



沔池农商银行 掀起业务“开门红”竞赛热潮

今年1月份以来,河南沔池农商银行迅速行动、多措并举,扎实开展业务“开门红”竞赛活动,多层次、多角度、全方位地将活动引向深入、掀起热潮。截至1月12日,该行存款余额63.65亿元,较年初上升1.58亿元,增量较去年同期上升1.33亿元。

该行采取“早部署、早行动”的原则,明确一季度“开门红”各项目标、措施。与此同时,该行充分利用“开门红”有利时机,发挥各网点阵地宣传优势,在营业大厅进行精心布置,烘托节日氛围,发动员工进街道、进社区、进市场、进乡村开展宣传,充分宣传介绍“开门红”系列产品。

今年,该行立足服务“三农”、服务小微的定位,助力于普惠金融建设,致力于打通金融服务“最后一公里”,持续推进“农商快e贷”“金燕e贷”“税易贷”“农机易贷”等特色惠农支农信贷产品,着力打造城乡信用体系,为广大客户提供优质的金融服务。

胡松涛 杨晨

临县农信联社 实现贷款投放“开门红”

2023年伊始,山西临县农信联社厚积薄发按下抢抓机遇“快进键”,实现贷款投放“开门红”。当前,各项贷款较年初净增2.6亿元,已完成首季任务69%。

依托整村授信推进工作开展,该联社建立“党建+金融”发展新模式,各网点积极联络乡镇政府、村委、村中优秀党员,梳理客户档案,分层分类筛选,建立有效台账,整合内外资源,形成结对共建。今年以来,新增涉农小微企业贷款4687万元。

为拓宽营销渠道,该联社一方面以“千名行长结对子”“百行进万企”等活动为着力点,广泛对接小微企业、个体工商户、事业单位员工和纳税B级以上企业上下游供应链等目标群体;另一方面,该联社综合利用客户朋友圈、微信群转发“积赞”、线上金融产品直通车等多渠道、立体化宣传,突出产品特色、做好跟踪维护,开创“面增户”工作新局面。

吴效波 李亮良

德阳农商银行罗江区支行 举行“开门红”展示会

为全面做好2023年“开门红”工作,引导各支行厘清工作思路,近日,四川德阳农商银行罗江区支行组织召开2023年“开门红”展示会。

会上,各支行行长分别从目标任务、产能来源、具体措施、过程管控等方面向与会人员现场解说了支行“开门红”工作方案,明确了各支行“开门红”工作的重点和发力点。会议要求,各支行要将“开门红”工作方案落到实处,及时分析和运用好梳理的产能来源,用好“拳头产品”,全员营销,充分发挥“1+1>2”的潜力,抢夺市场。同时,中后台部门要发挥好“关心、服务、保障、支撑、联动”作用,凝聚共识,全力以赴奋战“开门红”。会议最后,德阳农商银行罗江区支行党委书记邓敏鼓励大家把握好时代机遇,全行上下“拧成一股绳”,重塑罗江区支行新的辉煌。

李惠

涟源农商银行 召开“首季开门红”启动大会

为奋力备战2023年“开门红”,近日,湖南涟源农商银行召开“首季开门红”启动大会。

涟源农商银行党委书记、董事长王海燕对“开门红”作动员讲话并提出具体工作要求。他强调,全行上下要树立“开局决定后势,起步就要冲刺”的行动理念,以党的二十大精神统一思想、统一意志、统一行动,切实把学习贯彻成果转化为推动发展的实际行动,全力抓重点、攻难点,紧盯目标任务,决战“首季开门红”。

会上,该行党委委员、副行长廖俊艳深度解读了《2023年“首季开门红”业务竞赛活动方案》。各支行递交《开门红目标责任状》,各部室、支行递交《案防责任书》。

殷苑亭

建始农商银行 加大走访宣传力度

今年以来,湖北建始农商银行保持“对外宣传力度不减、外出走访节奏不松”的工作模式,充分激发全体员工干事的积极性、主动性、创造性,千方百计抓宣传,喜迎兔年“开门红”,让“乡村振兴主办行”“城乡人民自己的银行”的品牌形象走进大街小巷和千家万户。

