

总行团委三道风味菜式管理 打造青年团员品牌

本报讯 为加强青年员工管理,激发团员青年活力,近日,总行团委出台了团支部工作标准化考核办法,通过三道风味菜式管理,加强了团支部建设工作,为青年员工搭建了一个展示自我的平台。

以组织建设为底料,营造团队管理的“韵味”,强化一个团队,以支部为单位,明确各委员工作职责,通过积分制考核加强团队管理,提升

青年团队的凝聚力。建立一个档案,对每一位青年团员进行建档,详细记录团员青年爱好、才艺等,有针对性地开展演讲比赛、歌咏比赛、创作比赛及各类体育竞技比赛等,挖掘青年员工特长。记好一本日志,通过建档对青年员工志愿服务、主题团日服务建立专项个人日志,记录青年员工各项服务的时间和贡献程度,并以此作为年度评优评奖的依据。

以理论学习为辅料,提升青年员工的“先”味。要求团支部每年能组织成员至少上一次团课,成员认真学习各类党的先进理论;要求支部成员能认真撰写理论学习总结,每个团支部每年至少撰写1-2篇,并上交总行团委备案存档,从而不断保持团员青年的先进性。

以主题团日为主料,打造青年活动的“品”味。我行团委组织各团支

部围绕业务工作的主题团日,主题内容包括青年志愿者活动、大型专题宣传活动、主题宣讲活动和丰富青年员工生活的文体活动等,对于活动内容和形式由总行团委进行把关,活动结束后,要求及时总结并作好图文记录。目前已经开展主题团日活动11期,通过主题团日活动,既激发了团员青年的活力,又打造了恒信青年的特色品牌。
(总行团委)

我行举行流动性风险 应急演练



■高月燕

本报讯 为进一步加强风险防范意识,切实增强在发生突发支付风险后的协调处置能力,8月30日下午,我行组织开展了一场流动性风险应急演练。

此次演练既是对我行流动性风险管理能力的一次实战检验,更是对我行流动性风险应急机制的一次全面考察,对全行上下增强风险意识,发现薄弱环节,积累工作经验,提升应急能力具有十分积极的促进作用,为我行进一步做好各类风险管理工作奠定了良好的基础。
(风险(合规)管理部)

调为演练重点,总行领导及流动性风险管理小组高度重视,通过设计到位的脚本安排,在各部门的精心准备和积极配合下得以顺利完成。

此次演练既是对我行流动性风险管理能力的一次实战检验,更是对我行流动性风险应急机制的一次全面考察,对全行上下增强风险意识,发现薄弱环节,积累工作经验,提升应急能力具有十分积极的促进作用,为我行进一步做好各类风险管理工作奠定了良好的基础。
(风险(合规)管理部)

我行三个“强化”夯实信贷业务发展基础

■沈淑萍

本报讯 为有序推进信贷业务增量扩面,我行近期对信贷业务基础工作实行三个“强化”,通过规范业务操作、优化客户管理、提高队伍素质等手段,实现业务基础工作的提质、增效、创优。

强化规范操作。为增强信贷规章制度的规范性和可操作性,我行对现有信贷业务操作制度、相关意

见等进行了全面梳理,并结合现行外部政策及业务发展需要进行修订、完善,制订出台《关于规范贷款用信的若干意见》,保证信贷业务各环节操作都有据可循、有章可依。

强化客户管理。深入推进客户关系管理系统(CRM系统)应用,探索利用大数据分析开展客户精细化管理,以实现精准化营销、差异化服务目标。一是做好客户信息收集工作,通过真实有效的走访建档,充

实并完善客户数据库,保证CRM系统数据质量;二是做好网格化管理应用,准确划分辖区网格,并做好网格内客户的认定与维护,实行定格、定员、定责。目前各支行(营业部)已完成辖内行政村、社区等经济体的网格化划分,实现网格与管辖区客户经理的系统关联。

强化专业学习。一是组织开展业务知识集中培训。今年以来已针对小微贷技术及产品、“小微专车”

业务、ETC业务、客户关系管理系统、电子商业汇票业务、最新政策文件解读等内容组织开展集中学习,累计585人次参与。二是开辟学习专栏,重点对批量授信、小微贷业务营销模式、客户网格化管理、普惠客户建档、ETC业务等工作进行推广与强化,打造增量扩面工作重点传达、业务学习、经验交流平台。
(业务发展部)

我行举行核心主机切换演练

■楼丽丽

本报讯 9月16日晚,我行在省农信联社统一安排下举行核心主机切换演练。对本次演练,我行领导高度重视,落实财务会计部为本次演练的牵头部门,财务会计部及时按照省农信联社的工作部署,认真做好各项前期准备工作,确保演练顺利进行。

