

衡水农信2022年首季“开门红”专题报道（下）

饶阳县联社多点发力实现存款业务首季“开门红”

本报讯（贾蓉蓉）今年以来，饶阳县联社抢抓一季度“开门红”有利时机，采取多种措施，上下联动、主动出击，扎实做好存款营销工作。截至3月末，各项存款余额65.54亿元，较年初增加2.5亿元，存款余额居全县银行业金融机构首位。

凝聚共识抓存款。一是提早布局，确定目标。该县联社抢抓一季度业务旺季契机，坚持从早从细部署，及时合理确定“开门红”目标，制定宣传营销方案，开展存款“有礼”活动，完善厅堂服务管理，着力拓展存款市场，稳定巩固拓展新老客户。二是完善考核，加强督导。不断优化存款考核机制，细化绩效考核办法，开展小指标竞赛活动，用实奖惩激励措施，形成争先竞进氛围。实行班子成员包片、机关部门包社制度，引导推动全体员工鼓足干劲，为存款持续有力增长奠定坚实基础。

精准营销拓存款。一是聚焦存款营销

理念转型。把存款思维从“自然增长”转换为“主动营销”，推广“党建+金融”的营销模式，充分发挥基层党组织战斗堡垒和党员先锋模范作用。开展“网格化”精准营销行动，把营销主战场下沉到村里乡间、田间地头，细分行业和客户，将营销重点落在农户、工薪客户、个体工商户、小微企业主等人群。推行“电子银行+存款营销+贷款推广”一站式服务，提高综合营销质效。截至3月末，各项贷款较年初增加1.8亿元，累计推广手机银行57080户，网上银行9932户，聚合支付商户7258户，ETC1211户，发放各类银行卡18.88万张，其中乡村振兴卡9297张，卡内余额53808万元。二是聚焦财政资金。加强与政府及财政、税务、社保等部门沟通对接，稳定和拓展财政性存款，已成功办理全县退役军人生活补助代发业务，截至3月末累计发放银行卡3432张，代发补助2300万元。

在人社局大厅设立社保卡业务专属服务窗口，布放社保卡一体机，实现社保卡开立、激活、挂失等一条龙式服务，截至3月末，累计发放社保卡72225张，社保卡存款余额3091万元。三是聚焦企业客户。坚持以贷引存，加强贷款客户资金回笼管理，提高获客粘客水平。依托百行进万企、“千名客户经理大回访”“贷动小生意、服务大民生”等活动主动对接县域重点企业、商场超市、集团客户以及小微企业等经营主体，一揽子营销聚合支付、E缴费、手机银行等业务产品。目前，已成功为县内大型商厦累计安装POS机42台，月均交易40000笔，交易额达800万元。

立足服务稳存款。一是增强服务能力。一方面从柜面服务入手，狠抓柜面服务质量，通过业务技术比赛、服务礼仪培训、营销技能培训等方法，提高服务水平；另一方面，从硬件实施入手，开展“星级网点创

建”，集中人力、物力和财力，对全辖营业网点的软硬件服务设施和服务质量升级改造，实现网点“旧貌换新颜”。二是拓展宣传渠道。加强线上宣传力度，通过微信公众号、朋友圈、小视频等方式，发布金融知识，占领线上宣传阵地；打造以网点为中心，辐射周边行政村的宣传格局，宣传存款产品，巩固拓展营销成效；以普惠金融、“双基”共建为抓手，持续开展金融大集、送金融知识下乡等宣传活动，不断提高知名度和美誉度。三是延伸服务触角。充分挖掘金融便民店、乡村振兴综合体的优势，使金融服务触角从镇、街延伸到村，农户不出村就能享受便捷的金融服务。截至3月末，全辖累计布放ATM、自助发卡机、智慧现金柜台、智能排队机、POS等自助机具130台，设立了50家便民金融服务店，其中3家乡村振兴金融服务中心，持续改善了农村支付服务环境。

深州农商银行存款再攀新高

本报讯（付亚雄）年初以来，深州农商银行提前谋划、上下联动、多措并举，迅速掀起“开门红”工作新高潮。截至3月末，该行各项存款余额156.36亿元，较年初增加了6.68亿元。

未雨绸缪抢先机，提前谋划强措施。该行按照差异化管理原则，结合各网点地理位置和经济发展实际，提前制定《一季度“开门红”工作方案》，明确目标任务，完善激励政策，在全行开展“接地气、有新意、有回报”营销活动，抓住春节在外务工人员回乡有利时机，有针对性的开展精准营销、综合营销，牢固农村“主阵地”，同时，加大对公存款客户营销力度，用方便快捷优质的金融服务营销客户、留住客户，与客户建立持久稳定的良好客户关系，对公存款较年初增加8098万元。