该行深刻认识到宣传工作的重要性,根据CRM系统分配的客户信息,逐一拜访优质客户实行登门拜访,建立预约办理清单;通过微信朋友圈、扫码商户联络群等大力宣传产品优势和优惠活动;在网点随处可见的地方,张贴海报、布设展架,张贴玻璃橱窗宣传画,无论是“门内”还是“门外”的客户,都能最直观地感受到农商银行的火热宣传和温暖服务。

胡玉洁

石泉农商银行启动“新禾行动” 推动旺季营销取得实效

2023年“新禾行动”营销活动正式打响后,陕西农信石泉农商银行全员深入贯彻落实省联社和安康审计中心工作部署,迅速把握节日热点,抢抓市场机遇,坚定信心、早抓快上,多措并举、奋勇争先,结合工作实际,充分发挥主观能动性,建立了以厅堂为主阵地,多渠道拓展市场,全方位获取客户的营销模式,不断掀起“开门红”营销活动热潮。

石泉农商银行提早召开2023年“新禾行动”动员会,印发《石泉农商银行2023年旺季营销宣传方案》,从目标任务、宣传营销、活动要求三个层面推进,及时将目标任务细化分解,落实到各部门、支行,量化到时序。并于2023年1月4日,召开旺季营销“新禾行动”推进会,再次号召全员充分利用揽存旺季,发动人脉关系,千方百计增存引贷,以锐不可当之势,迅速展开旺季营销攻势。

石泉农商银行抢占市场先机,立足厅堂主阵地,突出网点装饰布置,在网点显著位置张贴“开门红”海报、“福”字,悬挂灯笼,打造“年味”网点,通过装扮营业厅、好礼相送、发放春联等方式,加大存贷款营销宣传力度,为活动开展营造气氛。全体干部员工变“坐商”为“行商”,坚持“走出去”,抓住春节前夕务工人员返乡、资金回流的“黄金时段”,开展外拓营销活动,加大对重点客户和潜力客户的日常维护,通过熟人带动新人,不断拓展客户群,掀起全员营销热潮。

石泉农商银行推出“四心润三秦农信新作为”营销活动,围绕“进门有礼”“奋斗新征程 贷款也有礼”等主题,通过“线上+线下”模式,开展形式多样的营销宣传活动。在线上,该行组织全员进行朋友圈和微信群转发,依托微信公众号、微信视频号等宣传平台对“新

禾活动”进行广泛宣传,达到显著的宣传效果。同时,该行通过在营业网点显著位置张贴宣传活动海报、摆放宣传折页、播放活动视频等方式,对厅堂到访客户开展“一揽子”营销,扎实推动营销活动取得实效。

今年以来,石泉农商银行党委强化党建统领,成立旺季营销“新禾行动”领导小组、部门经理分包支行的督导机制。班子成员严格落实督导责任,通过约谈、听取汇报、现场督导等形式,掌握活动进度、面临难题,及时给予“量体裁衣”指导意见,帮助基层解决实际问题,不断提升员工的营销技能和业务成绩。

日月开新元,万象启新篇。石泉农商银行吹响“集结号”和“冲锋号”,以“开满弓、上满弦”的精神状态投入到“新禾行动”业务营销活动之中,全面推动2023年各项业务经营开好局、起好步、奠好基!

刘林



山西尧都农商银行抢抓“首季开门红”存款营销旺季与春节期间资金回笼的“黄金”时机,大力打造“红”运当头的节日气氛,强服务、献好礼,红红火火助力储蓄存款营销再上新台阶。图为该行客户经理向客户介绍相关金融产品。

李璐

冀州农商银行立足“三早” 誓夺首季“开门红”

河北冀州农商银行以“时不我待、只争朝夕”的精神,早谋划、早宣传、早行动,有序开展“首季开门红”业务营销工作,为全年业务经营工作打下坚实基础。截至1月10日,该行各项存款余额达140.42亿元,累计投放贷款3.23亿元,各项贷款余额达88.13亿元,拉开“首季开门红”序幕。

