

## 体宁农商银行 主动出击巩固拓展客户

春节期间,安徽体宁农商银行各网点抢抓业务拓展有利时机,围绕行党委的工作部署,全员鼓足干劲、拼劲、闯劲,上下团结一心,多措并举,砥砺前行,扎实推进存款营销和业务拓展。截至1月末,该行各项存款较年初上升4.7亿元,各项贷款较年初上升3.5亿元。

各网点在巩固存量客户的基础上,提高柜面服务质效,利用利率好、产品优、服务暖的优势,为客户提供宾至如归的贴心服务。并积极开展“跑户”工作,组建“党员先锋队”“服务突击队”等,主动上门营销,走农户、串村组、跑企业,大力宣传农商银行最新金融产品,不断满足客户的融资及服务需求,以实际行动决胜“开门红”。

杨星

## 临猗农商银行 党建引领推动业务提质增效

新年伊始,山西临猗农商银行紧紧围绕“党建+”融合目标,发挥党支部战斗堡垒和共产党员模范带头作用,引导党员干部主动作为、勇于担当,促进全行业务经营提质增效。目前,该行各项存款较年初净增9.47亿元,完成当季任务目标的148%,实体贷款较年初净投5.98亿元,完成当季任务目标的153%,存贷款两项主要指标提前两个月实现首季“开门红”。

该行党委紧紧围绕省市联社安排部署,首季制定“开门红”竞赛活动方案,并充分发挥基层支部上下联动、协同作战能力,压紧压实“开门红”工作各环节各岗位责任,明确分工,密切协作,摸实情,谋实招,解难题,全面推进存、贷款营销和客户拓展工作。

谢会娟 黄晓

## 奉新农商银行 设置“开门红”专项奖励

为有效应对激烈的市场竞争,不断抢抓旺季营销先机,为全年各项工作开好头、起好步,江西奉新农商银行积极开展2023年“党建+首季‘开门红’”综合营销竞赛活动。

各网点以“大展宏‘兔’”为主题,全面打造“最美厅堂”,着力提升客户体验和满意度,有力推动各项业务快速发展。同时,建立“客户经理半天走访制+精准名单电访制”常态化工作机制,开展督导帮扶“PK”赛和类别网点“PK”赛,全力做好新增客户储备和存量客户维护工作。

此次,奉新农商银行将“开门红”营销活动纳入日常考核,设置了“挖转大单奖”“客户拓展奖”和“投放先锋奖”等专项奖励,有效激发了全员营销热情。

傅潇

## 博野县农信联社 抢抓时机掀起营销热潮

2023年首季“开门红”战役打响以来,河北博野县农信联社紧跟省联社、保定审计中心党委步伐,按照首季“开门红”营销部署,以“开局即是决战、起步就是冲刺”的信念,全力吹响“开门红”冲锋号。截至1月末,该联社各项存款较年初增加25175万元,各项贷款较年初增加4158万元。

该联社牢固树立“开年定全年”工作思路,超前谋划,提早行动,抢抓“两节”期间返乡人员多、人流量大,金融服务需求旺盛的有利时机,按照网格图,划分营销区域,实施“走出去”战略,主动深入乡镇、企业、社区,详细了解客户金融服务需求。同时,该联社紧盯县域年度重大项目 and 区域重点客户,集中开展“大普查、大走访、大营销”活动,努力做优客户群,全面形成“重大项目”“重点客户”两项清单。

张玉波

## 宜丰农商银行 开展业务培训誓夺“开门红”

为深入贯彻落实关于做好新时代“三农”金融服务工作部署,扎实做好省联社全面部署乡村振兴村授信试点工作,奋力实现整村授信和首季业务劳动竞赛“双胜利”,日前,江西宜丰农商银行召开乡村振兴村授信培训分享会,领导班子、机关全体员工、各网点负责人及客户经理130余人参会。

