

农商动态

让党旗在“开门红”一线高高飘扬

——山西绛县农商银行开门红营销侧记

◇ 杜国强

“首季开门红”营销活动以来,山西绛县农商银行党委紧盯各项任务目标,以“政治领航、支部为帆、党员作桨、千帆竞发”为切入点和突破口,把党建阵地转化为业务发展阵地,把党建资源转化为业务发展资源,把党建优势转化为业务发展优势,有力有效推动各项指标全线飘红。截至2月末,各项存款余额达到67.6亿元,各项贷款余额达到43.8亿元,存、贷款业务在运城市联社“龙虎榜”考核中连续取得第一名和第二名的好成绩。

政治领航 党委班子做表率

火车跑得快,全靠车头带。绛县农商银行党委不我待、只争朝夕,高位推动“开门红”业务拓展,迅速在全行形成了斗志昂扬之气,热火朝天之势。

凝心聚力,点燃激情。该行党委在充分调研论证的基础上,制定出台《2024年“首季开门红”营销活动方案》和《2024年党建工作指导意见》,分别从目标任务、营销措施、考核奖惩、工作要求等方面进行了安

排;把首季“开门红”业务营销纳入“星级支部”创建内容,做到党建工作同业务经营同部署、同推进、同考核。及时组织召开“首季开门红”动员大会,在全行营造了“开门即决战,起步即冲刺”的竞赛氛围,“落实措施先行一步,抢抓机遇快人一步”的工作氛围,“不为困难找理由,只为发展想办法”的实干氛围,“营销网格化、任务数字化、进度节点化、服务特色化”的拓客氛围,为全行“开门红”高开高走、旗开得胜夯实了基础。

严明机制,高频督导。按周召开“开门红”营销调度推进会,听取支行、部门汇报,分析总结上一周“开门红”工作进展、任务完成情况,查遗补缺,对症下药,精准施策;严格落实“晨会布置动员、夕会总结分析、日排队、周推进、月通报、季评比”的考核督导机制,用重奖激励全员奋进、用重罚倒逼全员担当。

支部为帆 战斗堡垒当主将

一个支部就是一个堡垒。该行党委把党的政治优势、组织优势有效转化为经营优势、竞争优势,在首季“开门红”活动中描绘党建业务“同心圆”。

打好支部之间“pk战”

该行依据区域将全辖网点划分为5个党支部,由班子成员担任支部书记,在支部与支部、网点与网点之间建立营销竞赛龙虎榜,实行按周竞赛、排队、通报,推动营销获客能力的持续提升。城镇支部、网点借助党建共建

共建与行政事业单位、重点机构、重点企业的合作平台,沉淀对公资金;农村支部、网点积极对接各村委、商圈,紧紧抓住年末、春节等务工创业人员返乡、农副产品营销旺季等资金交易活跃的契机组织开展扫户、扫组、扫街、扫村“四扫”活动,实现存款有效增长。如在“免费接送外出创业人员回家过年”活动中,5个党支部先后出动车辆6车(次),连续3天免费接送在外创业人员并组织召开“在外返乡创业人员座谈会”5次,营销客户587户。



打好厅堂服务“阵地战”

营造浓厚厅堂服务氛围。春节期间,组织人员精心布置美化网点,突出节日喜庆元素,营造新年节日氛围;通过微信公众号、抖音视频号、网点LED、电视屏幕等渠道对存贷款、电子银行等爆款产品进行组合宣传,提高知名度,增强影响力,强化厅堂客户视觉触点;组织开展春节、元宵节、情人节等节点营销活动,以“新春送福 八重好礼等你来”活动为载体,开展多种形式的新春营销活动。仅线上抽奖活动就吸引客户近2000人次,带动个人存款增长1.1亿元;开展“一个微笑、一句问候、一杯水”的厅堂营销服务,充



充分利用智能设备,及时分流引导客户办理业务,缩短客户排队等候时间,提升客户体验;加强厅堂柜员业务技能培训,编制低成本存款、大额存单留存等业务话术,通过集中培训、现场演练、现场纠偏、现场通关等培训方式,提高员工服务意识和技能,提升厅堂服务质效。

