

“改革开放看工行”系列专题报道之五>>

工行德州分行

金融知识普及宣传重长效 求实效

日前,工行德州分行组织金融知识宣传小分队走进德州职业技术学院,在操场、食堂、图书馆等处开展专题宣传活动,为新入学大学生们上了一堂“金融知识普及课”。

期间,该行将手机答题、小游戏、视频动画、微信、H5等年轻人喜闻乐见的宣传形式与传统的设置咨询台、悬挂宣传标语、分发宣传折页相结合,紧紧围绕同校园生活息息相关的“校园贷”及电信网络诈骗案件高发频发等现象,面向新生进行金融知识宣传介绍,帮助同学们树立正确消费观,远离金融风险。宣传内容全面涵盖了防范电信诈骗、高利贷、校园贷和非法集资、反假货币、珍惜信用记录、理性投资消费以及银行常见业务等内容,活动形式丰富,互动

频繁,吸引了大批师生关注与咨询。

近年来,工行德州分行秉承“以客户为中心”的服务理念,积极面向公众开展金融知识宣传,践行社会责任。重点针对农民、务工人员、青少年、老年人和残疾人等群体的金融需求,以帮助金融消费者运用正当途径为目的开展“守住钱袋子”活动,帮助客户合理选择与其自身特点相适应的金融产品和服务,抑制盲目投资冲动,远离非法金融活动。每年“3·15”消费者权益保护日在市区繁华地段或网点门前搭建流动柜台,进社区、单位、学校开展宣传,通过典型案例分析、正面宣传引导、解答客户疑问与诉求等方式引导消费者掌握相关知识,提升客户识别非法金融广告的能力,增

强风险意识。积极配合“国家网络安全宣传周”有关工作,精心组织做好公益短片在各网点内电视媒体的播放工作,将网络安全宣传融入“金融安全知识万里行”和“工银e支付”“融e购”营销宣传活动中,促进“共建网络安全,共享网络文明”的观念深入人心。进一步加大反假货币宣传工作力度,营造良好的现金流通环境和爱护人民币的浓厚氛围,集中开展以“反假货币在路上”为内容的百日主题宣传活动……

在宣传途径上,该行与时俱进,在加强流动展台宣传、网点LED、宣传屏、智能化服务设施及柜面宣传的同时,注重进社区、进单位、进商场、进学校等点对点宣传;在宣传方式上,该行在传统网点和电视

台、电台、齐鲁晚报、德州日报、德州晚报等主流媒体宣传的同时,不断创新宣传途径载体,充分运用公众号、微信圈、视频动画、H5等市民尤其是年轻人喜闻乐见的新媒体、新途径,不断提升宣传的实效。在宣传工作的推动上,该行将宣传融入网点日常服务中,通过扎实开展微课堂、微沙龙,常态化开展志愿宣传服务活动等,实现了金融知识宣传的

长效化、常态化。加之以“2010服务价值年”“2011改革流程、改进服务年”“2012满意在工行”“2013服务品质提升年”、“2014人民满意银行建设年”、“2015年优质服务体系年”的主题活动的持续开展,使“您身边的银行、可信赖的银行”品牌形象真正深入人心,截至6月末,该行网点客户满意度达99.63%。

(宋开峰 谢佳禄)



快乐工作,幸福生活,让员工心有所“属”

——德州中行举办员工情绪管理培训



“我开始是不愿意参加,但现场听了,还真的挺好,心里的疙瘩也不那么紧了!”“参加完第一期,我又参加了第二期,寓教于乐,和同事们在一起有说有笑,真的挺开心!”德州中行员工在参加该行举办的员工身心健康调适类辅导培训班后讲到。

近日,德州中行举行员工情绪管理培训,邀请国内知名心理咨询辅导师授课,从员工关心的细微处入手,缓解员工日常工作压力,

引导员工增强自我心理调适能力,在全辖着力营造快乐工作、快乐生活的氛围,增强员工的归属感和幸福感。

“本次培训班共有216名员工报名参加,覆盖分行近半数员工,从培训后评价看,参训员工对培训内容及形式的满意率达到97.8%。”德州中行人力资源部主任王向休介绍本次培训时讲到。德州中行员工情绪管理培训班授课式的心理辅导模式,以寓言故事、案例分析等情景式训练,以催眠冥想、呼吸吐纳、颈部拉伸操等实操式训练,增强员工体验性和对员工启发性;以小组游戏、团队PK等方式,增强员工的团队意识和参与热情,活跃培训氛围;以人际风格测试、情商测试分析等方式,引导员工从心理学角度认识自己,了解情绪管理对日常工作、生活的重要影响以及正确应对方式。通过培训模式的创新,使员工学会理性调节心情、掌控情绪,学会

