工行菏泽分行:

“六大突破”实现业务发展新飞跃

ICBC 中国工商银行 INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA 菏泽分行

今年以来,工商银行菏泽分行紧紧抓住菏泽经济快速发展的有利机遇,扎扎实实走量质并举、又好又快的精品分行建设之路,取得显著成效。至6月末,全行各项贷款较年初增加27.9亿元,同比多增5.46亿元,增长14.94%,增量全省系统内排名第4位,增幅排名第1位。2012年至今年6月末,全行贷款余额从151亿元增至215亿元,增加64亿元,增幅43.25%,全省系统领先。各项存款较年初增长36.2亿元,增长16.97%。

思想观念的突破。紧紧围绕“加快发展,加快赶超”这一主题,以建设系统先进、同业第一,各项业务协调发展的精品分行为目标;以“我的梦、工行梦”主题讨论活动为契机,激发全行员工凝心聚力,争创一流;以“用心服务、回报惊喜”活动营造浓厚的优质服务氛围,为各项业务的开展提供了强大动力。

考核机制的突破。通过制定“旺季服务活动”实施方案、开展“超越自我、全员建功”服务活动,进行网点分组服务对抗赛,力促各项业务统筹兼顾、均衡发展。完善《经营绩效考核办法》,并对个别支行增加了个贷、理财等个性化指标,力促其实现特色发展。

业务创新的突破。将提升金融资产业务对全行发展的贡献度作为业务发展的突破口来抓,形成资本占用低、资产质量优、综合收益好的业务发展格局,培育业务增长的蓄水池,通过有竞争力的金融资产服务业务吸引更多的资金来源,通过丰富的业务产品,满足企业经营资金需要。

督导手段的突破。为增强支行管理人员的责任感,分行对相关业务发展落后的支行从业负责人进行了诫勉谈话,受到告诫谈话的两个支行工作有了较大起色。建立支行(网点)每周工作报告制度,要求支行和网点每周向分行行长直接报告营销、内控、管理等工作动态。抓铁有痕,踏石留印,各级管理人员增强了执行意识,确保了政令畅通。

占比位次的突破。以市场份额领先为衡量业务发展的砝码、以系统位次上升为争创一流的标准。今年3月末,全行各项存款余额、增量占比实现了全市大型商业银行第一,2季度继续保持增量领先。各项贷款余额在全市大型商业银行率先突破200亿元,树立了工行在地方和客户心目中的资产业务大行形象。

不同区域的突破。制定《关于支持东明支行加快发展的意见》,支持东明支行确立领先优势,实现率先突破;针对城区部分网点竞争力不强的情况,通过公开竞聘二级支行、网点负责人,实现加快突破;针对郓城、单县、曹县等几个大县人口多、后发优势大的特点,进行资源倾斜,实现重点突破;要求市行各专业确立较高的工作目标,在系统内争先进位,实现专项突破。 通讯员 李鲁民

农行鄄城县支行:

个人住房公积金贷款业务成效显著

今年以来,农行鄄城县支行围绕“突破重点业务产品”的工作要求,把个人住房公积金贷款产品作为突破个人资产业务的核心来抓,通过积极谋划、完善措施、健全机制、科学考核,有力推进了全行个人住房公积金贷款业务的快速发展。截止7月末,该行个人住房公积金贷款余额达到1871万元,较年初增加1649万元,总量、增量均居系统内首位。

突出一个“早”字,抢占发展先机。业务发展成败落脚于一个“早”字,该行为抢得业务发展先机,在年初研究部署全行“春天行动”时,就明确个人住房公积金贷款产品作为全行个人资产业务的发展核心。召开专项业务推进工作会议,制定营销方案,并成立了联动营销工作组,迅速打开了业务局面。

科学考核,调动营销积极性。将个贷业务营销纳入全行网点综合绩效考评,并对个人住房公积金贷款业务实行有差别的考核举措,有效调动了各方面的积极性。

强化管理,确保稳健发展。把业务发展质量放在首位,规范操作,严格管理,确保贷款放得出、管得住、收得回。定期举办客户经理业务规章制度培训,提升员工业务综合素质识,确保依法合规办理业务。严格贷后管理,每笔贷款即将到期前,通过短信、电话等方式提醒客户按时还款,避免了客户因意外情况出现违约的现象。目前,该行住房公积金贷款业务无一笔逾期。

