

2013聊城明星支行、明星理财师展示报道(上)

候选明星支行形象展示



“客户至上,始终如一”



农业银行在平支行

中国农业银行股份有限公司在平县支行是一家资金实力雄厚,服务功能齐全,员工队伍整齐,企业信誉卓著,经营效益良好的现代化国有股份制商业银行,总行确定“121”工程重点县域推进,辖属五个基层网点,现有员工151人。

自2009年6月以来,在平农行新一届班子成员在县委、县政府和上级行的正确领导下,坚持以科学发展观统领全局,深入实施经营战略转型,强化全面风险管理,扎实做好基础工作,加强党建和企业文化建设,各项业务实现了快速健康发展。四年来,在平农行存款总计增加16.12亿元,余额达到26.49亿元。贷款总计增加21.39亿元,余额达到35.34亿元,市场份额分别占四大行四年增长总量的53.41%、69.67%,同比增长份额双双遥遥第一。累计销售个人理财产品306亿元。累计完成中间业务收入1.16亿元,实现利润4.06亿元,均居系统第一。先后获得省分行第二届、第三届“文明单位”、省级“三化三无一退出”支行创建单位、省级“会计三铁”达标单位、省级创建“四好”领导班子先进集体、聊城市级文明单位、聊城市公安处集体三等功,在平县项目突破年先进单位,在平县人大评议先进单位,在平县尊师重教先进单位等荣誉称号。

以客户为中心,贴心服务,促进理财业务的健康快速发展。在平支行始终坚持以

“客户至上,始终如一”服务理念,及客户之所及,向客户之所想。随着经济的发展,人们的理财观念也发生了质的变化,理财渠道多样化是大势所趋。针对这种现状在平支行员工详细计算理财产品从5万元起,从1天期限起,与一般活期存款的收益差别,制作成详细的表格,从表格中把这些差别物化成了生活中的衣食住行。每个柜员都把表格中的数据变成了通俗易懂的语言,以家常话的方式,算小账,让客户从节省每一笔居家生活开支开始,接受理财的观念。例如:有客户预约大额现金,引导做天天利滚利,10万元收益6.2元,够全家买馒头的了,客户有了小小的收益,再往后一旦有了资金就想问问柜台上做什么样的理财,逐渐地接受我们的产品。正因为这种贴心的服务,客户理财群体不断扩大,该行的理财产品销售额2009年仅为30亿元,今年前6个月增加至85亿元。

大堂柜面相结合,拓宽销售渠道,促进理财业务的长足发展。在营销时充分发挥大堂的主阵地作用,大堂经理、柜员在维护识别客户时做到及时了解客户的资金流动情况,发现客户转推荐给理财经理,理财经理及时把合适的理财产品介绍给适合的客户,同时为节省客户的购买成本,为客户推荐使用我行的网上银行,客户在网银上购买我行的理财产品,既减轻柜面业务压力,又节省人力、物力,目前该行的网银销售率达到92%。

高端低端客户并重,多措并举,理财规模不断攀升。该行在销售理财产品时既注重对高端客户的营销,同时也注重对普通客户的维护,并及时和客户沟通,抓大不放小,截止7月末该行购买理财产品的客户284户,理财销售额85亿元,理财产品余额20700万元。不断邀约贵宾客户参加“做客农行 共享财富”客户联谊活动,通过和客户面对面的沟通、交流,提高我行的客户维护和营销的能力。

“贴心服务,合作共赢”



农业银行东昌府支行

近年来,在如火如荼的市场竞争环境中,中国农业银行聊城东昌府支行坚持以客户价值为中心,以主动营销和差异化服务为手段,在全行大力倡导“贴心服务,突出特色,用足资源,合作共赢”的营销理念,以深入到位的专业化服务及高效的执行力,紧密地契合了客户的需求,客户基础不断壮大,理财规模不断扩大,各项存款持续增长。截止2012年7月末,理财产品累计销售达到34亿元,较去年同期增加6亿元,理财产品存量余额达到28630万元,较年初增加14509万元,理财客户数达到1816户,较年初增加370户。

