

我行“三考”队伍铸精兵

■沈淑萍

本报讯 为进一步加强信贷队伍建设,我行设置三大“关卡”锤炼客户经理,切实提升信贷队伍综合素质。

创优争先“考”绩关。一是比成绩。开展“业绩上墙,营销上心”活动,按月通报客户经理每月指标完成情况,从而不断提高客户经理的营销积极性。二是立标杆。开展增量扩面“月度之星”、“季度之星”评选活动,根据客户经理增量扩面业绩开展评选,并对获选客户经理进行物质奖励及通报表扬,至目前已累计奖励客户经理39人次,奖励金额3.33万元。三是重筛选。实行各项指标全员营销制,鼓励全行员工参与业

务营销,选拔业务能力突出的员工进行重点培养,实行客户经理队伍优胜劣汰,充分激发团队活力与能动性。

专业快捷“考”服务。以向客户提供专业、快捷、熟练的信贷服务为目标培养信贷队伍。考察一个“专”字。组织开展客户信息安全整治活动,加强员工警示教育和信息安全培训,确保掌握客户信息安全保障措施,以专业化服务赢得客户信赖。考验一个“快”字。推行小额贷款限时办贷考核制度,按贷款额度、类型等不同标准规定相应贷款办理期限,并实行客户经理办贷“节时有奖,超时受罚”,切实提升办贷速度。考核一个“熟”字。不定期组织客户经理参加业务文件解读培训,并开展配套考试,学考结合,不断强化客户经

理的业务知识掌握的熟练程度。

落地生根“考”民情。为夯实普惠金融工作群众基础,确保客户经理在走访和营销工作中真正做到落地深耕,我行重点加强片村客户经理人村服务基本功教学,通过“老带新”、标杆引导、营销技能培训等方式,努力培养一批进得了门、聊得了天、知得了情的接地气客户经理。部分支行针对村情民况组织开展“特殊考试”;利用客户经理会议会前半小时,考察客户经理对联系村的掌握情况,考试内容包括村长、书记姓名、农户数、人口数、土地情况、外出务工人员情况、村经济特色等,有效督促客户经理村级金融工作真正落地。

(业务发展部)

我行“四个一”助力征信业务规范再提升

■陈芳萍

本报讯 随着公众对个人金融信息保护意识的逐渐加强,进一步做好信息安全工作,推进征信工作法治建设是我行当前的重要工作。我行2017年通过开展业务宣传、征信培训、风险排查、业务竞赛“四个一”活动,全方位提升我行依法治行、规范经营的能力。

推行一次业务宣传。以营业网点为宣传基地,实现征信业务知识宣传答疑面对面;在各乡镇(街道)、社区、丰收驿站等设置宣传点,向现场群众发放信用报告、百姓征信知识手册等宣传资料,详细介绍信用知识对公众生活的影响和重要作用;多媒体滚动播放《信用名片》微电影,发挥

微电影投放效果,使征信工作走进生活、融入生活,进一步提升了征信中心品牌形象。

举行一次征信培训。以“加强网络信息安全与客户信息保护”为出发点,切合客户金融信息安全管理,开展全行征信业务客户信息安全管理工作,开展全行征信业务客户信息安全培训,活动通过政策解读、案例分析、数据治理等多种形式开展,为我行加强客户信息安全管理工作提供了强有力的理论支撑。

开展一次风险排查。根据目前我行征信业务开展情况,为有效防范和化解征信业务操作风险,按照《征信业管理条例》及相关规章制度要求,结合各支行企业及个人重要信息提示、征信查询用户管理、客户有关反映或投诉等线索,对企业和个人征信系统合规使用和征信信息风

险等方面开展专项检查工作。对重点问题深入开展分析解析,提出有针对性改进建议,持续完善和优化我行在征信业务操作中存在的不规范或流程缺陷。

举办一次业务竞赛。为拓宽小微企业融资渠道,打通金融服务“最后一公里”,2017年我行大力推进应收账款融资服务平台推广注册工作。我行按照“主管部室牵头、基层支行主体、联络员实施、客户经理协助、管理员监督”五位一体的运维操作模式,下了我行2017年应收账款融资服务平台推广工作的一盘“大棋”。截至8月末,共新增金融机构注册用户4家,新增企业注册用户11家,完成上传应收账款业务12笔,累计成交金额11530万元。

(授信管理部)

我行四项举措 规范员工上网行为

■陶江斌

本报讯 近期,我行通过与电信公司合作实现了全辖营业网点集中统一上网,并通过上网行为管理系统,采取四项举措规范了员工的上网行为。

一是管控网络应用,提升工作效能。工作时间禁止视频、股票、游戏、购物等与工作无关的应用连接,分组限制上网速率,实现分时间段、基于

用户、基于应用、基于行为内容的网络行为控制,从而减少员工上班期间无关网络行为,提升工作效能。

二是过滤不良信息,降低上网风险。当前互联网资源极大丰富,亦良莠不齐。为防止员工不慎访问不受信的网站引发法律、声誉等风险,系统开启基于内容的外发信息过滤策略,及时拦截不良言论,最大程度降低上网风险。