冀州农商银行召开2023年“首季开门红”工作会议,对首季营销工作进行详细安排部署,统一思想、鼓舞士气,提振全行干事创业的精气神。并制定科学有效的考核激励办法,通过优化重点指标绩效挂钩比例、设置专项奖金等

办法,激发员工营销工作的积极性和主动性。同时,该行建立“旬通报”机制,对关键指标完成进度持续进行监测,推动各项目标细化到月,落实到岗。

该行把握厅堂营销主阵地优势,各营业网点结合自身服务区、定位、客群等因素,对厅堂进行修饰装饰,开展系列“进门有礼”等活动。同时,该行全面铺开微信朋友圈、视频号、微信群等多维度、广渠道的宣传攻势,扩大群众知晓度,提高宣传覆盖面。在此基础上,做深做实“金融大集”主题营销,组织业务骨干进社区、入集市,全面宣传存款、贷款、电子银行等业务产

品,开展融合式营销。

为进一步拓展营销渠道,该行牢固树立“抢前抓早”意识,开展分层拓展营销,领导班子、中层干部对系统大户分层拜访、重点攻关,一线员工以营销维护小微客户、个人客户为重点,确保人人有目标、行动有方向。此外,该行积极拓展电子银行业务,把握春节期间大量外出务工人员返乡有利时机,各单位开展差异化营销,向年轻客户重点推介手机银行、微信银行等不受时间、空间限制的电子银行产品,并以春节释放的市场需求,大力拓展“聚合支付”业务。

程玲芳 任英潇

十年耕耘结硕果 不忘初心再启程

(上接1版)

全力以赴、精准发力
金融精准扶贫成果丰硕

西双版纳农信社坚持用足用好活扶贷再贷款政策,积极推进信扶贷、产业扶贫、消费扶贫,助力打赢脱贫攻坚战。脱贫攻坚以来,全州农信社累计向挂钩贫困村投入经费230万元、捐物折款50余万元,累计投放小额扶贫贷款2.74亿元,支持和带动6000多户建档立卡贫困户走上脱贫致富之路。省联社西双版纳办事处在2019年度、2020年度、2021年度全州定点帮扶单位综合考核中连续三年被州委、州政府评定为“综合评价好”的单位,辖内农商银行多次荣获地方政府“扶贫先进单位”“脱贫攻坚先进集体”“优秀‘挂包帮’单位”等荣誉称号。

落实责任、勇于担当
筑牢疫情防控新屏障

疫情发生后,西双版纳农信社主动承担社会责任,第一时间向地方红十字会、挂钩扶贫点捐赠50万元,向社会各界、团体累计捐赠价值约30万元的防疫物资。同时,聚焦疫情防控,认真落实落细“六稳”“六保”金融政策跟踪工作机制,加大专项信贷投放,创新金融产品和服务方式,大力实施助企纾困专项行动,累计支持保供企业8.6亿元,向符合政策支持的普惠小微企业发放信用贷款4200余笔、金额16.6亿元,已实施阶段性延期还本付息贷款16.1亿元,累计让利1800多万元。

学思践悟、躬身笃行
党的建设取得新进展

西双版纳农信社坚持以党建引领改

革发展,将党建要求纳入公司章程,与经营管理同部署、同推进、同落实。十年来,全州农信社共发展党员54人,新设、撤销、合并一批党组织,辖内21个党支部目前全部规范达标,党员的凝聚力、向心力明显增强。并强化党建带群建工作,坚持群团组织的政治性、先进性、群众性,扎实开展“两学一做”学习教育、“不忘初心、牢记使命”主题教育和党史学习教育,举办新中国成立70周年征文比赛、建党100周年演讲比赛等系列重大活动。

下一步,西双版纳农信社将认真贯彻落实党的二十大精神,紧紧围绕“质量、效益、转型”主题,切实防范金融风险,矢志强化改革创新,主动融入国家和地方发展大局,以更大的决心、更明确的目标、更有力的举措,加快建设“小而美、聚而精、品牌佳、口碑好”的现代农村商业银行,为西双版纳经济社会高质量发展贡献新的更大力量。

