

中国村镇银行

China Rural Bank



邮箱:zhgcyh@126.com
电话:010-84395150

2025年4月15日 星期二

第 118 期



▲沪农商村镇银行员工在种植基地开展贷前调查

在助推乡村振兴的进程中,村镇银行扮演着独特且关键的角色。沪农商村镇银行作为其中一支重要的金融力量,不仅拥有着深厚的文化底蕴和独特内涵,更在品牌宣传上展现出独具匠心的视角和笔触。其丰富的品牌宣传策略和做法,不仅提升了自身知名度和影响力,更为整个村镇银行行业树立了典范、收获了赞誉。沪农商村镇银行通过一系列富有创意和感染力的新闻报道,将自身的服务理念、产品优势以及社会责任等展现得淋漓尽致。这些做法和经验,非常具有参考价值和借鉴意义。

一家村镇银行企业文化的积淀厚度和在相关领域的建设广度,对其未来发展命运有着决定性的引领作用。沪农商村镇银行深知企业文化与特色文化建设相辅相成的必要性。特色文化更是软实力的象征,沪农商村镇银行广大干部员工深耕县域,在特色化发展道路上凝智聚力,向细处看、向深里走、向

实里行。通过强队伍、强服务、强布局,其市场资源占有率不断攀升。这种扎实的发展步伐,让沪农商村镇银行向着“小而美”的“小微银行”目标迈进了一大步。

在发展过程中,沪农商村镇银行广大干部员工集思广益、群策群力,稳步推进企业文化的凝练工作;通过文化升级,彰显品牌价值,切实履行普惠金融,助力百姓美好生活,主动承担其他金融机构不想做、不愿做、做不了的业务,积极为客户排忧解难,为乡村振兴和共同富裕添砖加瓦,赢得了良好的社会口碑,维护了优质的银行形象。

中国的富强,离不开农业的富强。对于沪农商村镇银行而言,农业是其推进高质量发展的基石和土壤。村镇银行作为“三农”发展的守护者和助力者,以精益求精的匠心 and 初心,将党中央、国务院关于“坚持农业农村优先发展、坚持城乡融合发展”等战略决策落实到高质量发展的各个环节。当前,农业农

村展现出前所未有的蓬勃生机,提升乡村产业、建设和治理水平都需要村镇银行深入其中,竭力而为,全力以赴。沪农商村镇银行科学建立面向农村低收入客群和欠发达地区的常态化帮扶机制,在战略布局上更加精准和精进,这一系列举措为品牌宣传奠定了坚实的素材基础。

全面做好“三个坚持”“四自原则”的宣贯工作,是沪农商村镇银行发展的重要环节。作为上海农商银行贯彻金融工作政治性、人民性的有机组成部分,沪农商村镇银行坚持以人民为中心的价值取向和战略布局,是其推进美好发展事业的永恒主题和追求,也是其高质量发展的战略定位和依据;通过“三个坚持”“四自原则”建设,将自身打造成“小而美”的“小微银行”,是其必然且正确的选择,使其品牌宣传更加具有魅力和灵魂。

在企业文化建设方面,沪农商村镇银行精心筛选了符合自身发展、积极且具有动力的文化标语,并完成了“上墙”展示。这些文化标语凝聚着沪农商村镇银行广大干部员工的心血。沪农商

村镇银行如何加强品牌宣传——以沪农商村镇银行为例

村镇银行广大干部员工在工作中挖掘、塑造、弘扬积极向上的企业文化,带着对工作的热爱和决心,以在岗一分钟,就要干出十分成绩的意志和毅力,展现出了能战斗、不服输、不懈怠的精神风貌。

坚持特色化创新发展,是沪农商村镇银行在高质量发展道路上探索出的重要路径。这一举措为其发展和企业文化建设增添了新优势、新内涵和新活力。面向未来发展,沪农商村镇银行更是致力于打造品牌影响力强、文化底蕴深厚且具有经营特色的村镇银行。