一是高度重视,把演练作为当前工作的重中之重,及早进行妥善安排部署。本次演练主要为保证9月23日省农信联社核心业务系统主机顺利切换,要求各支行(营业部)高度重视本次演练,落实好本次演练的各项工作,做好演练期间安保和后勤保障工作。演练时要求各支行(营业部)负责人和网点负

责人在场监督,确保所有网点的所有柜面员工均参加演练。

二是切实加强组织协调,各司其责,统一行动。根据省农信联社视频会议会议精神,召开演练工作会议,由总行相关部门和各支行(营业部)会计主管参加,在前期对演练工作进行认真布置,制订演练日程表,明确各相关部门职责,确保演练工作顺利推进。

三是高标准、严要求,保质保量完成演练案例。在省农信联社和总行的统一部署下,9月16日晚9:40分全行126名柜面员工参加演练,在40分钟时间内累计完成13144笔业务,完成率71.4%;演练业务量最多的机构为城西支行,人均演练业务量169笔,完成率112.67%。
(财务会计部)

镜湖支行厅堂营销走“新”更走“心”

■周斌

本报讯 为更好地提升服务水平,抢占金融市场,自7月份开始,镜湖支行积极开展厅堂营销,以大堂经理为主,在行内开展了一场“走心”的厅堂营销活动。

第一步:贴心服务,主动沟通。对客户实行有效业务分流,对在等待区域的客户,通过主动沟通,了解不同客户对不同产品的需求,热心地进行营销与解答,对在办理业

务过程中遇到问题的客户,通过及时响应其诉求,提供必要的安抚,尽快将问题化解,预防投诉的发生。

第二步:用心管理,厅堂建档。每日定期对上门办理业务客户进行归档建档,建立营销手册,详细记录客户的姓名、联系方式、营销产品、营销情况等,主动地掌握客户的信息以及客户对我行产品的持有率和使用率,从而真正做好对现有客户群体的管理和对潜在客

户群体的挖掘。目前,支行通过厅堂营销,建立客户档案400余户,其中成功营销客户档案280余户,建立潜在客户档案120余户。

第三步:真心维护,后期跟踪。在对不同客户进行定位建档以后,面对成功营销的老客户,支行将后期帮助其对现有产品进行维护并定期将新推出的产品与其分享,比如新推出的信用卡活动、理财等,努力提升老客户对我行产品的使用率和忠诚度;面对潜在的新客户,客户

经理通过微信等方式每周一次定期与其保持联系,倾听客户心声,尽可能地挖掘客户对我行产品的需求,拉近与客户之间的距离,加强客户与我行的粘合力。

通过走“心”的厅堂营销,两个月以来,支行共新增手机银行、丰收E支付280余户,新增ETC共计80余户,新增一卡通数量140余户,新增个人网上银行40余户,新增信用卡数量110余张。
(镜湖支行)

东浦支行“养老贷”解群众燃眉之忧

■赵霏

本报讯 近日,62岁的东浦镇黄村村民徐云奎喜滋滋地领到了首笔“养老贷”5万元。徐大伯说,这要感谢政府的好政策,也要感谢恒信银行推出的“养老贷”这一惠民好业务。

随着城镇化不断推动,农村部分集体土地被征用,被征地或土地流转农民数量日渐增多。同时这些失地农民也面临着房屋重建、子女婚嫁等一系列资金压力,其中东浦镇辖内约926名失地农民符合缴纳基本养老保险条件,但一次性缴纳数万元以上的养老保险费成了部分失地农民的一大负担。针对以上情况,东浦支行做了大量的工作,为当地村民提供金融服务。东浦支行客户经理通过走访农户、批量授信等工作,在缴费前已摸排了一部分有资金需求的群众。通过与社保局的对接,我行适时推出“养老贷”。该种贷款就是针对辖内符

合被征地或土地流转农民参加基本养老保险缴纳条件的客户,发放的专项用于其一次性缴纳基本养老保险费不足部分。

一是加强前期准备,进行批量授信。由于此次养老保险费用缴纳时间短,客户需求集中,我行简化了贷款手续,通过客户经理加班加点,当天受理当天发放,并且利率优惠,从群众的角度出发,真正解决困难群众资金问题。至目前,东浦支行共发放“养老贷”贷款12笔,发放用于养老保险费缴纳的消费类贷款10笔。

二是加强柜面引导,提高服务质量。由于养老保险费柜面缴费业务办理较繁琐,业务量多且集中,东浦支行通过与社保局积极对接,做好业务分流引导,专设服务窗口,增设咨询台,提供暖心服务等,三天内柜面共签约办理养老金缴费业务465户。
(东浦支行)



镜湖支行全员走访深入推进增量入面

■夏晓容

本报讯 为深入推进增量扩面工程,近日,镜湖支行组织员工进行了专题全员走访活动,支行员工分为两人一组,走访重点包括红星美凯龙、正大装饰商城、第六空间、金德隆商城和正大凤林家居市场。9月10日当天,共计走访商户155户,商户建档68户,分发宣传资料180份,营销信用卡43张,意向安装ETC45台。

