

2013聊城明星支行、明星理财师展示报道(下)

候选明星支行形象展示



依托产品谋发展 积极营销谱新篇

——工商银行东阿支行创建“理财明星支行”



工商银行东阿支行

中国工商银行东阿支行是一家综合性支行,下设一个二级支行、一个营业部和一个储蓄所。支行有在岗员工44人,其中国际金融理财标准委员会注册国际金融理财师(CFP)持证人1人,注册金融理财师(AFP)持证人3人。支行秉承“工于至诚,行以致远”的服务理念,始终坚持以客户为中心,为客户谋利益,将规范、便捷的服务融汇于业务流程中,大力开展“旺季服务竞赛”,依托优质产品挖掘优质客户,推动全行业务发展,先后获得总行级“服务明星”、省行颁发“旺季服务支行进步一等奖”、“巾帼文明岗”等荣誉称号。

春风化雨,润物无声,将理财营销贯穿于每时每刻的服务工作中

一直以来,工商银行东

阿支行都在努力突破陈旧的发展模式,依托专业的理财团队,积极打造一个理财型支行,将理财营销工作贯穿于每位员工的日常工作中。不管是大堂经理的一声问候,还是前台柜员的一次推介,抑或是客户经理的一次营销,不错过任何一个将产品推荐给客户的时机,如春雨润物般,营造一个“人人懂理财,处处讲营销”的大环境,为每一位客户量身打造个性、专业、全面的理财方案,让客户切实体验到工商银行贴心、便捷和到位的金融服务。

桃李不言,下自成溪,金牌产品与服务是工商银行最有效的宣传

为将理财营销工作做大做好,工商银行东阿支行每周定期对员工进行培训,宣讲最新理财产品及理财

知识。好的产品如同一坛好酒,“酒香不怕巷子深”,我们的员工只有了解我们的产品,才能将合适的产品推荐给合适的客户,为客户带来实实在在的收益,这才是维系我们与客户感情最有效的利器。根据乔吉拉德的250定律,每位客户身后都有250位潜在客户,我们用产品赢得一位客户,就有可能带来潜在的250位客户。依托优质产品是发展理财型支行最有力武器。

精益求精,锲而不舍,做好客户维护,让理财服务与时俱进

为配合向理财型支行转型步伐,工商银行东阿支行在硬件设施配备上下足功夫,建造了一流自助服务区与贵宾理财区,高端舒适的环境带给客户宾至如归的感觉。除了日常回访与服务,工商银行东阿支行还定期举办理财沙龙,邀请高端客户在品茶交流中品鉴产品,了解最新市场讯息及服务需求,努力让服务与客户贴的更加紧密。

专心,专注,专业,是全体员工对客户承诺,更是工商银行东阿支行发展理财型支行的真实写照。“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海”,工商银行东阿支行一定会在这条路上走的更远,收获更多,彰显品牌,赢得客户。

提高综合服务水平 打造核心竞争力

——中国工商银行冠县支行争创“理财明星支行”



工商银行冠县支行

工商银行冠县支行现有干部职工48人,辖内拥有2个营业网点。近年来,该行以“创新服务手段,推进经营转型,提升客户满意度与忠诚度,保持全行持续稳定发展”为工作重点,充分调动全体员工的工作积极性和主动性,各项业务保持了快速发展的良好势头。连续三年获得支持地方经济发展“先进单位”,先后获县总工会“职业道德十佳先进单位”,被聊城市公安局评为“集体三等功”,连续三年获冠县“平安建设先进单位”和“稳定工作先进单位”。

强化客户意识,坚定不移地提升服务能力

冠县工行把服务工作上升到事关全行生存发展的高度来认识,服务工作在全行得到了前所未有的重视和加强。一切从客户角度出发,时刻关注客户的感受和体验,在服务上提供好的服务态度和感情的投入,着重强调提高服务效率,优化服务流程,保证提供好的服务环境。投入100多万元对所有网点进行了装修改造,

增设自助设备11台。

转变服务方式,分层服务初见成效

营业网点按“客户高端化、手段电子化、产品多样化、服务个性化、营销综合化”的要求严格分区,配备了理财经理、大堂经理,各岗位人员按照识别、引导、业务处理、关系维护等环节规范服务,充分发挥支行理财中心综合业务优势,竞争维护中高端客户,设置了中高端客户服务窗口,通过客户经理一对一的服务吸引了一批高端客户,通过大堂经理的识别培育发展了潜力客户,通过柜面员工的耐心服务留住了中、小客户,通过大堂经理的引导向自助设备分散了普通客户,有效减轻了柜面压力。

充分发挥团队合力,提升客户满意度

营业部作为贵宾理财中心,时刻注重团队整体合作水平的发挥,如大堂经理、柜员、理财经理在服务客户之间的有效对接,需要形成一套自然的配合,为此该行训练岗位人员业务能力、服务能力的同时,着重培养员工之间的团队精神、协作精神,除对每期待理类客户通过召开晨会和夕会对柜员进行培训外,大堂经理通过接触识别、柜员通过办理业务发现出的理财金

帐户客户和高端优质客户及时推荐给理财经理,在贵宾室办理业务或进行业务咨询及理财策划等,充分体现高端客户的尊贵身份,增强高端客户忠诚度。在理财产品的营销上,理财经理积极主动,根据客户需求、产品特点,将合适的产品销售给需要的客户,保证客户资金安全的前提下,使其资产增值最大化。

注重服务创新,提升核心竞争力

支行成立市场营销小分队,走市场,下乡镇,将优质生产、批发市场作为营销重点,以商友卡为突破口,以个人贷款为吸引力,通过网上银行,分期付款,转账结算等业务发展客户。通过公司业务将法人客户中的法人、股东发展成为中高端客户,对其业务给予优先支持,以商友俱乐部为平台,加强产业集群个人中高端客户的服务与营销,将增加中高端客户纳入部室绩效考核内容,列入考评。做好个人理财业务与储蓄存款的有效互动,重点做好私人银行客户服务,时时关注私人银行客户资金增减变化,与私人银行加强沟通交流,举办形式多样的沙龙活动,论财富,谈养生,使增值服务延伸,使私人银行客户资产最大化。

看车买车再等等
齐鲁车展最优惠

2013齐鲁聊城秋季汽车展销会

主办:齐鲁晚报 生活日报 协办:齐鲁晚报·今日聊城
咨询电话:18606350148 18606354872

9月5日-8日

聊城体育公园

“齐鲁汽车团购团”车展团购正在招募报名电话:8277092

惊喜,只等你来