会上,该行普惠金融部开展了专题业务、场景话术培训,会议听取了机关帮扶、各网点整村授信工作的经验做法。会议强调,要充分认识到抓好乡村振兴整村授信工作的目的和意义,准确把握当前面临的形势与任务;要抓住工作重点,理清工作思路,形成工作合力,改进工作方式,坚定支农支小战略定力,推动工作见实见效。

李佳志



## 汝州农商银行存款余额突破190亿元

# 交出首季亮眼成绩单

自2023年“开门红”战役打响以来,河南汝州农商银行紧紧围绕省联社、平顶山市农信办工作部署,齐心协力,砥砺前行,多措并举,精心下好“三步棋”,全力助推“开门红”工作迈上新台阶,走上新高度。截至2023年1月末,汝州农商银行存款突破190亿元,存款累计余额190.14亿元,较年初增长80246万元,贷款累计余额128.69亿元(含贴现),较年初增长9251万元。

该行坚持“早”字为先,精心周密部署,第一时间成立领导小组,迅速召开“开门红”启动会,分解细化竞赛活动方案,确保全体员工尽快进入作战状态;坚持“干”字为基,强化定期督导,以一句句时间节点,召开一季度“开门红”督导会议,各项业务指标排名第一的支行负责人进行经验交流,各项业务指标后

三名的支行负责人进行表态发言,强化指标评比,形成督导压力;坚持“严”字为要,持续加压推进,在支行层面,成立营销小组,根据岗位的不同分配任务,制定小组考核办法,内外勤相结合,深耕细作,开拓市场。

今年,汝州农商银行号召各支行提前与镇政府和村委取得联系,切实发挥“政银”合作的最大作用,利用入乡入村办理社保卡的契机,推进网络金融和贷款等各项指标的完成,实现“政银民”三方共赢。与此同时,该行实地考察其他同业银行,了解其他银行存贷款利率和“开门红”活动情况,打造“爆款”礼品,根据地方特色开展“幸运摇骰子”“幸运大抽奖”“绑卡享优惠”等活动。该行还定期召开支行层面的交流探讨会,分享营销优秀思

路经验,表扬先进员工,鞭策后进员工,增强员工营销技能,提升整体服务水平。

在“开门红”营销活动中,该行一方面做好厅堂布置,设计亮点工程,如粘贴墙面地贴、悬挂新春拉花、精心布置厅堂、摆放设计礼品、设计展示堆台等,切实营造喜气洋洋、红红火火的“开门红”氛围;另一方面,该行做好线上宣传,扩大知晓范围,以短视频平台为主要宣传阵地,根据各支行“开门红”特色,拍摄作品,并通过朋友圈、微信群等进行“裂变式”营销。同时,该行评选“营销之星”,把激励机制、竞赛评比、绩效奖励贯穿运用到旺季营销活动全过程,确保责任落实到位,压力传导到位,在全行形成“你追我赶、创先争优”的良性竞争态势。

程曼玉



年初以来,吉林省抚松县农信联社抓住春季营销的最佳时机,内活经营机制,外拓存款资源,上下联动,掀起旺季营销存款业务热潮。截至1月31日,该联社各项存款余额达到57.25亿元,较年初净增2.87亿元,增幅5.28%,其中低成本资金净增2.52亿元,存款净增幅度在全省农信机构位居第五位,实现资金组织“开门红”。图为该联社工作人员为客户送上新春礼品。

张艳彬

## 赤壁农商银行拼抢“开门红” 各项存款较年初增长超6亿元

自2023年“春天行动”以来,湖北赤壁农商银行拼速度、拼服务、拼作风、拼业绩,实现存款业务“开门红”。截至1月末,该行各项存款余额93.67亿元,较年初增长6.66亿元,完成全年存款目标任务9.5亿元的70.15%,排名全市农信机构首位。

自2022年11月份开始,赤壁农商银行分层次对2023年一季度定期存款到期情况、2022年各银行机构存款实际完成情况、2023年“开门红”政策利率情况进行全方位调研分析,并率先