抓大不放小,不断挖掘客户需求,做大做强理财品牌,努力提升理财市场业务份额。从理财业务兴起之初,东昌府支行秉承扎实推进、诚实守信的准则,首先把理财业务做成了惠及千家万户的普及型业务,让广大客户认识理财,由不买到主动买,经常买,主动经常了解理财产品,由金额小到金额大,从一般活期存款与理财产品一斤蔬菜、一顿早餐、一斤猪肉、一箱牛奶、一件衣服的细微差别算起,赢得了大量的中端客户,吸引了一大批高端客户,理财营销风生水起,蒸蒸日上,贵宾客户连续两年实现了千位数的递增,贵宾客户总量稳居全市农行系统第一位,理财产品累计销售额和存量余额也始终名列全市农行系统前茅。

深入客户内心,于细节中彰显差异化

服务。理财业务细在高端客户,妙在中端客户,力在低端客户。拓展维护客户的过程就是服务的过程,拓展维护客户的效果取决于服务的能力。首先东昌府支行在维护高端客户的工作中,抓住了该类型客户重利而又管理粗放的特点,组织具有专业理财师资质的员工,逐户分析研究,从理财产品类别配置、期限控制、风险偏好、资金需求等几个方面充分考虑,详细制定了客户财富管理方案,让客户感知到专业化、精细化服务的魅力,感觉到实惠,用真心实意换取客户长期的理解和信任。其次在中端客户的维护提升上,东昌府支行不乏有从开始的几十万元提升到百万,从几百万业务提升到千万元的营销实例,其中的妙处就是通过跨越银行业务范畴的财务、税务、法律、风险管理以及父母养老、子女教育等等一丝一毫的客户关怀,而使客户感受到银行服务的贴心,让客户动心。第三就是整合低端客户的若干账户资源(包括其全部家庭成员的银行账户资源),变多个低端客户为一个中端客户,使其迈进理财业务的门槛。

为适应客户需求多元化,产品多样化的内外部环境,立足于竞争实战,将优秀理财师的观点及时传递给各个营销人员,使各岗位员工不断完善自身知识和业务技能,提高产品营销能力,东昌府支行开展了从产品知识到营销技巧,从专业知识到企业文化,以课堂培训、在职培训、网上学习、现场教练为渠道,通过服务方案模拟制定、个案研习、角色扮演、小组讨论、经验分享等方式在员工中进行了广泛有效的培训。迄今为止已有7名员工取得了CFP/AFP金融理财师资格证书,有30名员工通过了银行从业资格个人理财科目的考试,为人尽其才,使这些具有一定专业知识的员工发挥应有的作用,东昌府支行开展了每月一次的进社区、进企业、进机关、进市场理财宣讲活动,开展了每季一次的理财方案比赛、产品创新比赛活动。

“同业争排头,系统创一流”



农业银行临清支行

临清市支行位于临清市新华路中段,现辖综合营业机构7个。其中,城区5个,乡镇2个。现有在岗员工157人。其中,大专以上学历的106人,占比为67.5%,中高级以上职称人数42人,占比为26.75%。

在上级行及临清市委、市政府的正确领导下,该行以服务“三农”为己任,以“同业争排头,系统创一流”为目标,实施县域蓝海战略,积极推动网点建设。2013年上半年,升格烟店和站前分理处为二级支行,高标准建设了潘庄镇“三农服务站”和城区健康街自助服务区。实现了电子银行业务的快速发展。近几年来安装智付通(转账电话)5186部,网上银行客户达到47211户,电话银行客户达到65618户,手机银行客户达到43873户,在聊城市农行县域支行一路领跑。

完善服务设施,加快营销技能提升

近年来,为了更好的服务临清城乡经济发展,践行农行责任,该行不断加强网点软硬件建设,加快推进网点软转型,配备了大堂经理和理财经理,增强了大堂分流引导功能;实现了功能分区,高标准建设了自助服务区、贵宾理财区,服务客户的能力进一步增强。同时配备了排号机、多媒体电视机、LED显示屏、饮水机等设施,为客户订阅了报刊杂志,客户在该行办理业务均能享受到高品质的服务享受。通过视频检查,现场检查,服务周报评比等措施,全部网点均达到优秀网点,客户满意度显著提升。

开展客户联谊活动,提升客户回报能力
该行定期举办以“做客农行 共享财富”为主题的理财专题联谊会,交流理财信息和理念,增进与客户之间的感情。将该行各种理财产品印制刊登在《特别文摘》的封底封面上,每月向贵宾客户寄送。定期对贵宾客户进行分层维护走访,与客户面对面进行交流,宣传该行理财产品信息和电子银行产品信息。

7月末,该行服务客户数量高达20多万,贵宾客户达到5054户,较年初增加573户,其中金卡客户达到4920户,白金卡客户达到130户,钻石卡客户发展到4户,贵宾客户金融资产达到119779万元,较年初增长了12943万元。