用阳光的心态和状态,积极应对工作、生活、家庭、婚恋、健康、育儿等中的困难与问题,引导员工学会生活、学会快乐,也得到了该行员工的积极参与和广泛好评。

面对着日益加快的工作节奏,德州中行认真落实上级行员工工作会议精神,坚持以人为本,积极打造“家园文化”,积极转变员工工作思路,围绕员工所思所想推动相关工作,不断开创该行员工工作新局面。据悉,今年以来,该行围绕“家园文化”建设,相继开展员工综合能力提升培训活动、员工集体春游等文体活动、职工餐厅改造和厅堂环境治理等一系列工作安排,打造全方位员工关怀体系,让员工真正心有所属,不断激发员工干事创业的激情与活力,以奋发有为的精神状态投入到金融支持实体经济发展的浪潮中去,持续展现中国银行员工的担当、作为与新风貌。

(杨国颂)

德州农商银行

开展“金融知识普及月
金融知识进万家”活动

9月10日,德州农商银行开展“送金融知识进集市”活动。活动期间,通过设立咨询台,发放宣传材料,组织工作人员到乡村集镇开展金融知识宣教,宣传扶贫小额信贷等普惠金融政策,涉农金融产品以及农村居民常遇到的贷款、担保业务相关的风险防范知识,此次活动共发放宣传折页650

余份,现场解答农户疑问117次;除此以外,还与该行特色业务相结合,向农户宣传了“惠农”消费贷、农民住房贷款、乡村旅游贷等特色产品,进一步提高了产品和服务的透明度,提升农户对该行产品和服务的认识和理解,为营造和谐、诚信的金融环境贡献力量。

(孙海敏)

农行德州开发区支行惠农e通专业市场版交易突破3000万元

自今年6月份惠农e通专业市场版业务推广以来,农行德州开发区支行将其列为重点工作,围绕做大做强开展了大量卓有成效的工作,营销氛围浓厚,营销成果显著。截至9月11日,该行专业市场版上线商户达655户,累计交易笔数23983笔,累计交易金额3059.57万元,交易笔数与金额均居德州分行首位,也是首家交易额突破3000万元的支行。

据了解,“惠农e通”是农行“农银e管家”平台的农户版,主要以农业产业化龙头企业、县域批发商、惠农通服务点、农户为服务对象,可以帮助客户完成在线商品展示、销

售、支付、融资、经营管理、财务管理等工作,可以有效解决中小企业无网站、无订单系统,技术开发能力弱等问题,解决客户收款难、付款难、对账难等问题。而“惠农e通”专业市场版则可“一站式”管理经销商、商品、订单、库存及货款等环节,集二维码收款、管理方物业收费、经营分析、流水对账供应链管理等电商金融服务于一体,有效解决了专业市场痛点问题,为市场管理方和商户带来了极大便利。

领导干部切实发挥表率作用,做营销生力军。伴随业务推广模式的成熟,德州开发区支行营销力量逐步下沉,以基层员工为主体的营销队伍开始释放巨大潜能。员工充分发挥零

售条线优势,结合专业市场版产品特性,在利用好窗口这一主阵地的同时,不断创建新的营销场景:批发市场、餐馆、超市、书店、理发店、照相馆……凡有资金交易的地方,就有可能出现农行员工的身影。晨钟暮鼓,春去秋来,使用专业市场版的商户越来越多,客户结构也日趋合理,其中既有日交易额上万元的高端商户,也有交易额成百上千的小商户,共同构成和谐的支付环境。

增强岗位联动性,提高协同服务能力。专业市场版在推广中涉及前端营销、网点办卡以及后台审批三个环节,对岗位的联动性提出要求。为提高客户服务体验,德州开发区支

行提出“一个工作日”口号,即在商户证照齐全的情况下,从营销成功到商户扫码收款最长不得超过一天时间。为此各网点均开辟绿色通道,保证商户第一时间能够办卡,同时安排专人进行后台审批,极大提高了工作效率。

制定专项考核方案,调动全员营销积极性。德州开发区支行充分认识到专业市场版对于开拓零售市场、增强客户粘性意义重大,为了激发员工活力,抢占市场先机,德州开发区支行在贯彻落实上级行奖励政策的同时,加大奖励力度,匹配专项资金用于员工激励,员工营销热情高涨。

(颜世敏 苏厚华 宫玉河)