在12月30日调整定期一年期的利率,提前开始宣传预热。

赤壁农商银行打好“服务拳”,一方面,抓好大堂文明服务,通过劳务派遣公司将已退休的优秀揽储人员聘任到各支行,充实大堂经理队伍,抓实厅堂营销维护工作,做好存量客户稳存增存工作;另一方面,各支行按照“分户到人、分类走访、分层维护”的原则,对日均存款余额在1万元以上,特别是定期储蓄客户,逐户明确维护人员并建立认领台账,50万元

以上的储蓄客户支行负责人要亲自参与维护。此外,该行班子成员自觉躬身入局,主动担当作为,积极向市委、市政府争取涉农资金账户开立和存放;机构合作部主动对接新开工项目和引进企业,拓展行政事业项目和资金流量大的企业工资代发业务;挂点人员负责对支行50万元以上的经营性贷款进行回访,开展“扫码引流”专项行动,积极引导“扫码付”商户将资金归集到农商银行。

李丽霞

## 雄县农信联社加大实体经济帮扶力度 实现贷款投放“开门红”

2023年业务“开门红”开展以来,河北雄县农信联社紧紧围绕乡村振兴发展战略,以金融“活水”滋润小微企业,以提振“三农”发展为己任,将信贷投放摆在首位,多措并举为实体经济提供全方位金融支持。全体员工勠力同心、全力以赴,奋力实现贷款投放“开门红”。截至1月31日,该联社贷款较年初增加3.43亿元,完成首季任务的171.5%,完成率位居保定农信首位。

该联社早谋划、早布局,对标高质量发展要求,树立“首季定全年、开头赢全局”的工作理念,把贷款投放作为“开门红”的工作重点。通过召开党委会、“开门红”动员会、社务会等工作会议,统一思想,让全体员工深刻认识到贷款营销工作的重要性,全面激发全员营销的工作激情。今年,雄县农信联社建立“开门红”营销分享群,各单位在群内分享营销战果、营销亮点和营销经验,营造“你追我赶”的营销氛围。信贷管理部定期通报各单位贷款营销情况,总结营销成果,分析存在的问题,优化营销机制,确保贷款营销质效。

该联社早蓄势、早发力,于2022年11月份积极组织“开门红”线上培训,12月份又通过“银企”对接会、上门走访面对面交流,重点围绕“三农”、个体工商户及中小微企业开展市场调查,详细了解客户需求,增强客户黏度,为实现2023年“开门红”奠定了客户基础。“开门红”期间,该联社各单位以“名单制”精准营销和“网格化”营销为主要手段,根据不同客户群体需求,匹配相关信贷产品。针对辖区内个体工商户、小微企业主开展专项营销,满足其春节期间备货、生产经营需求。

此外,该联社在“雄薪贷”“雄商贷”“雄税贷”产品的基础上,推出了“雄聚贷”“安居贷”等新的信贷产品。并充分运用“雄安纾困普惠贷”这一雄安新区特色信贷产品营销辖内符合条件的中小微企业,为客户提供“一对一”金融服务。

为进一步节省客户时间,提高办理速度,该联社客户经理对客户做到提前预约,做好准备工作,实现资料、流程同步提交,让客户“少跑路”。同时,该联社充分发挥决策链条短、响

应速度快、放贷效率高的优势,实行审查审批限时办结制度,进一步提高办贷效率和服务质量,提升客户办贷体验。并对特定群体实施利率优惠,主动应对市场竞争,通过用足用活各项政策和产品,守住存量客户,拓展新增客户,为贷款增长提供了广阔空间。

为提升活动宣传力度,雄县农信联社通过公众号、朋友圈、微信群等方式积极开展在线宣传营销,通过走进亲友、市场外拓等方式积极开展线下宣传营销。“开门红”期间,该联社党委班子分片包社,分别前往辖内所包网点,提振全员营销热情,落实“网格化、责任制、清单式”要求,确保全员营销到人、督导考核到人,确保贷款营销见成效。