加快理财产品营销,实现银客共赢

目前该行具备理财从业资格员工达到83人,占全行员工总数的55%。具备金融理财师资格(AFP)的6人。支行设立了理财中心,每个营业网点均设有贵宾理财室和理财专柜。利用先进的系统支持,为该行个人优质客户的交叉营销和专家理财的深度分析提供了专业的技术支持。依靠强大的科技支撑,为该行正确分析、识别、管理、营销客户提供了精准的营销平台。通过系统短信将最新的理财产品信息、贵金属优惠信息、外汇信息和经济动态传达到相关客户,使客户第一时间便能及时了解掌握理财信息,受到客户一致好评。

经过近3年的发展,该行建立健全了3大类共10款理财产品服务体系。包括固定收益类理财产品:本利丰、安心得利、安心快线;非固定收益类理财产品:汇利丰、权益类理财产品,实物另类理财产品;以及存款类理财产品:聪明账、智能转存、天天理财、双利丰等,实现了理财产品的快速增长。理财产品余额由2010年末的1296万元,达到2013年7月末的17168万元,2013年上半年理财产品销售额达到135430万元,带动个人存款3年增长52111万元,余额达到174779万元。

助力中小企业 开启财富之门

——农行聊城兴华支行阳光理财服务暖人心



农业银行兴华支行

兴华支行地处聊城市繁华地段,是聊城农行最早开办外汇业务、住房消费贷款、汽车消费贷款的支行,员工素质高,服务功能全,竞争实力强,是聊城市农行城区业务发展的桥头堡。多年来该行秉承“以客户为中心”的服务宗旨,倾力打造农行服务品牌,2012年被山东省银行业协会评为山东省银行业规范服务示范单位,同年被中国银行业协会评为中国银行业文明规范服务十佳示范单位。该行零售业务业绩突出,2011年、2012年在聊城市农行零售业务劳动竞赛中成绩优异,2013年以来更在理财产品的营销与服务上取得了骄人业绩,赢得了客户的广泛信任与丰厚回馈。

以人为本赢客户,阳光天使暖人心

该行面向以中小企业主为核心的中高端客户群体,以营销论英雄,不拘一格集中优势力量,建立起一支深受客户信任的团结、专业、高效的金融理财队伍——金钥匙阳光天使团队,并使之成为兴华支行在零售银行、电子产品,特别是理财市场竞争中的精锐部队。该团队共有成员14人,全部为本科以上学历,并通过了AFP认证考试,岗位覆盖网点主任、客户经理、柜员,组队的目的

是实现岗位协同,全员营销。

细分客户求差异,分层服务促发展

兴华支行以客户分析为基础,关注客户变动情况,整理客户信息,实行分层服务、差别服务。他们对高端客户定期进行一对一财富诊断,秉承“协助财富管理,发现投资机会,以多元化资产配置实现财富保值增值”的宗旨,一人一策进行资产的配置与管理建议,并以客户关怀和售后服务为途径,不断跟进调整,实现客户深耕与交叉销售。他们在中小企业主的资金管理与配置上,不仅能提出专业性、及时性建议,而且能够根据客户的具体财务状况和风险承受能力,提供有针对性的个性化理财规划方案。

营销服务相益彰,服务明星创佳绩

“一言一行树农行形象,一心一意为客户服务”在兴华支行并不是一句口号,而是上上下下达成的共识、矢志不渝践行的诺言。平时每个网点的晨会都会对前一天服务情况进行认真点评,并对每一只新产品进行研讨,确定销售方案。2012年初,经验丰富的客户经理抓住债券市场的投资机会,为稳健型的客户提出了积极配置债券类产品的理财建议,并推荐了由农行自主管理的净值型债券类理财产品,该产品2012年获得了年化7.12%的收益,较同样风险评级的普通理财产品收益提高了40%左右。

以点带面共进退,全员管户显神威

兴华支行提出了“全员管户,分层营销”的理念并深入贯彻。利用科技手段提取客户数据,了解客户信息,完善客户档案,分别不同层次,从行长到柜员分别认领、管理、维护客户。建立起同进同退、全员管户、岗位协同、交叉营销的“大销售”脉络,共同致力于客户服务,最大限度地开发了团队潜能,在帮助客户实现财富保值和增值的同时创造了传奇般的经营业绩,实现了“三赢”成果。