打好增户扩面“持久战”。实行“挂图作战”,强化客户管理。农村网点结合“整村授信”工程,逐村逐户建立“联络图”;城区网点按照街道、社区绘制“营销图”,明确客户姓名、经营项目、存贷款余额、社会信誉度、联系电话等,进行详细分类,建立分层、分类、分片的维护体系、维护台账和电子档案,制订维护方案,明确维护重点,了解维护对象,采取上门或电话回访等形式,确保笔笔有人管,户户有人问,家家有人盯,确保网络之间无遗漏、无盲区,全覆盖;各网点把客户信息输入智慧营销系统,运用智慧营销系统进行网格化客户管理,根据存款余额、信用情况,是否开通电子产品等自定义模块进行精准画像,掌握客户真实金融需求,实现业务拓展更加精细化。立足强行之本,拓展零售业务。机关零售业务部和5个党支部组成6支营销小分队,由党委班子成员带队,围绕机构类、交易类账户,加大代收、代发、代付业务营销等重点,积极协助支行找差距、补短板,并与一线基层网点开展全覆盖式对接服务,增强零售业务营销力量,实现零售业务扩面增量提质。2月末,累计发行银行卡5200张,其中社保卡3246张,活卡率较上年增长0.5个百分点;累计营销手机银行826户、微信等第三方绑卡5369户、手机号码支付689户,卡存款余额8.14亿元,较年初增长3000余万元。

党员作桨 齐心协力开大船

一名党员就是一面旗帜。党员的模范作用不仅发挥在党内活动中,更体现在业务一线上;该行充分发挥党员先锋作用,带动激励员工齐头并进,形成战斗合力。

全员认领任务,勇于责任担当。该行党委紧紧围绕“开门红”重点工作,将百万元以下贷款信用、低成本存款营销、风险资产清降、客户拓展4项重点指标,层层分解给基层网点的同时,对机关人员、运营主管、综合柜员进行分类考核。全体党员干部、一般员工积极认领、主动担责,做到“人人肩上有指标,千斤重担大家挑”,上下齐心当好“螺丝钉”,在服务客户的工作中履职尽责、做表率,

把初心落在行动上、把使命担在肩膀上,让党旗在“开门红”一线高高飘扬。

发扬“背包精神”,全员上阵营销。全行上下齐心协力,脚足干劲,纷纷走出机关大厅,以“网格化”走访为载体,开展常态化外拓营销,他们入商圈、走社区、进村庄,发挥人熟、地熟的优势,大力宣传特色存、贷款产品、银行卡业务、理财产品、贵金属业务等,做好各项业务“一揽子”营销,为广大客户提供了“全流程、全产品、全渠道”一站式金融服务,营造了“比学赶超”的良好氛



围,服务直通车打通“普惠金融最后一公里”;全员树立随时营销、处处营销的理念。早上吃饭的小吃摊、中午买菜的蔬菜店,还有商场超市店铺,他们既是消费者,又是营销者,不分时间地点、不管白天黑夜、不论亲戚朋友,只要能说上话,见面就营销,让农商银行成为客户真正的朋友、知心的朋友、永远的朋友。

借鉴“微商”模式,家人助力暖心。发动全员利用微信、短视频平台、微博等媒介,紧抓节日节点,开展线上“首季开门红”特色营销活动,将绛县农商银行的祝福、情怀、坚守、服务与“年味”“开门红”深度融合,全方位、立体式展现了干部员工的精神风貌和工作状态,展示了良好的社会服务形象,让朋友圈的每位好友都变成潜在客户;推行“人海战术”,动员家人助力,充分发挥农商银行200余名员工家属优势和“朋友圈”作用,在确保自家资金不外流的同时充分发动各自身边资源,为农商银行营销存贷款及各类金融产品,呈现出“一人农商行,全家营销员”的动人局面。

党建引领战犹酣,超燃“首季开门红”。绛县农商银行将以更加优质的金融服务、惠民便民的金融产品、更加接地气的营销方式,以各网点之间“树立标杆、争当第一”的竞赛氛围,奋力夺取首季开门红!月月红!年年红!

(作者系绛县农商银行党委书记、董事长)



排;把首季“开门红”业务营销纳入“星级支部”创建内容,做到党建工作同业务经营同部署、同推进、同考核。及时组织召开“首季开门红”动员大会,在全行营造了“开门即决战,起步即冲刺”的竞赛氛围,“落实措施先行一步,抢抓机遇快人一步”的工作氛围,“不为困难找理由,只为发展想办法”的实干氛围,“营销网格化、任务数字化、进度节点化、服务特色化”的拓客氛围,为全行“开门红”高开高走、旗开得胜夯实了基础。

深入一线,带头营销。一方面,班子成员每周拿出2—3天时间,定期到包片网点督导,了解网点各项工作推进情况,积极协助支行找差距、补短板,与一线基层网点开展全覆盖式对接服务,增强业务营销力量。通过现场督导、实地查看,检验各项营销措施是否到位,掀起全员拼业绩、拼热情、拼干劲的热潮,推动各项业务取得成效。另一方面,密集开展登门拜访活动,签订战略合作协议,走访调研企业、市场,拜会有关部门负责人,先后召开“加强政银企合作 赋能区域小微企业”“银税惠企 共筑连心桥”“政银合作 服务社区”等“行业批量授信座谈会”3次,现场为行业客户授信3.4亿元,并同县税务局、农业农

