

“谋篇布局”扎实做好业务拓展工作

■夏晓容

今年以来,越城区加大了拆迁力度,为更好地配合当地政府做好拆迁,镜湖支行结合实际情况,有效整合各类资源,在拆迁工作开展的过程中促进了业务发展。

做对接,早布局,提前谋划。一是有效发挥挂职干部作用。利用支行员工挂职的有利机会提前了解拆迁信息,2017年第一季度灵芝镇拆迁面积达41.5万方,涉及蛟里、洋淡、小观、灵芝、女迪5个村,涉及村民1600余户。提前与镇政府专职干部和镇拆迁工作小组做好协调对接,跟进配套服务。二是加大走访,深入宣传。利用春节假期对上述5个村的村委班子成员大力公关,并提前物色农金员,宣讲薪酬政策;提前进行了纪念品采购,提前向总行上报定存宝+农金员的营销方案,并做好走访预案。

抓细节,强执行,全体动员。一是充分发挥人缘地缘优势,支行组织成立4个拆迁营销小组,通过每天召开拆迁专项晨会,分析拆迁形势。同时,强化营销任务落实到人,组长每人每月完成500万,组员每人每月完成200万。二是实施全员走访,根据收集到的信息分组进行走访,截止目前,支行走访拆迁户1400余户,

走访覆盖率达到90%以上。同时在走访过程中发展了农金员78个,并新增农金员存款8700万元。为确保工作收到成果,支行通过周末加班加点来跟进各项工作任务。

强服务,议对策,捆绑营销。一是做优厅堂服务。在厅堂内,保证闲时1名,忙时2名的大堂经理配备。二是加强竞争产品策略研究。每周六召开产品分析会,研究各个竞争金融机构理财、存款产品,从利率(定存宝靠计息)、期限、风险(针对理财产品)、地理位置便捷程度、能否提供接送服务等多方面分析讨论竞争银行的产品,研究针对性的营销技巧。三是强化捆绑业务营销。在对接过程中注重多样化的业务营销,对成功营销对接的客户做好信用卡、ETC、手机银行、一卡通等业务的对接,对于有购房需求或者选择安置房的拆迁户,积极推广二手房按揭贷款、装修贷款等贷款产品。截止目前,已在拆迁户中营销相关贷款产品40余笔。

搜资料,强配套,协同作战。一是与镇拆迁工作组共同攻坚,做好配套服务。本次拆迁镇里分了3个工作组,工作组成立进驻第一天,由支行行长带队走访,为工作组做好后勤保障

(一次性水杯、纸巾、食品、饮料等)。各工作组攻坚期间,保证每天每个工作组都有人专职提供配套后勤服务。仅3月份,支行夜间加班为工作组提供配套服务就达25天,其中超过10点的有18天,超过12点的有9天。二是加紧资料搜集。在为工作组提供服务的同时,支行积极搜集各类信息,汇总各村拆迁进程和拆迁户情况。三是做好拆迁款项发放。为服务政府发放拆迁款,支行在镇财办驻点营销。各村农户的拆迁款领取统一安排镇财办,按进度分批进行发放。支行利用提前收集到的拆迁款领取信息进行走访与电话对接,同时安排专人在镇财办驻点营销,营销成功后安排专车接送进行拆迁存款转存。截止目前,通过驻点营销的方式已成功营销存款6000余万元。

通过上述方法,目前支行共新增存款17500万元,日均新增8800万元。其中农金员存款8700万元,职工营销存款近亿元,其中灵芝组的组长营销对接存款超过5700万元。新增贷款164户,新增信用卡386张,ETC316户,手机银行993户,一卡通655户,其中拆迁专项营销贡献率超过30%。

(镜湖支行)

《人民的名义》热播背后的农信情怀

■陈芳萍

近日,一部反腐大剧《人民的名义》引发了农信人追剧热潮。剧中无论是扎实工作、一丝不苟的反贪局工作人员,还是兢兢业业、勇于创新、一心埋头追赶“GDP”的改革大将,都赢得了农信人的喜爱和追捧。随着这部大剧的热播,农信情怀也逐渐彰显出来。