上下联动齐攻坚、综合营销广宣传。一是领导班子亲自上阵，全员分工合作，开展综合营销，领导班子与政府部门、企事业单位积极沟通联络，努力争取财政性资金，有效推进“三资”平台对接搭建工作。二是开展低成本存款营销，对接相关部门，成功签订了“企业职工基本养老保险”“城乡居民保险”“工伤保险”以及“失业保险”代发协议，并开立代发账户，一季度累计代发各类保险待遇9242笔903万元。与农业农村部门签订了乡村振兴战略合作协议，突出抓好代发工资争揽工作，扩大低成本存款市场。截至3月末，低成本存款较年初增加1.69亿元。三是开展优质客户走访，安排专人对优质存量客户和资质较好的潜在客户进行实地走访营销，一季度，累计走访640户，营销存款6000余万元。四是开展综合营销活动，对县域内广大城乡基础客户和中高端客户以“金融大集”形式深入开展集存贷款、征信及电子银行等业务一体的全员营销、综合营销、交叉营销。截至3月末，电子银行新型收单活跃商户、手机银行新增用户、微信银行新增注册用户等均超额完成任务。

强化督导压责任，严格考核强激励。该行每月对各网点任务完成情况进行通报，并由分管行长和相关部门负责人深入网点督促指导，对任务暂时落后的网点发送《督办通知书》，确保压力传导到位。强化正向激励，制定详细的考核激励措施，按月兑现，最大程度激发全员积极性。

枣强农商银行一季度存款净增12亿元

本报讯（孙娜）枣强农商银行紧紧抓住“双节”存款营销的黄金期，多措并举强化资金组织，截至一季度末，各项存款余额164.66亿元，较年初净增12.23亿元，全年业务经营工作开局良好。

早谋划快行动，吹响全员营销号角。元旦当日组织召开首季“开门红”动员大会，周密部署存款营销工作；印发《“开门红”营销活动实施方案》，将存款任务直接分配到个人、考核到人、奖惩到人，进一步激发全员争先争优的热情；组织系统化的营销技能内训，丰富营销知识，提升团队协作能力，打造一支“敢营销、能营销、会营销”的员工队伍，为存款营销奠定基础。

强宣传造氛围，抢占存款市场先机。开展“线上+线下”的营销宣传模式，利用微信公众号、抖音平台等渠道推送首季“开门红”宣传海报。与辖内各行政村沟通合作，每天利用村广播定时播放该行“开门红”活动信息，扩大宣传覆盖面。抢抓外出务工人员返乡契机，开展针对性入户营销、亲情营销、电话营销，借助防疫执勤机遇开展业务营销宣传，有效扩大“开门红”宣传影响力。

强督导重服务，巩固业务营销阵地。实行领导包片、部室包社，层层抓落实的督导检查机制，包片领导一线督导指导，包联部室下沉一线协助支行推动工作落实。多层面协同开展财政性存款营销、企业客户营销等。扎实开展网点服务提升活动，开展为客户送口罩、消毒液和新春送福活动，借机开展客户回访。网点备足一次性口罩向客户发放、严格落实防疫措施，确保服务环境安全，同时优化提升服务，赢得客户广泛好评。



近期，衡水农信以首季“开门红”活动为契机，积极开展精准化综合大营销。图为安平农商银行员工为药店服务人员介绍金融知识等相关业务。

武邑县联社多措并举全力实现首季“开门红”

本报讯（高珊）新年伊始，武邑县联社铆足“虎劲”、全员动员存款、贷款、市场业务各项工作多点发力，以加速度全力冲刺首季“开门红”。到3月末，该联社存款较年初增长7.6亿元，各项存款余额突破100亿元。

强化宣传，塑优行业形象。春节前夕，各营业网点精心布置厅堂，营造出浓厚的新年气息吸引客户，向客户营销存款产品，在集市、路口、社区等人流密集区利用张贴海报、发放宣传资料等方式向客户开展专题宣传，实现厅堂服务走出去，取得积极宣传成效。同时开展服务大提升活动，规范厅堂服务行为，用规范、细致、周到的服务吸引客户、拓展客户、留住客户。

信贷营销，拓展客户资源。制定《信贷营销活动方案》，将“千名客户经理大回访”与网格化营销结合起来，细分市场，精准发力。一是开展“千名客户经理大回访”活动，结合地方疫情防控实际，围绕主责主业，做精支农支小、主动对接县域优质项目，及时满足“三农”和小微企业经济金融需求，扎实精准做好回访活动，深挖存量客户潜力。二是开展网格化营销。细分市场，划分区域定网格，做好信用社各项业务宣传工作，拓展存款贷款业务范围，推广电子银行等产品，拓展优质客户资源。前3个月累计回访客户832户，新增优质客户36户，新增优质客户授信2944万元。

