口农信品牌。

林根深 赵亚威

龙口农商银行  
争当“春天行动”排头兵□ 本报记者 刘欣欣  
通讯员 栾钧屹 孙文杰

今年以来,山东龙口农商银行争当“春天行动”排头兵、争当2022“开门红”急先锋,科学规划,狠抓落实,各项经营指标实现新突破。截至1月末,该行各项存款余额305.32亿元,较年初增长7.32亿元,各项贷款余额172.32亿元,较年初增长5.07亿元。

龙口农商银行以“智慧营销系统”为抓手,结合“四张清单”营销走访,客户经理加大对社区居民存贷款、电子银行、银行卡等“一揽子”营销服务;依托代收电费、代收烟草款、代收暖气费等生活应用场景,提高银行卡使用率,带动低成本存款占比提升。截至1月末,该行1年期及以下存款低成本存款较年初增长9.09亿元,存款调结构初见成效。同时,该行加大存量企业走访力度,由支行行长安排专人对企业客户实行名单制管理,营销代发工资、银行卡和电子银行业务,对于存款余额不足5万元的存量客户,充分挖掘客户潜力。

龙口农商银行对客户经理设定贷款增长最低业务量,设置增量计酬、户数计酬、笔数计酬等指标,增量业务计

酬标准大幅高于存量指标;持续深化行业客户营销,通过厅堂内外营销、分岗管户等方式,大力推进异业联盟活动拓展存渠道;加大行业客户拓展,中标校外培训机构监管银行资格,开通柜面、电子银行端代收学费业务;14个乡镇全部接入“农银直连系统”,开立村委会账户520户、股份合作社446户,开立社保卡22.69万张。

针对贷款客户,龙口农商银行开展“以贷引存”,加强对贷款资金的封闭管理,做好上下游客户的延伸营销,促进企业资金回流;每季度举办信贷人员评比,按季制定评选主题,营造内部客户经理“比学赶超”的浓厚竞争氛围;加快完善信贷内训师队伍建设,充分发挥内训师的带教作用,每半年对内训师进行内部考核评比,对评比前三名内训师给予经济奖励,同时对连续两次排名后两位的内训师予以淘汰。该行还不断强化信贷手续,提高办贷效率;将贷款资料整合统一,力争实现面谈记录、征信查询、申请书等资料的归并,实现客户贷款签字“一纸书”,提升客户信贷体验。同时,该行加快推进“无感授信”模式推广,实现城区客户5万元以下贷款额度、农区客户3万元以下贷款额度线上申放放款。

## 绵阳农商银行

## “异业合作”打造营销新业态

自“开门红”工作启动以来,四川绵阳农商银行紧紧围绕四川省农信联社“1234567”治行兴社基本方略,深入践行“五大营销”理念,聚焦目标任务,细化工作措施,抢抓营销旺季,锚定价值客群,强化执行推动,通过整合行业资源,开展高端客户答谢会、乡镇加盟店优惠购、个人客户内购会等系列活动,打造金融场景,有力地实现“抓好增量、激活存量、用好流量”,有序有效推进全行2022年“开门红”进程。活动期间,该行累计新开对公账户20余户,新增对公存款500万元;新增个人存款270万元,发放“农E贷”307户,开通“蜀信e”手机银行670户。

1月16日,绵阳农商银行在绵阳市家福来电器卡萨帝店举办了“首届个人高端客户答谢会”,邀请34位VIP客户

参加活动。活动现场,该行不仅为客户带来科技感十足的高端家电体验,还让客户体验趣味十足的DIY烘焙,得到了客户的高度认可,提升了农商银行的品牌影响力,为后期市场营销、业务开展、深入合作创造了良好的条件。

1月22日,绵阳农商银行再次携手家福来电器举行“绵阳农商银行客户新年福利内购会”,专门接待该行客户和员工,内购会现场还设有该行贵金属展示区,在购买家电的同时,让客户对贵金属相关产品的了解更加深入。该行此次感恩回馈活动的举办,不仅让客户得到了实实在在的优惠,还加强了客户关系的维护,增强了客户粘性,而且使客户对该行各类金融产品有了更深的了解和认知。

