



平原农商银行

PINGYUAN RURAL COMMERCIAL BANK

# 推出“公仆e贷” 推进行业客户营销



## 鸡蛋里的致富密码

大雪节气刚至,已是寒风袭人。当来到德州丹源生态科技有限公司时,一排排整齐清洁的养殖鸡舍,自动化的养殖设备,令人目不暇接,厂长冯传利正指挥着十几个工人将鸡蛋装箱,忙的不亦乐乎。德州丹源生态科技有限公司成立于2016年,公司的主营业务是蛋鸡饲养,现有蛋鸡8万只,年净利润达400多万元。丹源生态科技有限公司也先后被山东省畜牧协会评为“山东省优秀蛋鸡场”,被中国农业大学命名为“中国节粮蛋鸡养殖示范场”。

说起丹源公司的创业历程,冯大哥感慨万千。他说:“这些年来,公司白手起家,从小到大,如果没有农商银行的大力支持,可能我还是那个四处漂泊、到处碰壁的农民工。”

在从事蛋鸡养殖行业前,冯大哥曾经从事农机具维修,后来又涉足养殖机械设备的生产与销售。在与众多养殖户的接触中,他对养殖技术和效益的了解也不断增加,周围养殖户的引领与影响,养殖业未来的发展前景,都对他起了潜移默化的作用。2006年,冯大哥萌生了从事蛋鸡养殖的想法。他说:“那时候是摸着石头过河,一切从零开始。当时只看到了养殖户的效益,而不知晓他们背后付出的努力与艰辛。”他租赁50多亩土地,自筹资金60万元,建起了高标准的鸡舍。鸡舍建成了,但买鸡苗的资金却没了着落,那段时间,他愁眉不展、束手无策,整天为资金发愁。平原农商银行前曹支行客户经理冯宝红,经常到各村里跑业务,当他得知冯传利情况后,就主动登门了解资金需求,不久便将20万元的贷款送到他手上。有了这些贷款,冯传利很快购买了6000只鸡苗和饲料,养鸡场终于能够正常运转。

小微所需,服务所至。几年来,平原农商银行持续给予冯传利资金上的支持,从起始的20万元、50万元,到100万元、150万元,在贷款额度上不断增加。除资金支持外,平原农商银行还为他创建养殖场出谋划策,当好参谋,客户经理经常登门,了解资金运行情况和资金需求。在引进养殖品种上,农商行客户经理建议他不能亦步亦趋、步人后尘,在经营思路上应该另辟蹊径,探索发展绿色畜禽产品。为此,冯大哥多次到外地考察学习,与中国农业大学建立联系,引进“农大5号”新品种,其饲料由中国农业大学专门配制,对养鸡场实行专供。在饲养设备上,购买了全自动喂料机、饮水机、清粪机、鸡粪发酵罐等先进设备,总投资达1000多万元。据他介绍,鸡粪通过发酵罐21天发酵,达到无臭无味的标准,可用作农田施肥,实现养殖、销售、环境保护一体化。在鸡舍温度控管上,实现了电脑自控,一年四季均保持20-22摄氏度,为提高产蛋量提供了保障。由于鸡蛋无公害、无残留,采用自动打码系统,并标注生产日期,通过手机扫码即可追溯产地、厂家,并有山东省食品药品监督管理局每周都前来检验,严格的生产标准和高质量的产品,深受市场和高端客户的欢迎。目前,已远销青岛、北京、上海、深圳、杭州、广州、香港等地,在郑州超市一枚鸡蛋已卖到17.80元,在上海可以卖到20多元。

采访过程中,冯大哥带我们来到施工现场,1500平方米、可容纳13万只蛋鸡的大型鸡舍正在紧张有序的施工中。“去年10月份,农商银行又为我办理了100万元贷款,有了你们的支持,我的养殖事业更加有底气了。”冯大哥脸上洋溢着自信的笑容。(张国水 刘中帅)



针对公职人员消费需求旺盛,还款来源稳定的特点,平原农商银行对“信e贷”和“人民公仆贷”进行包装,创新推出“公仆e贷”,推进行业客户营销。

“个性化+专业化”结合,量身打造信贷产品。一是做好前期准备。搜集辖内同业机构产品信息,精心设计利率、额度、期限等要素,强化产品竞争力。二是引爆产品“卖点”。突出利率“双挂钩”原则,即贷款利率与借款人所在单位、自身信用状况挂钩,借款人所在单位在农商行办理工资代发、集中授信、资金结算等业务的,可享受利率优惠,同时借款人近三年获县级以上荣誉的,可降低部分利率,最低月息4.65%。放大额度,最高达100万元。三是开展“最有创意的广告词”评比活动,为“公仆e贷”设计广告语。活动期间,共搜集广告语72条,经各支行、

部室评审工作组打分,确定“公仆e贷,想贷就贷”为宣传广告语,并设计宣传海报、宣传单页、易拉宝等物品2000余份。

“精准化+全覆盖”结合,优化营销方式。一是构建“班子成员前期对接+支行后续跟进+全员协同作战”营销模式。对全县109家机关事业单位“一户一策”制定营销计划,班子成员对接单位主要负责人,批量获取基本信息;各部室包挂支行,每周至少2天参加所包支行营销活动;各支行通过业务推进会、座谈会等形式,讲解产品优势,并做好产品营销后续跟进。截至目前,已走访75家单位,组织召开业务推进会、座谈会32场,达成贷款意向单位47家。二是多种方式营销宣传。利用网点LED电子显示屏、发放宣传折页、悬挂宣传标语、微信公众号宣传、厅堂营销等方式,宣传“公仆e贷”产品。三是推

出首贷培植活动,对首次办理贷款的客户给予半年期基准利率优惠政策,目前利用“首贷培植”活动,营销“公仆e贷”9笔,21万元。

“重推广+强培训”结合,落实督促指导。一是强化督查问效。各支行每2天向包行班子成员汇报营销情况;设立约谈保证金奖惩制度,被约谈支行每次缴纳2000元保证金,做出承诺,对于完成任务的,按照排名给予奖励。二是建立服务跟踪台账。为公职人员提供资金清算、服务咨询、贷款办理等“一揽子”金融服务,增强客户黏性。三是组成“公仆e贷”业务推广小组,跟踪监督营销效果。制定营销任务分配表,按日通报排名数据,按月召开节点分析。实行小班制轮训模式,分批进行业务培训,问题现场解决,提升支行营销能力。目前已组织4场培训,实现全覆盖。

(刘中帅 王希孟)