下一步,雄县农信联社将深入学习贯彻党的二十大精神,牢牢把握“稳中求进、转型求变”工作主线,坚守主责主业,坚持“稳存量、扩增量、控风险、提质效”的审慎合规经营理念,以奋进之姿、脚踏实地、真抓实干,在服务县域经济发展中再立新功。

郭嘉珍

## 尧都农商银行 全员奋力营销捷报频传

自首季“开门红”活动开展以来,山西尧都农商银行全体干部职工积极响应各级党委号召,聚焦存款营销、中间业务发展及普惠金融,以“开局就是决战,起跑就是冲刺”的姿态,建功“开门红”,奋斗勇争先。截至目前,该行各项存款余额净增43.58亿元,完成同步目标的453.98%;实体贷款余额净增12.19亿元,完成同步目标的233.61%。

该行充分调动党员干部干事创业的积极性,发挥其在金融服务、工作创新和为群众办实事等工作中的“先锋”作用,积极拓展营销渠道、创新营销方式,挖潜客户需求,扩大营销战果,在为客户提供高效、优质、便捷金融服务的同时,助推首季“开门红”活动质效。

全员将“开门红”作为全年工作的重中之重,认真学习贯彻省联社党委、临汾审计中心党委的各项工作要求,

以高昂的斗志和饱满的热情,积极投身首季“开门红”营销热潮,争做业务发展的“突击队”。并积极发扬“36578”精神,持续开展网点周边两公里金融服务全覆盖,做到迎难而上、寸土必争。

尧都农商银行各岗位员工立足工作实际,精准发力,内守网点主阵地,营造浓厚的活动氛围,积极宣传农商银行各项金融产品,提高“开门红”营销活动的知晓度。在此基础上,该行外拓市场增效益,立足县域市场定位,进商场、走街道、入村户,及时了解客户金融需求,秉承“急客户之所急,想客户之所想”的理念,将产品和服务送到千家万户。此外,该行通过线上宣传增强活力,充分利用朋友圈转发“开门红”活动内容,着力提升宣传工作的辐射面和渗透性。

陈萍

## 汶上农商银行 推进资金组织量增质优

“春天行动”活动开展以来,山东汶上农商银行全面贯彻落实省联社和济宁审计中心党委工作部署,踔厉奋发、奋勇当先,以饱满的激情和昂扬的战斗力,全力赢战首季“开门红”。截至2月2日,该行“春天行动”活动存款日均增幅6.2%。

该行第一时间召开“春天行动”启动大会,充分解读活动方案、督导落实方案,明确奖惩激励全员动力。

活动中,该行做好厅堂引导,以营销存、贷款为首要任务,锁定关键群体,积极开展“一句话营销”“厅堂微沙龙”,宣传“存款送积分 积分送好礼”等活

动,盘活存量客户,进行定向邀约,唤醒“沉睡客户”,提升活动“曝光率”。

与此同时,该行牢牢把握有利时机,以辖内外务工返乡人员、个人工商户、种养大户等客户为目标,全面开展“农商银行送祝福、新春对联送上门”“外出务工返乡人员清单销号”活动,重点宣传“存款送积分 积分送好礼”“年货节”“约惠农商卡”等特色活动,全力唱响春节期间拓客“主旋律”。此外,驻村客户经理通过村委、社区“大喇叭”等方式,宣传一系列优惠活动,不断掀起营销热潮。

孔盼

## 长阳农商银行 支农支小资金实力增强

截至1月30日,湖北长阳农商银行存款余额121.66亿元,比年初净增10.65亿元,比同期多增2.26亿元,完成“春天行动”计划9亿元的118.3%,取得2023年“春天行动”首战告捷,壮大了支农支小实力。

