

蓄势扬帆踏浪行 勇立潮头好放歌

探寻日照银行济南分行五周年特色发展路

今年4月1日,济南市银企合作推进会在龙奥大厦召开。一边是12家实力雄厚的银行机构,一边是12家各种类型的企业,在济南市委、市政府的牵头下,银企双方在现场共对接企业项目15个,达成综合授信意向17.55亿元。这12家银行机构里面,日照银行济南分行牵手济南高新控股集团有限公司,在现场签订了2.5亿元的综合授信协议。小小的城商行跨入了主流金融圈!那么,是什么让日照银行济南分行发展得如此迅速,有什么秘诀让政府、同业和百姓认可一家外地来的城商行?记者带着疑问,在日照银行济南分行成立5周年之际,走进了位于大纬二路和经八路交叉路口的这家银行,来探一探究竟。

本报记者 周爱宝 程立龙

定位中小银行 服务区域合作

接待记者的是日照银行副行长兼济南分行行长焦自竺,他介绍,日照银行本身是一家“小银行”,银行出生和发展在日照。随着自身的发展和进步,日照银行在做好本土业务的同时,为了适应市场的变化,内联外合,逐步尝试跨区域经营。一方面与南京银行展开战略合作,一方面银行在2009年完成更名,把日照市商业银行更名为日照银行,彰显了银行立足日照全面发展的决心,随即从开设青岛分行和济南分行开始,迈出跨区域经营步伐。其中2010年

4月29日,济南分行正式开门营业。成立5年来,济南分行一直把“立足济南、服务济南、建设济南”作为最根本的经营宗旨,坚持“质量、规模、效益协调发展”的经营思路,恪守“立足济南经济、支持中小企业、服务广大市民”的市场定位,截至2015年3月31日,各项存款余额34.12亿元,储蓄存款余额5.15亿元;累计发放贷款199亿元;累计实现各项收入9.3亿元,累计实现利润2.67亿元,累计纳税0.9亿元。

聚焦小微企业 创新战略产品

焦自竺行长表示,小银行应该多干适合自己发展的事情,本着“立足地方经济、支持中小企业、服务广大市民”的市场定位,近年来,在学习借鉴同业小微业务基础上,日照银行引进先进小微贷技术,组建小微信贷业务团队,按照“标准化、流程化、时效化”的要求,满足小微企业“短、频、急”的贷款需求,为小微企业和个体工商户量身定做信贷产品,破解小微企业的融资难题。

“3天贷”是日照银行引进国际先进个贷技术开发,为小微企业主和个体工商户提供5000元至100万元的经营性贷款,担保方式多样,还款方式灵活,利率定价低,行业支持范围广,深受市场欢迎,帮助不少小微企业解决了融资难题。

为了将小额贷款“3天贷”打造成精品业务,支柱业务,日照银行济南分行在培养专业员工队伍、制定标准流程,强化业务管理等方面加大力度,使得小微信贷业务走在同行业发展的前列。截至2015年3月底,日照银行济南分行“3天贷”业务累计放款782笔,金额20827万元。

为了更多的小企业和小商户得到创业资金支持,日照银行济南分行还将“3天贷”进行了创新,批量营销,“商圈贷”业务就是他们创新的深受客户欢迎的产品。“商圈贷”是指在食品、服装、百货、进出口等专业的商圈内,日照银行与对应的行业协会或市场管理方,签订批量业务合作协议,约定保证金比例、利率、担保方式等责任和义务,银行对批量申请客户逐个贷前

发展个金业务 方便百姓生活

就在采访的时候,记者遇到了在日照银行济南分行办理贷款业务的王先生。王先生打算买一辆心仪已久的汽车,可是一时资金不凑手,虽然一度有向亲戚朋友借钱的想法,但是又担心欠下还不完的人情债,听朋友介绍,日照银行“阳光贷”个人信用消费贷款能充分满足不同人群的消费需求,而且无抵押、无担保、易申请、审批快,是个不错的选择,便立即打消了向亲戚朋友借钱的念头,现在贷款已审批下来,他明天就可以提车了,每月只需按时归还日照银行本息就可以了。

“阳光贷”是日照银行引进国际先进个贷技术开发的一种个人消费贷款,主要针

对有稳定职业和收入且信用良好的客户。焦自竺行长介绍,“阳光贷”作为消费贷款,可以用在买车、家庭装修、旅游、出国留学等急用钱的地方,除了无抵押、无担保以外,审批快,利率也合适,只要信用良好,有稳定的工作都可以申请。目前该项业务推出以后,已经吸引了大量客户“点赞”。

据了解,“阳光贷”最高贷款额度50万元,贷款期限最长可达5年。目前提供等额本息、等额本金、按月付息一次还本等多种还款方式。2014年,济南分行“阳光贷”先后推出了“阳光贷·园丁赞歌”、“阳光贷·幸福圆梦”、“阳光贷·杏林赞歌”等活动,客户遍布教育、卫生、新



特色服务进社区

品牌深入居民心

在日照银行的市场定位里面,“服务广大市民”是重要内容。社区金融服务是一片新蓝海,是一座待开发的金矿,作为“市民自己的银行”,日照银行济南分行高度重视社区金融服务,打出“亲民牌”、“服务牌”,让日照银行的品牌深入百姓心里。

焦行长对记者说,多种长期的便民增值服务,让社区银行的员工成为社区居民的朋友,以及丰富多彩的社区活动,是银行与社区居民形成良性互动的关键。

“小银行”,其实有大格局、大梦想。焦行长介绍,济南分行是日照银行“立足日照、面向山东、走向全国”跨区域战略的重要一步,成立5年来,开辟了济南市和日照市之间经济社会交流的新途径,使日照银行在省内外搭建起横跨青鲁日三地的跨区域金融服务架构,契合了区域经济发展的需要。日照银行济南分行充当了日照参与区域合作的金融使者,也为山东半岛城市群、半岛蓝色经济区、省会建设等区域经济发展提供优质的金融支持。