在品牌宣传上,沪农商村镇银行实施的“四个一工程”,效果显著。通过发掘培育一批高才卓识的宣传队伍,凝聚提炼一批可复制推广的典型经验和先进做法,重点推出一批有影响力的新闻报道,构建一套便捷有效的宣传工作机制,品牌传播力明显增强,传播面更广。对特色发展信息的深入挖掘、整合和编审,提炼典型经验和做法,开创了品牌宣传工作的新路径和新方法;用心写好每一篇新闻报道,对内对外新闻稿刊发数量和质量达到了新水平和新高度,“本土银行”“百姓银行”的品牌形象更加深入人心。

相比地域内的其他商业银行和地方性银行,村镇银行往往品牌知名度和影响力较小,沪农商村镇银行敏锐地意

识到这一问题,并高度重视。沪农商村镇银行以实际行动围绕推进普惠金融和创新服务方式,讲好发展故事、写好发展文章,将普惠金融的理念和服务送到千家万户。

一字一句传真情,一言一行显匠心。沪农商村镇银行的品牌宣传取得了众多创造性成果。“系列报道”展现出在推进高质量发展方面的韧性和张力,“常规报道”体现出在推进高质量发展方面的情怀和活力。通过有力的品牌宣传,将沪农商村镇银行的亮点工作、特色做法和典范事例逐一生动呈现出来。例如,桂阳沪农商村镇银行将贷款送上海拔1400米的泗洲山,彰显了其长期坚守的奋斗精神;宁阳沪农商村镇银行在北落星村开设首家“诚信超市”,在乡村扎下了深深的根系……这些案例为沪农商村镇银行的高质量发展和品牌宣传提供了丰富的借鉴和参考。

沪农商村镇银行并没有满足于现状,而是积极学习同业的先进发展经验,以第三者视角审视自身的短板,挖掘向同业看齐的典型案例,为自身的发展提供金点子和好办法。在信息快速传播的时代,品牌宣传至关重要。其更加注重品牌宣传的上下联动和协同性,推出了一系列政府关切、百姓关注、企业期待的新闻报道,这些报道成为广大民众了解沪农商村镇银行的重要渠道

和亮丽窗口,让广大民众对沪农商村镇银行的发展更为认可,其也成了助力地方经济发展的价值型品牌。通过观察可以发现,新闻报道做得好的村镇银行,高质量发展进程更快,成效更加显著。

为了有效地推动品牌宣传工作,上海农商银行村镇银行管理部牵头制定了包括《沪农商村镇银行品牌宣传方案》在内的一系列具有战略意义的指导方案,且根据其每年制定的战略不断更新和完善,指导各沪农商村镇银行有序有力地开展品牌宣传工作。各沪农商村镇银行深入践行“集团化服务、精细化管理、特色化发展”,涌现出大量值得推广、借鉴的典型做法和经验,为品牌宣传创造了良好条件,新闻宣传稿的报送热情也日益高涨;经过对新闻信息的挖掘、整合和编审,更是推送出大量优质新闻稿,品牌传播力得到显著提升,新闻稿刊发质量和数量也不断创历史新高,奋斗的歌声在希望的田野上持久飘荡。

沪农商村镇银行将以更为坚定的信念和扎实的行动,瞄准更高目标,聚焦核心领域,对标最优水平,乘势而上,为村镇银行的品牌宣传和高质量发展发展树立新的典范,品牌建设之路必将越走越宽,为乡村振兴和金融发展贡献更多力量。

许庆鹏

邯鄯恒升系村镇银行直面痛点 共探厅堂营销一体化高质量发展路径

近日,河北邯鄯恒升系三家村镇银行厅堂营销一体化交流会在曲周恒升村镇银行举行。曲周恒升村镇银行、大名恒升村镇银行、邯鄯肥乡恒升村镇银行三家恒升系村镇银行财会运营人员齐聚一堂,围绕“厅堂营销一体化”主题开展交流研讨。

会上,曲周恒升村镇银行行长助理周亮在致辞中表示,厅堂营销一体化是恒升系村镇银行今年财会条线一项重要工作,要强化沟通交流、各取所长,努力提升厅堂工作质效。

随后,邯鄯恒升系三家村镇银行财会运营人员各抒己见,直面厅堂营销存在的财会、运营与营销岗位职责边界模糊导致协作效率低、有效获客难度大等痛点。其间,三方人员共同提出通过改进活动流程与礼品多样化的方式,增加活动吸引力,促进厅堂营销转化率提升,把厅堂业绩做实等改进措施。

