

平原农商银行

“葡”惠金融出实效，“葡”出致富幸福路

日前,走进平原烟七三酿酒葡萄合作社葡萄大棚,眼前已没有了果实累累、绿色满园的景象。合作社理事长吕宝洪对我们说:“前些日子采摘葡萄忙得不可开交,今年的80000多斤葡萄已经销售一空,你们想吃新品种葡萄也没有了。这些年来,靠农商银行对我们倾力的支持,给我们铺好了路,才使葡萄种植越来越好,销路不愁。”

据了解,1996年吕宝洪通过到外地考察,发现酿酒葡萄市场需求量大,就建起大棚繁育葡萄苗,并种植酿酒葡萄,

从种5000株葡萄苗开始,种植规模不断扩大,先后与张裕、奥德曼等知名葡萄酒企业合作,每年8月下旬之前就已销售一空,葡萄销售红红火火,每年收入近10万元。2002年葡萄收获还有20多天时间,一场突如其来的冰雹将1000亩葡萄砸得几乎绝产。吕宝洪说:“葡萄树皮都被冰雹砸烂,看到葡萄砸得象流淌的鲜血一样,叫谁能不心疼?随之而来的是天气阴雨连绵,白腐病、炭疽病相继发生,这对葡萄来说更是雪上加霜。在我最困难

的时候,是农商银行伸出了援手,及时为我办理了20万元的贷款,帮助我度过了难关。”

为支持吕宝洪葡萄生产,农商银行为其发放贷款100多万元。在农商银行的资金支持下,2011年2月,吕宝洪注册129万元,倡导建立了烟七三葡萄种植专业合作社,社员分布在全县5个乡镇、街道办事处20多个村庄,葡萄种植面积也从2000亩扩展至最高时达3000亩,带动了周边村庄的200多户农民脱贫致富。2015年,吕宝洪大胆引进欧美杂交的果粒大、含糖量

高、风味佳、肉硬皮薄的阳光玫瑰、金手指、夏黑、克瑞森等易储存、耐运输的大棚鲜食葡萄新品种。当了解到吕宝洪购苗资金困难时,农商银行及时为其办理贷款50万元,帮他实现了从露地酿酒葡萄到大棚鲜食葡萄的成功转型,葡萄新品种一上市就受到广大消费者的青睐。

为提高产品的对外形象,吕宝洪狠抓质量管理,在施肥上使用菌肥、鸡粪、豆饼等有机肥;产品包装上按礼品盒要求放置湿巾、小盒(盛食用葡萄后垃圾用)、有机认证证书。

只要扫一扫二维码,消费者就能查出从生产管理到销售环节的源头。去年9月,在国家工商局注册的“铭诺骄”商标获得批准,同年11月获得产品及生产过程有机产品的认证。谈到今后的葡萄种植,吕宝洪计划明年再扩种300亩。他信心满满地说:“近期我们将与济南联普爱购国际商城签订协议,明年的葡萄订单已经签完。我们有农商银行的资金支持,有广阔的销路作保障,只需要开足马力,生产高质量的葡萄,确保满足客户需求。”

(张国水 王志 杜俊杰)

恒丰银行德州分行

开展“一件外套的温度”爱心捐赠活动

爱心在传递,温情暖人间,一件棉衣温暖一个冬季。近日,恒丰银行德州分行与上海仁德基金会共同携手开展了“一件外套的温度”爱心捐赠活动,捐赠衣物千余件。

9月5日,恒丰银行德州分行团支部与腾讯公益和仁德基金会取得联系,以救助四川凉山彝孤开展爱心捐助活动为主旨,开展“一件外套的温度”爱心捐赠活动。员工们积极行动,纷纷将家中新衣物打包清点,仅用一周时间就收集了50余包衣物。同时,员工们拿出自己的工资,共同捐助了5名孤儿,解决了他们一年的学费及生活费用。活动当天分行将衣物一起打包寄给了仁德基金会消毒中心“爱心衣屋”志愿基地,委托该基金会将衣物转交给凉山彝孤;捐助的教育资金也已转至仁德基金专用账户。

这是近年来恒丰银行德州分行积极开展社会公益活动的一个缩影。长期以来,德州分行在充分发挥金融融资



功能、助力地方经济社会发展的同时,时刻谨记履行社会责任,将扶贫助弱作为全行的重要工作之一。仅今年以来,分行就相继举办了“大手拉小手”志愿者进福利院、扶贫捐赠贫困家庭、爱心献血、捐助尿毒症儿童和金融知识进社区、进校园等一系列社会公益活动,向社会传递了“感恩客

户,回馈社会”,积极植根地方的信心和决心。

授人玫瑰,手留余香,爱心奉献,收获希望。下一步,恒丰银行德州分行将继续积极履行社会责任,组织开展系列爱心公益活动,用实际行动为凉山彝孤送去爱心和温暖,帮助他们抵御严寒、共同度过“温暖的”冬季。(田鲁超)

德州农商银行

推行“幸福家”增值服务

面对“互联网+”金融新常态,德州农商银行积极推广“家庭银行”商业模式,创新“幸福家”商业模式品牌,不断完善产品体系,推行增值服务,加快“家庭银行”商业模式推进,为客户提供个性化综合服务。