“反贪风暴”,打造忠诚干净的农信铁军。围绕省农信联社工作中心,比学赶超超超落实,强化监督执行问责,加强案件风险防控,推进

合规文化建设,用严明的纪律打造一支忠诚干净的农信铁军。恒信合行通过开展法规学习、廉政教育、民主生活会,风险案例剖析等方式,推动党风廉政建设,筑牢思想“防火墙”。

“花式点钞”,建设技能型人才农信队伍。加强人力资源经营,抓好“三个千人”队伍建设,深化青年员工人才培养,努力打造专业技能型人才队伍。恒信合行通过采取开展“周末大课堂”、岗位大练兵、技能考核等形式,建立健全人事考核激励机制,完善岗位职责,明确

职责分工,加快专业技能型人才培养。

“林城模式”,树立自我革新的农信精神。在积极投身“比学赶超年”活动,营造全行你追我赶的良好氛围下,恒信合行勇立潮头,深化管理、强化服务、优化实效,围绕“主动对标补短板、自我革新求超越、拓宽眼界向外学”三个层次扎实推进,积极深化改革转型,努力实现自我革新。结合普惠共享金融“一三五”工程,部署“四化”战略,积极开展“比学赶超”活动,合力推进我行普惠金融工程的进阶升级。

(授信管理部)

依法收贷有讲究

■周 导

银行经营的就是风险,在经营风险的过程中实现利润。而信用风险是银行贷款工作中面临的最主要的风险。当这一风险对我行资金安全和盈利能力造成威胁时,采取法律手段依法收贷便成为必然的选项。在实践中,为了取得最佳效果,依法收贷也有一定的讲究。

首先,看看诉讼前的工作是否到位。古人云:战而胜之,非上策;不战而胜,上上策。对簿公堂也就意味着“撕破脸皮”,即使赢了也有伤元气,所以尽量将其当成最终而不是优先解决问题的武器。当信用风险产生后第一时间,应尽快联系到当事人,讲清失信的严重后果,陈明利害关系,协商解决办法,必要时需多次上门,还可以通过有影响力的亲属、单位领导及居委会(村)干部等进行思想工作。一

般而言,树要皮人要脸,真正的老“赖”毕竟不太多。

其次,对选择有利的诉讼时间的把握。如果经过一段时间的努力没有任何效果,看不到和平解决问题的希望,那就要采取依法收贷的措施了。什么时候进行诉讼,也是有所讲究的。没有特殊情况,应在失信行为产生六个月内进行诉讼。如起诉时间过早,或许会失去和平解决问题的可能性;时间过晚,则会因为被告方有充分应对的准备和措施,对诉讼工作造成各种不确定性。如果当事人有诚意需要多长时间来落实,诉讼时间可以适度推后;但一旦发现被告方有转移财产、串供、伪造证据等迹象,则应加快诉讼等进程。一切是否有利于维护我行资产安全为主要标准来掌握。

第三,如何达成最佳诉讼效果。衡量诉讼的效果如何,一是看裁定或判决是否有利。诉讼也有风险,如果因为证据缺失或瑕疵等原因

造成不利于我方的判定,那就等于搬起石头砸自己的脚,会使收贷工作陷于非常的被动。因此一定要做好充分的诉前资料准备,确保判定结果万无一失。二是看实效是否明显。官司赢了,执行就成为关键。所以在起诉时向法院申请财产保全措施很有必要;对情况紧急的,财产保全措施就应当在诉前及时采取。而我们提供财产线索的真实性和可执行性对执行能否达成的预期效果非常重要。

第四,与法院相关人员的沟通技巧。依法收贷免不了与法院法官及其他相应人员进行接触,法理不外乎人情,创造一个良好的互动氛围对我们处理诉讼相关事项是利无弊的。相互尊重是人际交往首要法则;二是用事实和证据说话;三是根据法律流程与法院紧密配合,与相关工作人员及时交换信息,加快处置进度。

(资产保全部)

学会“陌生营销”

■沈 姗

近两年,“营销”这个词,对于我们银行人员再熟悉不过了,但绝大多数人只是盯着“熟人圈”,极少走出去营销,更加不会对陌生人进行拜访。这两年,大家任务繁重,特别是今年,“ETC”、“存款余额”、“存款日均”、“贷款户数”、“信用卡”、“福农卡”、“理财产品”、“贵金属”等各种各样的任务随着业务不断发展而不断增多。怎么办?“年年难做,年年做”这是我在支行做信贷员时,一位老师傅说的。