献县农商银行 紧盯目标蓄势发力“开门红”

河北献县农商银行本着“早部署、早谋划、早实施”的原则,结合目前业务经营情况以及各项指标完成进度,对2023年“首季开门红”整体工作思路、指标任务及活动方案进行了充分研讨分析,盯紧目标,为“首季开门红”各项工作有序开展蓄势发力。

该行班子成员紧紧围绕信贷投放、存款营销、电子银行业务等目标任务,结合自身实际制定切实可行的营销方案,并在2023年“首季开门红”动员大会上,对方案进行全面、详细解读,让全体员工明确工作的重点、努力的方向,以考核激励凝聚全员士气,最大限度调动全员工作的积极性、主动性。

辖内26个营业网点按网点类型分为“两个矩阵”,科学统筹各自的考核指标,通过现场签署《军令状》的形式,营造同台打擂、齐头并进的干事创业氛围。同时,该行狠抓“两节”旺季营销,设立

“存款有积分、积分兑好礼”“进门有礼”“首贷有礼”、组织“银企”联谊等节点活动,以特色活动实现客户的引流、固流、增流,持续扩大农商银行品牌影响力,提升客户忠诚度,夯实客户基础。

不仅如此,该行以“惠农快贷”为主要抓手,全力推进“全域授信、全民授信”,开展“白名单”信息录入,利用线上产品深度挖掘客户潜在需求,加大贷款客户营销力度,抢占贷款旺季市场。与此同时,该行以扮靓厅堂引客户驻足,26个网点以“中国红”为主色调,对厅堂进行精心装扮,张贴宣传海报,挂上“中国结”和红灯笼,让整个营业厅暖意融融;以丰富礼品让客户留心、琳琅满目的惠民礼品,多种选择、多种期待,厅堂工作人员做好对前来咨询客户的讲解、推介工作,并积极对客户所办理的业务做好有效分流,提升办理效率。

孙宏伟

高县农商银行 个人贷款余额超60亿元

四川高县农商银行认真贯彻落实四川农信2023年“开门红”工作视频会议精神,以“开局即加速、起步就起势”的精气神,“卯”足干劲,大展宏“兔”,确保个人贷款营销取得良好成效。截至1月10日,该行个人贷款余额60.35亿元,较年初净增2.59亿元,全省排名位居前列。

“开门红”前期筹备阶段,该行分批组织专项营销团队到农户外出务工集中区域开展外拓营销,依托“蜀信e·小额农贷”等智能贷款线上申办、利率优惠和随借随还产品优势,通过“关键人”优先用信分享体验,营销团队以点带面获得低成本、高价值的目标客群。同时,该行分区域建立客户微信群,持续做好需求

跟踪、产品综合宣传,提升客户黏合度。在此基础上,梳理“蜀信e贷”客户授信信用清单、农户小额信用贷款已授信未用信客户清单,以及“惠支付”商户、个人生产经营、小微法人客户有存量授信但未支用或支用不足的客户清单,强化“清单制+责任制”管理,清单分配到户,制定统一营销话术,灵活运用电话营销、实地走访、“关系人”转介等多种营销方式,最大限度挖掘存量客户潜力。

此外,高县农商银行牢牢把握春节前夕农民工返乡潮及商业旺季关键节点,对相关产业链上下游客群精准维护及营销,实现场景互动、引流获客。

李韦 陈哲云

汉寿农商银行 多措并举激发员工营销积极性

连日来,湖南汉寿农商银行积极贯彻落实省联社和常德办事处会议精神,以起跑就是冲刺的紧迫感,造声势、促营销、强服务,抢抓有利时机,迅速掀起“开门红”营销热潮。

日前,该行召开2023年“开门红”启动大会,会议组织学习了2023年“开门红”竞赛活动考核方案及营销方案。汉寿农商银行党委副书记、行长陈显希作为总队长分别为五大小组授予出征战旗,并作动员讲话。他号召,全员要提高对“开门红”营销紧迫性、重要性认识,抢抓市场重新分割、重新组合、重新定位的机遇,以更高水平、更高效率、更高标准、更高要求来决战决胜“开门红”。33名小