定制“家庭贷”打造现代农业新样本

该行研发推出了“农户家庭贷”、“农户养殖贷”、“白领家庭贷”、“商户家庭贷”等多种产品,并召开了“家庭银行”及产业结构升级推介会议,邀请畜牧局养殖专家为优质客户开展知识讲座,实现现场营销36户,初步贷款意向780万元,助推农村产业结构升级;同时组织客户经理到黄河涯镇万亩桃园、德州市鑫农禽畜农民合作社养鸡场等特色种养业走村串户,实地了解贷款需求情况,制定家庭客户信息采集表,积极宣传适合其需求的“家庭贷”产品,带动农民致

富。截至8月末,该行涉农贷款余额达52.61亿元,较年初增长1.58亿元。

推行“惠家服务”为客户提供增值服务

推行“惠家”服务。9月4日,与德州万达广场投资有限公司达成战略合作,致力打造覆盖范围广、服务质量优、优惠力度大的商圈联盟,为其提供各类金融服务,并为“万商联盟”客户提供存款、贷款、支付结算、代收代付等服务。同时,推行“乐家”服务。组织高端客户相继举办“‘羽’您相约,快乐时光”羽毛球比赛、“亲子观影”等一系列增值服务活动,在高铁站建设农商银行贵宾室,并与德州学院、职业技术学院签订合作协议,成为其业务主办行,在存款、电子机具布设、开卡、代收付等多项业务上建立长期战略合作关系,8月份为两院新生共开立锦绣前程校园卡1.1万余张。(孙海敏)

齐河农商银行

“精益求精”推出“家庭银行”新模式

为进一步适应当前经济和市场形势变化,拓展和巩固市场,找准新的业务和利润增长点,齐河农商银行秉承“普惠金融、便捷民生”的服务宗旨,全面转变营销理念、创新金融产品、优化信贷流程,提升服务水平,推出“家庭银行”新型的服务和管理模式,充分满足以“家庭”为单位的新型客户群体融资、理财、支付结算、网上购物等生产和生活需求,为其量身提供便捷、优质、优惠的“专属”金融服务。

一、精分市场+精准营销,满足富“家”需求

一是明确客户类群,精分市场。根据当地经济特征、客户家庭收入水平、资产规模、家庭成员年龄及文化结构等

情况,灵活确定家庭客户分类及标准,对客户进行多维度分析,摸清客户的资产状况、经营状况、金融需求状况,全面、精准的识别本行的各类客户,制定差异化的营销方案,最大限度满足不同类型家庭的金融服务需求,实现“巩固基础客户,培育核心客户,锻造高端客户”的服务目标。

二是转变营销理念,精准营销。通过大堂经理、小微贷技术动员等专题培训和“家庭贷”产品的试点推行,实现全员营销理念从“经营业务”向“经营客户”的转变,尤其是向“经营重要客户”的转变,在此基础上明确营销职责,丰富营销策略、创新营销方式,根据客户分层情况由不同岗位的人员采用不

同的营销策略、营销方式进行营销和维护,达到精准、高效的营销结果,进一步提高“家庭银行”模式的推广实效。

二、精炼团队+精细管理,提升惠“家”能力

一是甄选优秀人才,精炼团队。结合正在开展的网点转型暨大堂经理服务营销能力提升、小微贷技术推广选拔等工作,选拔出一批学习接受能力较强,具有挑战意识的大堂经理和客户经理,聘请专业讲师进行“孵化式”培训,全面提升营销人员素质,打造一支专业、敬业、营销团队,投入到家庭银行模式的推广工作中来。

二是优化信贷流程,精细管理。做好制定推广方案、出台考核办法、健全激励机制等

基础工作,建立“家庭银行”专属信贷模式,对办贷条件、办贷流程及投诉渠道等公开公布,实行公开承诺和限时办结,引导客户经理合规办贷、阳光办贷、廉洁办贷,同时加大此类贷款优惠力度,让客户切身感受到便利的同时,享受到实实在在的优惠。

三、精创产品+精致服务,优化乐“家”体验

一是精创产品,打造“专属”银行。根据“以客户为中心,以服务为核心,以产品为重心”的服务理念,在深入分析客户的基础上,为各类家庭“量体裁衣”,推出“福农卡”、“家庭贷”、“齐享”、“齐发”系列理财、网上银行、手机银行等信贷、理财、电子产品,积极

推介即将上线的“智E购”电商平台,不断强化科技支撑,丰富产品体系,为各类客户打造“专属”家庭银行,充分满足其生产和生活需要。

二是精致服务,升华“私家”体验。按照“为基础客户提供基础服务,为核心客户提供个性化服务,为高端客户提供增值服务”的原则,提高柜台、厅堂和售后人员的服务水平,围绕客户家庭“衣食住行用”各方面需求,为其提供存款、贷款、支付结算、理财投资、电子银行、代收代付、信息咨询等全方位、流程化、多元化的一揽子服务,全面升华客户的“私家”体验,提高客户满意度和忠诚度,实现银行和客户合作共赢。(李卫 徐敏)