提前准备,事半功倍。在走访

中与客户初次见面,支行员工统一着工作服,佩戴工作牌,体现金融工作者的专业性,赢得客户的信任;并在走访前做好准备,带全必备的宣传资料、个人名片、笔、笔记本、申请表格等。另外随身携带一些小礼品,可引起客户的兴趣,达到事半功倍的效果。

明确目标,走出实效。制定走访目标:向客户介绍我行贷款产品,包括个人经营性贷款、租金贷、个人消费类贷款;介绍我行网上银行、手

机银行等新型电子支付工具的使用方法和优惠政策;对ETC业务进行重点营销,每组设定目标为10台;做好商户信息采集建档工作。为确保本次走访活动不流于形式,支行设计了《走访登记表》,内容包括店名、经营产品、接待者姓名及联系方式、金融需求等信息,并对面谈情况进行拍照留档。

掌握技巧,挖掘客户。在走访过程中,注重走访所能取得的实际效果,努力加强与客户的交流与沟

通,交谈时运用拉家常的方式,让客户也有话可说,然后循序渐进地引导,最终得到我们想要的信息。充分利用有信贷关系的老客户,让老客户介绍周边的新客户,拉近我们与新老客户的距离,为今后拓展和培育潜在客户奠定基础。

召开会议,及时总结。走访结束后,支行及时召开总结会议,交流走访心得,对今后的走访工作提出了意见与规划。
(镜湖支行)

我行信贷业务放款中心 建设试点工作在鉴湖支行开展

■王博妮

本报讯 近日,总行在鉴湖支行开展信贷业务放款中心建设试点工作,经过前期充分准备,鉴湖支行于8月23日,顺利完成了客户经理与放款中心贷前贷中业务分解衔接过程。

放款中心的试点与推广,对信用环节实行全品种、全流程运作,对于提升全行信用管理、贷后管理,乃至信贷集约化管理等方面均具有十分重要的意义。一是通过部门制衡,统一

标准,规范运作,可以从源头上防范和杜绝信用管理环节各类操作风险和道德风险的发生。二是通过集中化运作,发挥中心规模效应,可以实现人员、资源的重新配置与组合,提高信贷集约化管理水平。三是通过分解信用与贷后管理职责,拓展功能,更多地让客户经理从繁杂的放款事务中解放出来,促使其将时间与精力真正投入到信贷营销、调查与贷后管理中,切实改变当前“重审轻放”“重贷轻管”的现状。
(鉴湖支行)

“爱心众筹”情暖中秋

■赵霏

本报讯 “谢谢你们中秋节还来看我……”中秋节当天,老人赵大伯接过我行东湖支行送上的油米等慰问品,已经感动得热泪盈眶。这是发生在东湖镇岑前村赵大伯家的一幕。赵大伯今年已经77岁,膝下无子,曾患脑梗病,每月靠低保生活。我行开展的“爱心众筹”活动,给他送去了节日的温暖。近日,为关爱孤寡老人,进一步体现企业的社会担当,我行结合厅堂活动,开展了爱心众筹活动,通过“业务营销+爱心众筹”等方式筹集善款,为当地生活困难的老人和孩童送去了节日的问候。
(办公室)

活动主要通过以厅堂爱心活动的形式开展,以网点为单位设定1000-2000元不等的众筹金额目标,一方面通过客户引导客户捐款,另一方面网点用办理业务的客户名义以奖代捐的方式,积极募集善款,将业务营销和爱心捐赠有机结合。在9月7日-9月14日期间,我行共计13家网点开展了本次活动,募集到近2万元善款,在中秋节当天为当地孤寡老人和孩子送去了月饼、米、油等慰问品,给他们送去了节日的关爱。通过次的活动,进一步体现了我行的社会担当,提升了社会声誉。
(办公室)

东浦支行组织青年员工 开展技能摸底考试

■赵霏

本报讯 为认真做好支行青年员工技能考核工作,提高青年员工业务操作水平,最大限度地激发青年员工学习的积极性、主动性,近日,我支行利

用中午休息时间组织青年员工进行技能摸底考试。在此次摸底考试分两次进行,青年员工们都全身心地投入到了其中,通过本次考试激发了青年员工的考试学习的热情。
(东浦支行)

城西支行乔迁新址



■顾颖莹 徐娇妮

本报讯 8月28日,城西支行迎来了乔迁之喜,从原胜利西路1197号老网点整体搬迁至越西路与西郊路交叉口

(北海街道办事处旁)新大楼。迁址后,城西支行营业网点布局更加合理,更有利于扎根社区拓展业务,更便捷地服务北海街道辖内居民。
(城西支行)