早在2022年12月23日,该行就召开了“春天行动”组织资金启动会,并于12月30日前完成了网点装饰、礼品展示、营销话术统一,制定了考核方案并将任务细化分解到人。按照“分层维护、分类走访、分户到人”原则,该行运用CRM客户关系管理系统,将存款余额5万元以上的客户分配到户,做到户

户有人管、有人问。“两节”期间,客户经理对1796名优质客户的5.28亿元存款进行了专项回访,回访率达100%。

与此同时,该行利用年前返乡高峰节点,主动拜访务工带头人,对接村组干部和网格员,完善务工人员信息,共计走访对接5000余人,组织务工存款2.5亿元。并以整村授信为契机,开展“福e贷”产品宣传,共计组织存款1.2亿元。

为全面提升服务质效,长阳农商银行建立以大堂经理为主,产品经理和运营主管为辅的厅堂服务队伍,重点做好大厅分流工作,减少客户等待时间,提升满意度。

覃彩霞

## 古交农商银行 超额完成“开门红”各项目标任务

首季“开门红”启动以来,山西古交农商银行全面贯彻落实省联社、太原审计中心首季“开门红”工作部署,坚定发展信心,强化“决胜意识”,紧盯一季度目标任务,拉高标杆、提前谋划,从源头抓紧、紧张快干,赢得首季“开门红”。截至1月末,该行各项存款净增5.15亿元,完成首季任务目标的111.98%;各项贷款净增2.84亿元,完成首季任务目标的131.83%;个人综合金融达标客户净增976户,完成首季任务目标的161.06%;对公综合金融达标客户净增75户,完成首季任务目标的314.67%,各项指标均提前超额完成任务目标,为全年业务经

营开好头、起好步,奠定好坚实基础。

为强化农商银行品牌影响力,各网点进行厅堂布置,营造节日喜庆和旺季营销活动的浓厚氛围。并以“新春送福”和“千名行长结对子”活动为契机,集中走访了辖区内重点能源企业、小微企业、个体工商户、专业合作社、家庭农场、仓储物流园区等重点客户,为企业送上“一揽子”金融服务,切实解决企业遇到的金融服务难题。同时,该行利用“两节”前后人流资金流集中的有利时机,充分发挥人脉、地域优势,对“八类”客群积极开展营销,深入推广各类金融产品。

张卫兵

## 润昌农商银行 利用营销“黄金期”实施精准营销

“春天行动”启动以来,山东润昌农商银行抢抓一季度资金组织“黄金期”,提前布局、快速行动、精准营销,推动存款实现“开门红”。截至2023年1月末,各项存款余额196.11亿元,较年初增长6.86亿元。

该行制定“春天行动”专项营销活动方案,结合往年业务增长情况,精准考核,按照城区、农区差异化分配任务目标,将任务合理分配到网点,考核细化到岗到人。春节前7日内存款增加4.5亿元。该行树立“全员营销”理念,修订完善《机关部室全员营销实施方案》,发挥资源优势,实行“存量、新增”分类量化考核,多劳多得,带动机关全员新增揽储7000万元。

与此同时,该行不断加强产品创新,打造竞争新优势。如将一年期定期存款包装为“年年红”,将七天通知

存款包装为“惠商宝”,根据同业市场利率情况,对产品利率进行调整,增强同业竞争优势。截至目前,“惠商宝”较年初净增长2.12亿元。不仅如此,该行加强客户维护,守好营销主战场,固化“10+N”厅堂营销“规定动作”,抓实厅堂流量客户。依托“智慧营销”系统,继续深挖存量客户,开展客户分层和分岗管户精准营销,提高客户黏性。截至目前,个人存款客户较年初增长979户,5万元以上客户较年初增长1280户。此外,润昌农商银行深挖营销“潜力点”,丰富营销手段,依托党建共建、战略合作等模式,抢先与优质行业客户签订合作协议,明确工资代发、职工社保卡代发、电子银行服务等合作事项。截至目前,储蓄存款较年初增长4.63亿元。

孔垂义 张相俊