队长分别向总队长递交“军令状”。参会人员集体宣誓,将启动大会氛围推向高潮。

随后,该行紧锣密鼓地举办“开门红”专题业务培训,积极有序开展发行大额存单、“金‘兔’送福 幸运抽奖”“前‘兔’似锦 签约有礼”“快乐拼团 贷款利率享优惠”“‘兔’来运转 开发有礼”“‘兔’个吉利 开通有礼”等六大主题营销活动,迅速投入到“开门红”竞赛状态。

为充分激发员工干事创业积极性,该行实行小队“PK”,着力形成战区间互相借鉴经验、推动业务,战区间“PK”竞争、“你追我赶”的竞赛机制;弘扬“业绩为王”理念,加大奖惩力度,着力激发全员营销的积极性。

谢燕飞 杨苑

安陆农商银行 确保实现业务“开门红”

年初以来,湖北安陆农商银行举全行之力,聚全行之智,不断丰富举措,全力确保首季实现“开门红”。截至1月10日,该行存款余额132.01亿元,比年初净增8.5亿元;贷款余额84.52亿元,比年初净增1.69亿元。

该行结合线上线下宣传方式,全面营造农商银行“春天行动”浓厚氛围,不断提升全民关注度,吸引客户。与此同时,该行认真落实“客户领养”制度,对存量存、贷款客户分类别建立明细台账,员工分户领养,逐户联系,在稳定存量的基础上,不断挖掘增量。截至目前,该行争取到财政资金、企业流水等低成本资金超6000万元,客户增贷及转介绍贷款近3000万元。

今年,该行积极挖掘“微贷”扩面新

增长点,一方面,针对政府规划的美丽乡村、引徐济安、旅游扶贫公路、西城新区、城乡一体化供水项目等重点项目建设工程,建立走访名单,适时对接。目前,已发放贷款近1500万元。另一方面,该行加强“银企”“银商”联动,持续做好地方实体经济和外出务工创业人员的金融服务,不断发现新的客户群体,寻找新的“微贷”增长点。今年,新增“微贷”3笔、金额260万元,组织存款资金近2000万元。此外,该行认真组织落实扫码商户回迁工作,在维护巩固存量客户同时,积极培育新的优质客户,开展综合营销,实现客户现金流留存,贷款增长。仅十天时间,新增“扫码流量贷”近600万元。

张登峰

芮城农商银行陌南支行 抢早抓先迎战“开门红”

为切实做好2023年“首季开门红”工作,山西芮城农商银行陌南支行结合自身实际,抓先抓早,积极营销,以昂扬的精神状态、饱满的工作热情、浓厚的厅堂氛围,全力迎战“首季开门红”。截至目前,该支行新增各项存款1932万元,各项贷款净增1261万元。

元旦期间,该支行全体员工主动放弃休息时间,马不停蹄邀约客户;营业大厅窗户张贴新春窗花,大厅放置“存款有礼”抽奖海报;各岗位轮流值守大堂,全方位、多角度开展厅堂营销活动。

临近春节,返乡人员增多,该支行设立员工考核办法,将存款任务合理分配到个人,按日更新存款进度,早接头晚汇报,做到人人头上有压力、有担子,营

造出“你追我赶”的工作氛围。

近期以来,芮城农商银行陌南支行全体员工借助朋友圈、抖音等网络渠道,推送“首季开门红”各项业务活动宣传图片、视频,扩大产品知名度。并充分调动和发挥支行员工人脉,全方位开展营销。通过增强支行员工营销技巧,加大营销力度,优存量、扩规模,吸引客户,留住客户。

随着各项举措的推出,不仅极大地调动了全体员工工作热情,还集聚了大批客户。营业网点工作人员热情周到,新老客户争先恐后,为各项业务实现“开门红”聚集了人气,用优质服务赢得了客户,为农商银行业务发展写下了精彩的开篇。

雷松