全员营销，拓展市场业务。一是培树主动营销意识。充分利用人脉、地缘优势，开展全方位、多角度、立体式、多形式的业务宣传活动。坚持走出厅堂主动营销，利用移动展业，开展业务办理和维护客户信息，同时加强考核引导，充分调动员工积极性，营造了全员主动营销氛围。二是推广市场业务。激励商户使用农信e购来完成日常交易，利用客户回访机制持续开展商户业务培训，实现以客户带动客户，以用户推广用户，有效深化了市场拓展成效。三是加强督导指导。落实分包网点机制，推行周统计通报制，加大督导力度，开展包联督导20余次，指导各基层网点因地制宜开展灵活营销。截至3月末，全县新增新型收单活跃商户1634户，新增手机银行1158户，手机银行活跃客户8435户，新增微信银行客户2104户，睡眠卡清理6187张。

衡水农信“三个围绕”助力乡村振兴换挡提速

本报讯（张西卜）为进一步提升金融服务乡村振兴质效，衡水农信从精准对接、产品创新、服务优化、效率提升等方面落子布局，坚持以普惠拓、以惠泽民、以效利企，用真金白银助力乡村振兴，为乡村振兴强筋壮骨。

围绕主业做“足”，为乡村振兴聚力。面对新冠疫情冲击，坚持业务发展和疫情防控双抓双效，积极抢抓旺季工作机遇，在提升服务实体经济质效上持续发力，一季度开门红工作成效显著。一是精准对接金融需求。围绕“3+2”“9+5”产业集群和小微企业、个体工商户，持续开展“千名客户经理大回访”活动，加大优质纳税企业客户的营销力度，主动全面对接客户金融需求，有效落实普惠政策，

倾力支持民营和小微企业发展。一季度，全辖各项贷款余额848.43亿元，较年初增加26.4亿元，同比多增2.12亿元；涉农和小微企业贷款分别同比多增4.18亿元、7.8亿元。二是汇聚政银合力。积极落实省联社与市政府签订的《金融助力乡村振兴战略合作协议》，谋划推动金融服务专员遴选派驻、银政对接等准备工作，积极助力地方“三资”平台建设，深化政银合作效能。三是巩固拓展脱贫攻坚成果。全面落实“四个不摘”政策要求，持续做好脱贫人口小额信贷发放，支持扶贫产业发展，确保脱贫人口小额信贷有效需求全覆盖。3月末，当年已发放脱贫人口小额信贷88户352.8万元，余额4647万元。

围绕县域做“深”，为乡村振兴赋能。一

是巩固提升“双基”共建质量。主动融入政府“三基”建设年活动，抓牢抓实“整村授信”“回头看”“四进三送”等工作抓手，启动“‘双基’百村样板工程”，推动基层行社逐网点打造1-2个“双基”示范村，提升“双基”整体成效。3月末，当年“双基”客户贷款增加额7.03亿元，新型经营主体贷款增加额2.33亿元。二是大力发展大零售业务。聚焦个体工商户、小微企业主、企事业单位人员及集团客户管理人员等优质目标客群，创新白领贷、车位贷、装修贷等消费类信贷产品，持续推进“贷动小生意 服务大民生”主题活动，有效拓展消费类信贷业务。3月末，累计创新推出消费类信贷产品16个，新型小贷当年净增额3.36亿元。三是

积极打造乡村振兴服务综合体。对金融便民店、金融支农服务站进行全方位升级改造，加快乡村振兴服务综合体创建，构建“一站式受理、一条龙服务、一揽子解决”的全新服务模式。3月末，累计布放自助设备465台，建设“金融便民店”1214个、乡村振兴综合体51个。

围绕服务做“优”，为乡村振兴增色。一是推动金融服务“网格化”。坚持多业务联动，对客户实行网格化管理，建立网格内客户对接“一对一”和业务对接“1+N”机制，精准开展多节点多内容多形式的综合业务大营销30余次，着力打造“金融管家”式服务金字招牌。二是打造生活圈银行。围绕不同客户主体和生活工作情景，加快在线缴费、刷脸支

付、聚合支付、手机银行等金融业务推广，丰富场景金融建设，全方位打造生活圈银行。截至3月末，已建成燃气费、取暖费代收、智慧食堂刷脸支付、商场MIS系统等场景金融16个，为14所学校开通刷脸支付就餐业务，新型收单活跃商户63552户，全辖10家县级行社全部接入第三代社保卡发放系统，社保卡存量116.6万张，卡内余额4.4亿元。三是创新推进亮点工程。围绕经营、改革、风控、转型、党建、文化六个方面，印发《衡水审计中心2022年度亮点工作方案》，确定审计中心层面亮点工作9个、梳理县级行社亮点工作87个，全方位、多层次打造亮点工程，为农信社改革发展营造良好舆论氛围，全面提升衡水农信系统行业品牌和社会形象。

有限的付出。期待无限。雄厚的实力。价值永恒。

《衡水晚报》

微信息

订版热线

13503189058