



白山村乡村美景扑面而来。

魅力石墙入画来

文/片 本报通讯员 姜现鹏

宽敞干净的水泥路面、漂亮的村文化休闲广场、翠绿的树木簇拥着窗明几净的房屋……石墙镇白山村的一幅幅乡村美景扑面而来,令人心旷神怡。

晚上,村民聚集到村文化休闲广场,伴着音乐锣鼓的节奏声学跳广场舞,一张张开心的笑脸,构成了一幅祥和的画面。像这样接地气、得民心、具有传统情怀的文化活动,真正让农民在家门口“看得见山水、记得住乡愁”,走出了一条具有鲜明地方特色的文化建设之路。

近年来,石墙镇先后投资近4000万元,打造出包括省级美丽乡村示范点上九山村、济宁市级美丽乡村示范点乔庄村等一批邹城市级美丽乡村示范村,美丽乡村建设已在石墙镇遍地开花。



石墙镇走出特色美丽乡村之路。



美丽乡村建设已在石墙镇遍地开花。



白山村宽敞干净的水泥路面。



石墙镇打造出一大批邹城市级美丽乡村示范村。

邹城农商银行各项存款余额突破120亿元

今年以来,邹城农商银行积极转变经营理念,强化主动营销意识、竞争意识,抢客户、占市场、争份额、提效益,扎实开展资金组织工作,紧抓存款营销旺季,强化督导调度,加强厅堂服务营销,集中走访公关存款大户,提前调动员工揽储积极性。截至8月9日,邹城农商银行各项存款余额达120.14亿元,较年初增加13.49亿元,较同期增加13.38亿元,市场占有率达16.33%,存款总量和增量均居邹城市各金融机构首位。

加强督导、调度力度,层层传达保卫存款动员令。一是班子成员到基层网点实地督导。班子成员按包点分工,到各个网点进行实地督导,及时传达行总部存款工作精神,详

细了解网点存款增长情况、营销措施、同业竞争等相关情况,帮助解决存在困难问题和指出工作不足。二是在2016年12月底组织全行中层以上干部及客户经理120余人参加了“开门红”项目骨干人员培训活动,并在2017年1月1日组织全行160余人召开“开门红”启动大会,参会人员辐射各支行行长、副行长、会计主管、客户经理、柜员等各岗位员工。两次会议的召开有效统一了思想,树立了任务目标,强化了工作要求,带动了全行“动起来”的营销热情,更为下步工作开展打下了良好氛围。三是建立微信群,即时进行工作协调。全行通过微信建立了“邹城农商人”业务交流群,各网点通过微信群及时分享工作

成果、好的营销措施,激励全员斗志。同时,总行定期通报各网点业务进展情况及与该行存在的差距,用数据、业绩对比,督促业务发展差距较大的支行加快赶超速度。

加强宣传、服务水平,强化厅堂服务营销成效。一是通过宣传条幅、电子显示屏、宣传单等多种多样的形式对存款利率优势进行宣传。各网点拉横幅、挂灯笼、贴福字,装扮网点,营造节日气氛,配备活动展架,客户进门便有礼品展架、宣传单页映入眼帘,营造浓厚节日氛围。二是各网点通过摆摊路演、赶大集送福等活动,大力宣传存款积分送礼活动。同时,各网点营销活动亮点纷呈,结合实际开展了存款抽奖、有奖问答、文艺汇演等

活动,极大调动了客户存款热情。三是在厅堂业务繁忙时,会计主管、信贷专柜、大堂经理都在大厅引导分流客户,一对一为客户提供服务,并根据该客户业务繁易程度,分流至不同柜台进行排队,等待办理。在客户排队等待时,大堂服务人员会主动与客户进行交流,积极向客户宣传推介存款积分送礼活动,通过积分送礼活动吸引客户把他行存款转移过来。

加强网格化管理、分层次营销,深挖外拓实战营销业绩。一是根据各网点客户经理服务片区,划分网格,进行网格化营销,对网格内存款大户进行认真梳理,建立走访台账,由网点负责人和客户经理携带礼品逐户上门走访。二是实现分层次

营销。班子成员重点走访党委政府、财政社保部门、学校医院、大型企业等对公存款客户,深挖对公存款潜力;支行行长走访本辖区内的重点客户,加强与客户的联系,提高粘合力;客户经理负责走访本服务区内的个体工商户和小微企业;农金员重点营销本村外出务工人员 and 存量农户。三是加大农金员揽存奖励力度,提高农金员揽储积极性。按照多劳多得的原则,对农金员实行手续费劳务报酬进行提升,提高农金员工作积极性和使命感,并对揽存余额较高的农金员统一配发宣传品,用于走访营销。截至8月9日,农金员揽存余额2.69亿元,较年初增长1.05亿元,同比增长1.16亿元。