三是屏蔽非法网站,优化上网环境。网络不

法分子善于利用社交网络散播钓鱼网站、木马病毒等非法内容,系统对一些带钓鱼性质的网站或者有木马病毒的网站直接进行了屏蔽,从而提升了上网的安全性。

四是记录上网日志,保障信息安全。互联网的普及让网络泄密和网络违法行为层出不穷。为保障信息安全,系统按用户记录上网日志,能按需追查和审计上网信息。

(科技信息部)

城西支行“三创新”助力增量扩面稳步上升

■顾颖莹

本报讯 2017年,已过去三分之二。城西支行始终围绕全年任务目标,努力推进完成各项指标,认真落实比学赶超实施方案,扬长补短,激发全体员工的工作热情,通过营销渠道创新、手段创新、考核创新,全面推进增量扩面。

营销渠道创新。全面推进普惠金融的第一步,就是建立合适的业务渠道。经支行领导牵头联系,联手绍兴市特警大队、巡特警中队,向警务系统工作人员推广我行丰收消费贷、汽车ETC、福农卡业务。针对部分警务人员出差频率高、工作繁忙等特点,我支行推出快速办卡办贷与ETC安装相结合模式,让客户“最多跑一次”。另外,我支行客户经理团队业务嗅觉敏锐,深入分析市场行情,对辖内楼盘挨个制订合作方案,推广车位及装修消费贷款。简化办贷流程,明确办

贷手续,优惠合作贷款利率,在客户和合作房产公司中树立了良好的口碑。

营销手段创新。建立好渠道后,就要为客户提供具有诱惑力的产品和言简意赅的信息介绍。支行客户经理定期总结客户营销过程中,遇到的问题,逐个解决。比如,为客户设计最直观的贷款产品方案,客户最关心的贷款利率问题,我们设计了整套统一的利率解释话术,以及一张最简洁的表格,反映不同期限下的贷款成本。同时,利用微信朋友圈传递活动信息,以点带面、快速发散,转发网上办理信用卡、网上签约ETC等链接,大大提高了营销效率和精准性。城西支行还率先在丰收购中,推出“一元购”产品活动,通过厅堂营销,足不出户完成丰收购消费客户数指标。定点联合宣传,也是我支行营销手段创新活动之一。驻村客户经理定期到社区(村)、市场推进批量授信

批量签约业务,借助自助终端,联合柜面同事,做好反假币、反洗钱、支付结算、征信等日常工作宣传。

营销考核创新。为激发全体员工的工作热情,形成你追我赶、奋勇争先的良好氛围,城西支行自年初以来,制订了一系列的奖励措施。年初,制订了全年绩效考核办法,将每季度的任务考核与1000元预发奖励挂钩,以额计奖,超额超前完成的员工给予额外奖励。同时,每季度推出一个全员营销劳动竞赛活动,重点考核部分的较困难完成的指标,双重奖励下,激励员工比学赶超,内部形成良好的竞争氛围。在微信工作群内,给全体员工晒每日业绩,对排名靠后的员工进行谈心谈话。每周一周四晨会,支行通报业务推进情况,对推进缓慢的指标进行专题剖析,实现支行上下比学赶超的良好精神面貌。

(城西支行)

马山支行多措并举 攻克不良催收难题

■谢旭薇

本报讯 为深入开展不良贷款清收工作,今年以来,马山支行通过多措并举积极清收不良。

通过上门催收收不良;针对小额个人贷款,主要上门催收为主,但是上门催收也要讲方法,重手段。为营造催收声势,给欠款人施压,支行一般会提前联系村委人员陪同并正装上门。催收担保人的,则联系其朋友、同事,为担保人陈清利害关系,规劝其承担不良,如担保人不肯承担的,我们则通知其通过司法途径解决。如马山镇某村前书记王某的30万元不良贷款,因借款人赌博输尽家产无力承担,支行通过催收其担保人成功分摊落实承担其本息31.53万元欠款。目前,支行通过催收欠

款人本人清收的贷款有7笔,金额106.3万元;通过担保人承担的有4笔,金额169.9万元。

通过司法诉讼追回不良;当上门催收未果,担保人不肯落实不良的时候,支行则通过诉讼执行支行合法权益,今年以来支行对逾期及欠息90天以上的都进行了诉讼。同时对于逾期3期及以下的信用卡不良,支行也统一进行了诉讼,到目前,今年支行共向法院提出诉讼19笔,金额78.1万元;在历年诉讼的不良贷款中,至今年诉讼终结的收回不良贷款11笔,金额2164.28万元。