曲周恒升村镇银行相关负责人就该行近期厅堂营销一体化的工作开展情况进行介绍,对可分流业务进行了深入剖析,并就分流率提升措施进行了汇

报。曲周恒升村镇银行柜员代表分享了无纸化业务的实操经验,与会人员营业大厅现场观摩,并体验了无纸化相关业务。此外,他们还就降本增效、业务差错率、税务风险等问题进行了深入探讨,达成“科技筑基、场景破局、协同增效”的共识。

下一步,河北邯鄯恒升系三家村镇银行将进一步加大沟通协作力度,通过现场交流的方式,共同探索村镇银行厅堂营销一体化高质量发展路径,不断提升厅堂工作质效。

袁丙献



让电话营销从信任消耗转为价值创造

时光荏苒,如白驹过隙,转眼间,我已在由杭州联合银行主发起的浙江嘉善联合村镇银行客户经理岗位上度过了近两年充实而富有挑战的时光。在这段旅程中,我犹如一名坚定的探索者,在银行业务的广阔天地间奋力前行,洒下了辛勤的汗水,也收获了沉甸甸的果实。

在这两年里,我积极开展电话营销工作。我深知努力与收获并非总能成正比,挫折与挑战如影随形。但我始终坚信,辛勤的汗水终将浇灌出成功的花朵,机会总是青睐那些有准备的人。在行领导的悉心指导和同事们的热心帮助下,我的工作稳步提升,以严谨的态度圆满完成了各项任务指标,为未来的职业发展奠定了坚实的基础。截至2024年末,我通过电话营销累计拓展了约80户客户,发放了约1300万元贷款。

本文围绕“心态为王,热爱为先”“精通业务,赢得信赖”“洞察需求,精准营销”三个方面,让电话营销从信任消耗转为价值创造,为同业者提供参考与借鉴。

心态为王,热爱为先

心态是工作的基石,唯有热爱本职工作,才能在岗位上熠熠生辉。正确的态度是履职尽责的关键所在,若缺乏积

极的心态,便难以全身心地投入工作。对工作的热爱是推动我们前行的原动力,保持积极乐观的态度尤为重要。在电话营销中,遭遇客户拒绝是常有的事,但绝不能因此丧失继续前行的勇气与决心。只要坚守积极、认真、负责的工作态度,客户资源便会如源泉般不断涌来。

精通业务,赢得信赖

作为银行的客户经理,对各类业务的深入了解是必备的基本功。熟悉银行业务的优势与劣势,精准把握适合的客户群体与行业领域,是吸引客户关注、赢得客户信任的重要前提。在与客户交流时,我们应站在客户的角度,深入挖掘其潜在需求,以耐心、贴心的服务传递我们的真诚与关怀,从而提升客户对银行的认可度与满意度。

洞察需求,精准营销

在电话营销过程中,洞察客户需求是核心所在。通过悉心聆听与巧妙提问,深入挖掘客户的实际需求与期望。电话营销的本质是满足客户需求而非单纯推销产品。在通话开始时,我们应自我介绍并简要介绍自己及银行的服务。随后直入主题,根据客户的需求与情况推荐合适的产品或服务。例如,当银行

推出“小贷卡”业务时,我们可以向客户介绍其随借随还、无额外费用且闲置无利息的便捷特性,将其作为客户的备用金选择。若客户对办理流程产生疑问,我们应顺势询问客户的职业、贷款额度及用途等信息,并添加客户微信以便发送相关材料与链接。若客户未作回应,我们可以主动询问其需求意向,并询问是否方便添加微信以便后续联系。即使客户当前无需求,我们也应礼貌地询问是否方便保持联系以便后续服务。

由于电话营销的特殊性,双方无法面对面对交流,彼此间的陌生感较强。因此,在短时间内打破僵局、迅速建立信任关系至关重要。这要求营销人员具备强大的抗压能力与沟通技巧,在了解客户的过程中尽可能深入,因为对客户了解越透彻,成功的可能性便越高。