面对如此境地,我们应该学会营销,特别是陌生营销,无论走到哪,无论在做什么,看见人就应该展开攻势,锻炼营销小技能。

“磨刀不误砍材功”——制做营销小道具。

陌生营销切不可盲目营销,做些小宣传纸(自制的)也不失为一良策。根据要营销的产品、客户年龄层、业务吸睛点更或是结合当前流行电视剧、网络语都可。但就是一定要做得快,做得新。不然别人已经看过了,吸引力就欠佳了。比如近期,电视剧《三生三世十里桃花》不是挺火的,我们也可邀请诸位“上神贵客”来我“恒信大桃园”参观参观。

陌生营销要有方案,要有自己的根据地。比如营销贷款,我会先从自身拥有的资源开始。在自己小区群,亲友的小区群撒网,时不时发个小红包(金额不大),也会吸引不少朋友的眼球,只要能记住我,这就成功一半了。

陌生营销需要“厚脸皮”,见人说银行、发名片。逛街、买菜、出门办事都可以告诉别人

我在银行工作,银行问题都可以来找我。总之,让你所到之处都知道你是做银行工作就行了。

陌生营销需要“小伙伴”。营销时往往有难以开口的自卑感,但身边有个小伙伴,就能给我们壮壮胆,能够更好地突破自我,又能起到“旁协助”之用。在营销中,当我们要面对客户质疑时要应答如流时,小伙伴能帮助我们将客户资料登记下来,有不足之处,小伙伴们从旁点拨,这样着实帮了不少忙。

“陌生营销”的确是件苦差事,但想锻炼营销技能却是不得不走之路。在急需营销人才的当下,学会“陌生营销”也是属于一种优良技能。

(风险合规管理部)

浅谈贷款营销中的产品细分

■周 利

金融市场贷款产品众多,命名五花八门,根据贷款用途、客户类型等分有“股权投资贷款”“专利权抵押贷款”“青年创业贷款”“装修贷款”“白领乐”“蓝领通”等。对内而言我们又统称个人贷款和公司贷款,对外而言只要是贷款产品,不管是客户条件类型或贷款用途型,都会有专门与之匹配的贷款管理办法或实施细则。那么我们是否要多细分产品,对口袋市场需求呢?答案是肯定的。

首先,贷款产品命名十分重要。通过产品的名称,客户马上能对号入座觉得找到自己的定位,提升客户满意度,为树立品牌形象能起

到良好效果。贷款命名也直接影响着贷款推广的成效,我们一些支行会把我们“随薪贷”产品根据推广对象不同给他们创新产品名称为:车位贷、装修贷等。随着贷款产品命名对象和用途的切合,我们也实现了产品创新的一大步。其实除了一类担保方式有明确的客户群体限制,二类客户类型和三类贷款用途目标客户是相互交错重叠的。

其次,要了解贷款客户的关注点。我们根据市场环境,分析客户需求进行宣传营销,通过匹配产品抢占客户群,不同人群对产品的需求和关注点是不一样的。例如同样为了装修有些更倾向选择手续方便,有些则关注利率是否优惠,对于我们而言既要关注于把握利润又要在开阔市场时获得相应客户群体。相信找到合

适的“倾诉”对象后,只要辅以良好的宣传带动,一定可以成为激烈同业竞争下的一大“利器”。

再次,要为客户一站式解决问题。拿二手房贷款、装修贷款、买车买房贷款为例,一站式解决客户需求,有利于提高信贷整体投放成效,还可以把分布消费类产品下较为零散的客户资源汇集起来,形成客户群,也就更有利于打造口碑、树立品牌。

我们充分要发挥本地银行小法人小机构反应快、人缘地缘熟悉的优势,保持对市场的敏锐洞察,对产品进行细分创新和优化,营造比学赶超的工作氛围,积极宣传营销,提高我行整体竞争和盈利水平。

(办公室)

■卫小芳

对于恒信城西人来说,目前面临的无论是存款的压力还是不良贷款的处置难度,都比是驱行于一条窄而幽深的巷子,会碰壁,会看不到出口,但抬头看天时,前方仍有光亮,于是乎,在继续追赶着兄弟支行的脚步中,迎来了总行“比学赶超年”。

立标杆。根据总行“比、学、赶、超”活动实施方案,细化城西支行各项指标目标任务清单,对全部72项指标(结合城西支行实际)进行详细研讨和细分,进一步分解任务,强化业绩管理办法。