陈雪娇

## 永吉农商银行

## 共享营销经验确保首季“开门红”

自年初以来,吉林永吉农商银行秉承抢先抓早、务求实效的思想原则,提前部署、抢先行动,确保首季“开门红”活动取得初步成效。截至2月8日,该行各项存款较年初净增2.2亿元,完成首季“开门红”任务的82.50%。

1月13日,永吉农商银行召开首季“开门红”专题会议,并结合辖内实际,科学合理设定目标,及时下发“开门红”营销方案,为保持工作步调一致性,各支行制定具体的营销活动措施,将存款任务合理分配到岗到人,并做好任务营销台账,通过员工学习交流等方式分享营销的经验和做法,做到“资源共享”。

利用“双节”有利时机,永吉农商银行积极开展宣传和营销,为“开门红”活动做好全方位位的准备工作,并加大对政府机关和财政事业单位的营销拓展力度,发挥大客户作用,拉动低成本存款

大幅增长。同时,该行还对客户清单,细分客户层级,做好客户的营销和情感的维护。

永吉农商银行严格遵循“指导有方、执行有力”的八字方针,以领导干部负责包片、部室经理负责包保支行的方式,强化服务一线职能,主动为基层排忧解难,将“我为群众办实事”走实走深,支行细分竞赛小组,互相PK,营造“比、学、赶、超”的氛围,强化和完善激励措施,充分激发全员干劲和热情。同时,该行采取“线上+线下”双线结合的方式,线下在网点的显眼位置张贴存款有礼相送的宣传海报,扮靓厅堂,发挥宣传“主战场”阵地,对前来办理业务的客户发放“开门红”宣传单;线上通过微信朋友圈、手机APP应用等进行宣传,利用其传播速度快、范围广、影响力强的特点,拓展更多的潜在客户。

贾晓东

## 石首农商银行

## 存贷款业务“双线飘红”

今年以来,湖北石首农商银行坚持“拼速度、拼质量、拼成效”工作思路,蓄势发力“春天行动”,实现高起点、新突破,存贷业绩双线飘红。截至2月9日,该行各项存款较年初净增12.05亿元,增幅10.40%,完成“春天行动”任务165.75%;各项贷款较年初净增5.92亿元,完成“春天行动”任务204.16%。

为实现“开门红”,石首农商银行紧盯市场,瞄准目标,多次召开专题会议,对2021年末至“开门红”期间重点工作进行规划,拟定存贷营销攻坚计划,并采取“清单制”管理,明确各项工作的完成时限。该行党委第一时间积极主动向地方党委汇报工作情况,主动争取地方政策支持;领导班子里带头走访地方政府、相关部门及企业,完成对石首市110个拟列重点项目的对接,形成政银企多级合力,为业务发展积蓄强大后劲。

为充分发挥“小微金融店小二”服务精神,石首农商银行坚持阵地前移、服务前置、力量前倾,主动上门对接,摸

清资金供给,靶向施策,快速办贷。年初,石首农商银行高基福支行瞄准“春节”鲜肉交易火爆,组织“扫码”专班进驻高基福镇猪肉批发市场,在对扫码商户维护的同时,挨家挨户了解商户资金需求,营销微贷1200余万元。

石首农商银行各网点客户经理充分发挥“5+2”“白+黑”的精神,白天走访营销和收集信贷资料,晚上整理贷款资料、录入信贷系统。运用“301”贷款模式,严格落实零费用限时办贷,以最少的费用最快的效率让客户实际感受“荆商微贷快”,线下微贷24小时内完成调查,48小时内审批,72小时内放款。截至目前,该行“301”贷款模式发放“福e贷”3.95亿元。

石首农商银行将机构大户公关作为“一把手”工程,对财政、社保、教育、医院、税务等党政客户和优势企业实行“名单制”管理,通过全面包保、分层对接、团队公关、专属维护工作责任,上下齐心协力更多系统客户资源。截至目前,仅石首农商银行长江支行新增对公存款3800万元。

成志 刘芸