在电话营销领域,不断提升自我、追求卓越是必经之路。我们要加强专业知识学习与实践经验积累,善于汲取他人的长处与智慧,深刻反思自身不足并努力改进。只有精通业务知识、勤奋努力、脚踏实地、认真对待每一项工作任务并做到及时处理、不拖延、不推诿、不应付,我们才能在职业道路上稳步前行并取得更高的成就。

徐佳



日前,“益企”行动金融服务主题党日活动在安徽劲佳包装有限公司党员活动室成功举行。此次活动由亳州市工商联直属商会第二联合党支部、安徽劲佳包装有限公司党支部、安徽德城湖商村镇银行党总支、亳州亿都置业有限公司党支部、安徽劲佳包装有限公司党支部共同参与,旨在加强党组织间的交流合作,为企业发展提供有力的金融支持。

其间,与会人员举行了结对共建签约仪式,并围绕金融服务方面进行深入交流。安徽德城湖商村镇银行工作人员对该行的特色金融产品进行了详细介绍,并耐心细致地解答企业提出的问题,在“银企”之间搭建起了一座沟通的桥梁。图为共建签约仪式现场。

梁杰

浙江松阳恒通村镇银行开展“五进入”宣传活动 普及金融知识 提升公众素养

为持续提升社会公众金融素养,营造和谐健康金融环境,今年以来,浙江松阳恒通村镇银行精心策划、周密部署,紧密围绕日常服务场景,积极开展金融知识“五进入”宣传活动。截至目前,该行通过多渠道、多形式累计开展金融宣传活动80余场,覆盖人群超过1万人次,取得了显著成效。

在“进农村”宣传活动中,浙江松阳恒通村镇银行将全面性和深入性作为重点,选派多名金融服务专员,与网格村镇建立起一对一的紧密联系,确保金融知识宣传活动扎实开展、取得实效。同时,该行还组建了金融志愿服务小分队,深入田间地头,主动走到留守老人身边,耐心讲解防范电信网络诈骗、个人信息保护以及消费者八项基本权利等金融知识,努力实现金融知识在松阳各乡镇的全面覆盖,提升农村居民的金融素养与风险防范意识,守护好他们的“钱袋子”。

在“进社区”活动中,浙江松阳恒通村镇银行将合作联动作为工作基础,积极与辖内社区开展共

建,紧跟金融消费热点话题,联合举办消费者权益保护主题活动。针对非法吸存揽储、电信网络诈骗等常见的侵害消费者权益和危害金融安全稳定的行为,该行及时向社区居民进行风险提示,引导居民培养良好的金融消费习惯。通过与社区的紧密合作,该行不仅为社区居民带来了丰富的金融知识,还增强了社区居民的自我保护意识,共同营造安全、和谐的社区金融环境。

在“进校园”宣传过程中,浙江松阳恒通村镇银行以引导为主要方式,定制了各具特色的宣传活动。针对小学生,该行精心制作了金融知识普及课程,开展生动有趣的金融知识微课堂,帮助孩子们轻松掌握假币识别、征信保护等基础金融常识,在他们幼小的心灵中播下金融知识的种子。对于青少年,该行创新设计了“消保”宣传折页,巧妙地将金融知识融入有趣的漫画故事中,引导他们树立正确的财富观念,培养理性消费意识。

在“进企业”活动中,浙江松阳恒通村镇银行以切实解决企业实

际问题为核心目标,组织员工走进松阳县域特色产业群和新市民集中的产业园区,广泛开展金融政策和金融知识趣味问答等特色活动,以轻松互动的方式,面对面为企业员工进行防诈、反诈和依法维权的宣传工作。同时,该行积极开展金融政策宣讲,全面了解小微企业在金融方面遇到的难点、堵点问题,为企业送去实用的金融知识、贴心的金融服务以及相关的金融政策,助力企业健康发展,为地方经济建设贡献力量。

在“进商圈”活动中,浙江松阳恒通村镇银行以创新为主题,从行内抽调骨干力量,在商圈设立宣传展台,通过互动问答等新颖有趣的形式,吸引过往市民积极参与,开展别开生面的宣传活动。同时,该行还联合当地公安、监管等部门,积极开展反欺诈、反洗钱、消费者权益保护等主题公益宣传活动,整合各方资源,形成宣传合力,进一步提升商圈内商户和消费者的金融风险防范意识和自我保护能力。

蔡晓婷