以大纬二路与经八路路口的分行营业部为例,营业部附近的乐山小区、岔路街小区都是老小区,老年人居多。针对这种情况,营业部从方便老年人角度出发,做出了多种改进,打造特色“敬老支行”。和周围的其他银行扎堆盲目抢客户相比,济南分行走出了一条独辟蹊径的“蓝海”发展之路。首先,大厅有一台设置为老年优先的排队叫号机,老年人按下叫号机后,就可到老年专用窗口办理柜台业务。大厅中还有一些便利老年人使用的工具,例如老花镜、血压计等。其次,在营业部的二楼,有一个免费开放的书画院,周围社区的不少老人定期来写写画画,参加公益讲座,健康沙龙等。这些措施都得到了周围老年人的欢迎,不少人口口相传,不仅老人自己过来了,也把存款、理财产品都一起转到了日照银行来。

此外,日照银行济南分行还推出了系列“社区文化节”,开展春节送福、古筝品鉴、粽叶飘香、爱心助考、校园行、“明湖秋韵”仲秋赏月赏月等活动,拉近银行与社区居民的距离,增强客户对银行的认同感和归属感,有效提高了客户满意度,建立了日照银行良好口碑。

调查,贷中审查,对符合银行贷款条件的客户发放贷款,定期贷后检查。

在推出“商圈贷”业务之后,日照银行率先同济南市纺织服装行业协会针织品服装市场专业委员会建立了战略合作关系。山东圣地龙帛服饰有限公司是一家专业设计、制造、销售工作服和T恤衫的自主品牌企业,也是济南纺织服装市场专业委员会理事长单位。去年3月,日照银行济南分行为山东圣地龙帛服饰有限公司提供了300万元“商圈贷”业务融资服务。据公司介绍,经过公司的有效运营,该项融资为圣地龙帛当年上半年贡献了1000万元的营业额增幅,企业取得上半年营业额比去年同期翻一番的骄人业绩。公司发展这么快,日照银行的“商圈贷”功不可没!



银企对接,城商行的特色服务受到企业的广泛赞誉。

“家人文化”凝聚人

打造正能量团队

在采访中,不少日照银行济南分行的员工都不自觉地以“我们家”怎样怎样,来代指济南分行,而且言语中充满了亲情和自豪之情。

焦行长告诉记者,从总行到分行,“家人文化”一直是全行发展的文化定位。“家人文化”不仅落在墙上的宣传画上,也不仅体现在银行员工话语中,更是深深的被全行员工所理解、所奉行。一家人,一条心,一股劲,一个目标,济南分行的每位员工在家人文化的影响下,已经形成了一股力量,形成了一个团结向上的良好氛围,大大提升了全体干部职工的斗志。

一位中层干部对记者表示,在济南分行,“家人文化”不是和稀泥,而是人人负责,一级抓一级,形成你追我赶、积极向上的工作气氛。更重要的是,前有制度激励,后有制度约束,形成的济南分行满满的正气和正能量。

5年来,日照银行济南分行坚持“公平、公正、抓实”的核心价值观,积极引导每一名员工严格要求自己,真正融入到日照银行的企业文化,传承日照银行多年来积淀的“家人文化”,保持全员思想的高度统一,统一到日照银行的企业文化上来,统一到的积极氛围中,要全员的行动保持一致,步调一致,行动一致,目标方向一致,打造出沟通、信任、严谨、换位、快乐的团队。

“回首来路花似锦,瞻看前程更辉煌”。回首来路,5年日照银行济南分行干部员工一起走过,成绩斐然;如今,日照银行济南分行已站在了发展的新起点,开始了新航程。展望未来,新征程,再出发!

找准定位 寻找自己的“利基市场”



在采访的过程中,焦行长一再提及日照银行济南分行正在寻找开拓自己的利基市场,并已逐步尝到了由此带来的甜头。

说实话,利基市场这个词儿记者已有耳闻,但是在采访日照银行的过程中,记者才更加明白了它的深意。

利基市场,英文是niche market,是指由已有市场绝对优势的企业所忽略的某些细分市场并且在此市场尚未有完善的供应服务。营销大师菲利普·科特勒从市场营销角度界定的利基战略是通过市场细分,再细分,选择一个未被服务好的利基市场进行营销。

银行开拓利基市场,多么好的发展战略!

日照银行是家城商行,虽然近年来发展迅速,可是无论从资金规模还是专业能力,离传统的几大国有银行和几家股份制银行还有不少的差距,如果非要在同一个市场上“硬碰硬”,受伤的只能是自己。这几年,如果定位不准,摆不正自己的位置,为了规模或者利润,城商行非要硬干蛮干“傍大款”,已经有城商行吃了这方面的亏。不如退而结网,寻找利基市场,服务中小微企业和社区居民。

有了想法还要有动作。为小微企业量身定做的小额贷款“3天贷”、“商圈贷”,包括针对个人消费贷款的“阳光贷”,各有侧重,像“商圈贷”针对的纺织品专业市场,“阳光贷”针对的优质行业客户,以前不少银行都曾经评估过,考

察过,但是最终却因为这样或者那样的原因,未能成行,而日照银行却凭着市场的敏感和大胆的创新精神,挖掘发现了“利基市场”,也走出了一条和别人不一样的发展道路。

新常态,新思路。当所有人都在抱怨市场竞争激烈的时候,不如像日照银行这样,发掘特定目标,创造产品和服务优势,找准定位,选好自己的“利基市场”,脚踏实地地走好路,吸引客户群,打出属于自己的品牌影响力。