振信心。相继出台支行《关于下达城西支行2017年度业务指标的通知》《2017走千家、访万户,共成长劳动竞赛考核办法》和《关于开展春节期间劳动竞赛的通知》,加强职工敬业爱岗揽存力度,加强贷款户数增扩,加强借记卡增量扩户,提升卡均余额。

补短板。存款方面,截至2017年3月31日,城西支行存款余额比年初上升。增长的存款主要是由以下几方面上升的,一是土地拍卖已到位;二是通过结算账户增量扩户;三是通过农金员渠道揽存;四是通过员工敬业爱岗揽存。


清收不良方面,根据总行布置的四张清单、一张网,我支行将每一笔贷款落实到相关责任人,建立不良清收“包干到户、一户一策”机制,将每户不良贷款落实到具体客户经理,并明确支行责任领导,分层落实责任人继续加强不良贷款清收处置工作,在隐性不良客户利息催收上和司法程序跟进过程中时时以“紧”字为宗旨,积极参与司法评估、协商、执行等程序,以加快司法执行的落实。并及时与总行相关部门联系,听取总行风险化解的指导,加大形成不良贷款的处置合力。

抓亮点。一是抱团行动。截至2017年3月31日,支行3月份净增贷款户数40户,完成总行3月份贷款户数新增指标30户的任务。城西支行灵活运用目前我行多种新兴业务产品。客户经理采取了抱团行动,批量营销,团队思路、订计划、明确营销目标单位,突破个人贷款业务目标客户少,一对一营销进展缓慢的困境。二是“整村授信”。以辖内寨下村、北海村、青甸湖村股权改革为契机,开展整村批量授信、股权承诺贷推广工作。跟进北海村和山隐新村南浚底村、塘南村、亭山村以及凌江岸村的批量授信。三是“周六走访”。继续延续周一、周四晨会制度和周一晚上及周六加班制度,并出台“两周一走访”计划,在每周六对辖内各商户进行走访营销。


提质效。出台电子替代率营销宣传活动方案,提升电子替代率。引导人员通过业务分流,将柜面业务分流至我行ATM、手机银行、网上银行等电子渠道办理。并针对5项指标,借助“整村授信、整村批发”贷款批量式发放工程,利用移动端,提升客户信息采集和业务办理效率,借助大数据平台,推广应用普惠快车、小微专车、CRM等系统,实现有效客户挖掘、有效客户维护,使客户持有产品数力争达到3个及以上,大力提升产品粘合力。

“比学赶超”活动如火如荼地进行着。恒信城西人正循着巨古的青石板路,循着光亮,踩着有力而稳健的步伐,向着出口迈进。相信在不远处,乍一拐弯,就可见另一个出口,必能豁然开朗。那时,可见绍兴古城蓝天、矮墙、绿藤的绝美景致,再邀上三五好友,温上一壶小酒,慢慢品尝,可好!

(城西支行)



丰收一码通 应用指南



丰收一码通,实现“浙江农信手机银行二维码支付、支付宝支付、微信支付”三码合一,只需一个二维码就可以轻松完成支付。

特色功能

>> **一码多付**: 同一个二维码,客户可自主选择浙江农信手机银行、微信、支付宝等支付方式。

>> **自动结账**: 浙江农信手机银行资金实时到账,微信和支付宝T+1日自动清算到指定银行账户,资金安全。

>> **便捷收款**: 免去人工找零烦恼,提高结账效率,并有效预防假币。

>> **费率优惠**: 使用浙江农信手机银行支付费率全免,支付宝支付费率仅为0.2%,微信支付费率仅为0.3%,此外商户提现无需提现手续费。

商户适用范围

>> **餐饮业**: 快餐店、早餐摊、夜排档、面包房、水果店、餐厅、酒店等。

>> **百货业**: 购物广场、中小型超市、电器店、五金店服务店、鲜花店、百货店等。

>> **娱乐服务业**: 酒吧、KTV、足疗店、美容美发店出租车司机、快递员等。

>> **远程收款**: 贸易、代收货款、微商等。

商户申请材料

>> **公司商户**: 提供营业执照复印件、法人代表身份证复印件及银行收款账户;

>> **个人商户**: 提供个人身份证和银行收款账户。

申请流程

有意向商户均可向绍兴恒信合作银行各网点进行免费申请。申请成功后,本行工作人员会将二维码立牌、门贴和收款码等相关资料送达商户。

丰收一码通

多种支付,一码整合

电子银行咨询电话: 85110523