通过债权转让化解不良:对于金额较大,处置较为困难的不良,支行一户一策采用其它行之有效的办法进行处理。如支行年初的两笔

2800万大额不良贷款某车业有限公司和某粘粘科技有限公司均出现的“执行难”的问题:某车业因涉及善意第三方承租人的问题难以执行;某粘粘科技公司则因已无资产可执行也遇到清收瓶颈。针对这个问题,支行创新使用债权拍卖转让的方式化解。某车业债权最终拍卖给杭州某资产管理有限公司,共拍得2300万元。针对某粘粘科技有限公司的2800万元贷款,支行了解到其担保方某印染公司目前经营情况尚可,在总行支持下积极与该公司进行协商,最终以2800万元的价格将我支行对耀龙公司的债权转让给A印染关联企业B纺织有限公司,有效化解了这笔不良了3年的贷款。

(马山支行)

行内动态

风险(合规)管理部

举行流动性风险应急模拟演练

■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,11月22日下午,我行组织开展了一场流动性风险应急模拟演练。

此次演练由风险(合规)管理部牵头,总行领导、各部室、各支行积极配合并全程参与了演练过程。在此次演练中,全体参演人员严格按照演练角色分工,从流动性支付风险事件的初步发生、快速蔓延、形成危机、事件平息等不同阶段全情投入,紧密配合,通力协作,沉着应变,顺利完成了风险事件的报告、决策、

指挥、行社自救、外部救助、应急处置、恢复运行、信息发布等各流程演练。演练结束后,总行领导及各参演部门负责人针对各自的工作职责和职能定位,就本次演练取得的成绩和存在的问题进行了讨论发言,并为进一步完善应急机制凝聚了智慧,形成了共识。

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,更是对总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石。

东湖支行

开展“双十一”主题营销活动

■李琳

本报讯 11月10日上午,东湖支行大堂内处处张灯结彩,奖品琳琅满目。通过微信宣传、网点宣传海报了解到此次活动,不少市民拎着丰厚的奖品满意而归。活动通过赠送、抽奖等形式,打造出一个全渠道协同、多品类钜惠、立体式体验的双十一狂欢节,为活动开展夯实了产品基础。活动现场,我行工作人员帮助客户下载丰收互联客户端注册

会员参与抽奖,领取丰厚的奖品,与此同时,让客户感受到了东湖支行线上体验,线下个人金融业务的便利。为确保活动效果,我行客户经理分组进行现场集中宣传,充分利用这一平台,针对客户开展微信关注、ETC营销、贷款营销等一系列推广活动。活动期间,现场共成功开卡12户,开通手机银行13户,营销增量扩粉47户,注册丰收购9户,营销信用卡13张,意向贷款4笔。

斗门支行

开展丰收系列宣传活动

■成金伟 章晓锦

本报讯 以“金融知识进万家”活动为契机,为提高互联网金融的消费,提升客户对互联网金融的认识,斗门支行于近期前往水富集团进行“丰收家、丰收购一元换购”宣传活动。宣传人员在厂区设点,通过一元换购洗衣

液、水杯的形式引导客户使用丰收家、丰收购平台。此次活动吸引了众多工人参加,借此机会,宣传人员重点介绍了平台的注册和使用方法,并耐心解答工人提出的疑惑和问题。通过现场操作、演示平台功能,大力宣传我行互联网电子产品的便捷性及多项优惠政策。

孙端支行

开展“光伏普惠月”活动

■钱洪波

本报讯 孙端支行以光伏宣传为抓手,以普惠下乡为纽带,在辖内金鸡公寓、皇甫庄村和榆林村深入开展光伏信贷宣传工作及金融普惠知识宣传工作,在活动现场为当地居民播放贴近老百姓喜好的戏剧、电影,并在片头和片尾插播恒信银行反假币、反洗钱等金融知识宣传短片以及居民光伏发电宣传片。在电影幕后的另一边,

我行人员联合光伏公司人员一同为意向安装光伏板的居民进行现场解答业务问题,接受群众的各种金融咨询,现场进行光伏贷及我行普惠签约,为群众发放金融知识宣传手册,介绍存款保险、防范电信网络诈骗、维护个人信息安全等各种金融知识。活动累计发放宣传资料350份,受众人数500余人,现场光伏安装意向户20户,普惠签约及意向签约客户数约30户。

迪荡支行

选派代表参加共青团迪荡街道第一次代表大会

■盛晨

本报讯 10月29日,共青团迪荡街道第一次代表大会在越城区迪荡街道办事处四楼会议室召开。本次会议选举产生共青团迪荡街道第一届委员会。我行迪荡支行选派两名代表参与此次大会。

本次大会听取了团区委、街道党工委领导的重要讲话以

及殷切希望。同时,共青团迪荡街道委员会代表还做了“五年工作回顾和三年工作展望”的工作报告,客观全面的总结了街道团委近五年以来从事的工作,实事求是的分析了迪荡街道团委工作中存在的问题和新形势下团工作面临的新要求、青年工作的新特点,并及时俱进的提出了今后三年的指导思想和目标任务。