通讯员 王付忠 徐保平

中国农业银行 AGRICULTURAL BANK OF CHINA 菏泽分行

中行菏泽分行:

举办驻菏台资企业银企座谈会

近日,中国银行菏泽分行举办驻菏台资企业银企座谈会,邀请驻菏台商企业共同座谈,共谋合作。双方就目前宏观经济形势、驻菏台资企业发展情况和下一步中国银行支持台资企业发展措施交换了意见。会上中国银行代表向台商客户介绍了该行公司金融和个人金融的部分特色产品。会议在友好、务实的氛围中进行,双方对今后加强银企合作充满信心。

菏泽市政府副秘书长李淑凤及市委台办领导共同参会,并对中国银行加强与驻菏台资企业合作提出了宝贵意见和建议。

通讯员 李杰

郓城联社:

创新信贷投放新模式 找准支农富民好路子

山东省农村信用社 RURAL CREDIT COOPERATIVE OF SHANDONG 联合社菏泽办事处

今年以来,郓城联社立足自身业务发展现状,找准信贷投放的切入点,对原有信贷投放模式进行大胆创新,各项业务发展迅速,经营效益大幅提升。至7月末,全县信用社各项贷款67.14亿元,较年初增加5.67亿元,存量、新增市场份额分别为48.27%和108.78%,逐步走上了一条规模、质量、效益同步增长,改革、发展、支农相得益彰的新路。

确立市场营销新理念。将客户市场作为贷款投放的“风向标”,在全辖开展“贷款放给谁、贷款干什么、靠什么偿还利息”的思想大讨论,明确谁是贷款客户、谁是营销伙伴,确立业务发展主攻方向,客户经理对包片村户全面梳理、深入了解走访对象,根据家庭资产、个人资信及村委会评价等,将客户细分为富裕户、自给自足户、困难户。将富裕户作为存贷款黄金客户,将自给自足户作为潜力客户,将困难户作为培育客户增长点,有差别地进行信贷产品推介,做好客户储备和“预授信”工作。

推行全员营销新模式。打破联社班子成员传统分工,重新梳理、调整非信贷部门职能,所有高管都介入信贷,所有非信贷部门都涉足信贷,实现全员放贷、收贷,打造“人人懂信贷、人人能放贷、人人能管贷”的业务发展格局。联社高管、信用社主任、信贷主管,利用客户资源丰富优势,以身作则,身先士卒,率先领取任务,做好信贷投放。至6月末,联社班子成员带头营销贷款3.11亿元,全员从他行引来优质客户发放抵押贷款2.3亿元。

实行考核营销新机制。以往贷款考核“只对单位不对人”,客户经理任务不清、压力不大、动力不足,积极性缺乏,甚至存在惧贷、惜贷心理。对此,实行“一竿子插到底”的信贷考核模式,即对全县所有客户经理实行业务量考核。客户经理每人每月从绩效工资中拿出1500元,加上对等金额的联社考核基金,重点考核贷款余额、揽存余额、到期收回率、新增不良、正常关注类贷款欠息率、利息扣划率等指标,实行能者多劳、多劳多得的机制。有的客户经理每月业务量考核工资能够拿到13000元,而有的客户经理不仅拿不到联社计发的考核基金,甚至连自身绩效工资中的1500元也拿不到,形成了“按劳分配、干多干少不一样”的绩效分配格局,调动了客户经理工作积极性,增强了动力,激发了活力,挖掘了潜力,助推了全县信贷业务的发展。

健全服务营销新举措。对优质客户开辟贷款“绿色通道”,提高办贷效率,向社会公开承诺办结时限,对客户申请三日内答复;符合条件的,七日内办结;统一印制信贷服务监督卡,公布客户经理联系方式和联社服务监督电话,每营销一个客户必须发放一张监督卡,使客户能随时随地对信贷方面的问题进行咨询,畅通联络渠道;本着“诚实守信、互惠共赢”的原则,对还后再贷的,及时发放,确保次日资金到位,在不失信于客户的同时,缓解客户资金压力,杜绝农民资金互助社、小额贷款公司等趁虚而入、高利转贷,稳定金融秩序,营造和谐稳定的发展氛围。

(吕善仓)