

# 北京银行聊城分行 维护消费者权益 助推服务上台阶

北京银行聊城分行作为2014年11月新设立银行机构，高度重视金融消费权益保护工作，通过成立领导组织、制定制度办法、开展“三提升”活动及组织系列宣传教育活动等方式，坚持把消费者权益保护工作作为提升服务、扩大影响、树立形象的重要渠道和平台，取得良好成效。

## 成立组织，职责到位

为建立消费者权益保护工作机制，确保消费者权益保护工作顺利开展，成立了北京银行聊城分行消费者权益保护工作委员会。一把手亲自抓，班子成员靠上抓，各部负责人作为成员，分工明确，负责消

费者权益保护工作的协调推动；并在零售银行部设立消费者权益保护工作办公室，负责落实总分行消费者权益保护工作委员会布置的各项工作，对分行消费者权益保护工作进行统筹管理。

## 建章立制，保障运行

一是制订了《聊城分行消费者权益保护办法》，进一步明确了消费者权益，规定了分行处理客户投诉的途径、工作流程和处理原则，强化了首问负责制、限时办结制。

二是梳理了各岗位的服务流程及各渠道（95526、客户意见簿、监管部门、政府部门、来人来电来信等）客户投诉的处理原则、处理要求、处

理流程、处理要点和处理技巧，下发全行。

三是制订了服务创优办法。以开展争创星级网点为契机，明确了六大类、171条项目标准，并具体到部门，限期达标；同时边创边改，聘请银行业协会、上级行服务管理等部门等进行验收检查，确保客户服务有提升、客户权益有保障。

## 加强培训，内提素质

为不断满足客户金融服务需求，维护客户正当权益，努力把我行办成政府信赖、上级信任、社会认可、客户认同、员工满意、服务领先，当地最具发展活力的商业银行，我们开展了业务能力、服务能力、竞争能力“三提升”活动。

一是明确目标，业务能力要求数知业务品种，熟练操作过程；服务能力力争客户满意无投诉，领导认可有好评，内外部检查无明显问题；竞争力提升要求金融服务在系统内排名争前三，同业排名明显提升，社会赞誉明显扩大。

二是明确培训内容，以提升业务技能为基础，以服务能力为主体，以竞争力转化实效为目的，各部门、各条线结合培训计划、实际业务需要、日常操作等，进行完善、细化和补充了有关内容，并制定活动配档表，明确时间安排，参与人

员、实效体验。

三是方式多样。各条线、各部门通过组织员工学习理论知识、实践操作、举办各类考试和测评、召开研讨会、举办征文比赛、撰写课题研究等形式，采取请进来走出去相结合、自学与培训相结合、考试和考核相结合等方式，配套实施了各项措施。

四是考核到位。业务技能主要以考试考核得分为依据，对综合得分前列的员工授予“业务能手”称号，并予经济奖励，对平均分以下的员工予以通报，并采取结对帮扶措施，限期达到相应水平；服务能力考核方面实施限时服务，并根据客户、员工评价分值，进行综合评定，授予优秀员工“服务标兵”称号并予经济奖励；竞争力考核与我行开展的光荣榜活动相结合，设立员工贡献奖，奖惩均与员工职级评定、评先选优挂钩。



## 广泛宣传，共同推进

一是强化员工教育。通过行内各类宣传渠道以及网点晨会等方式，向员工宣传消费者权益保护方面的法律法规、规章制度、相关知识和案例，进一步提升其消费者权益保护意识和工作水平。

二是强化公众宣传教育。通过网点LED播放、发放宣传资料及网络等各类社会媒体，向社会公众进行金融知识和依法维权方面的宣传教育；通过组织宣传团队，深入社区、校园，走上街头等多种方式，宣传金融知识，并结合实际，围绕“诚信合作，共建共享”宣传主题，开展了系列金融消费者权益保护宣传活动，发放宣传资料3000余份，向客户发放“金融消费者权益宣传手册”，提醒客户提高个人信息保密意识、谨防各类金融欺诈行为。

三是积极开展“普及金融知识万里行”活动，相继开展“互联网金融服务”、“存款保险制度”、“警惕非法融资宣传月”等系列活动，不仅向大众传递了最新的互联网金融相关知识及金融产品，提高了群众对存款保险制度的认知度，营造了良好的金融环境，拉近了群众与银行的距离，而且将真诚的服务带到了千家万户，获得了群众的一致好评。



**北京银行**

股票代码：601169

普惠金融 幸福到家

简单 · 透明 · 实惠 · 安全

心意直通 简而不凡

关注赢好礼

**简单** 在线办理，无需排队足不出户    **实惠** 让利客户，节约成本提高收益  
**透明** 流程透明，随时了解服务信息    **安全** 多重保障，银行级风控保安全

全国统一客服电话：40088-95526

**北京银行** BANK OF BEIJING | **直销银行** DIRECT BANK

www.bobdirectbank.com

