



平原农商银行全力助推夏粮收购

眼下正值“夏粮”收购的黄金时节,平原农商银行将支持“夏粮”收购作为支农惠农的重要抓手,采取多种措施确保夏粮收购顺利推进。

提前谋划,精心部署。一是制定支持方案。5月底召开支持夏粮收购专题会议,对从事夏粮收购、加工、运输、销售的农户和企业所需资金优先安排,对夏粮收购期间的服务要求作出明确规定。二是开展夏粮收购期间信贷需求调研。利用信用工程建设,客户经理驻村有利时机,发动70余名客户经理和240名农金员,深入田间地头、农业生产合作社、种植、收粮大户家中调查摸底,了解掌握农药、化肥、种子、农具的需求情况,对于有需求的,建立台账,明确服务人员,确保随用随到、随用随贷。目前已经走访村庄110个、客户1500余家,确定了1.4亿元的信贷支持计划。三是做好存贷款产品的宣传工作。通过悬挂条幅、发放产品宣传折页,做好贷后跟踪,全程实现一站式服务,确保客户资金有效沉淀。

拓宽渠道,消除瓶颈。一是消除现金结算“梗阻”。今年以来,该行在各乡镇布设自助设备65台、pos机具611台,设立普惠金融服务站65个,延伸了服务范围;在农产品交易市场提供上门收款5次,有效解决夏粮收购期间资金结算量大的难题。二是拓展线上支付渠道。今年以来,为57户

种粮大户、收粮大户开通网上银行、手机银行、聚合支付等电子产品,同时分层建立微信交流群,由工作人员实时解答电子产品使用中的问题,节省支付时间。三是优化信贷产品支撑。准确把握粮食生产合作社、收粮大户等目标客户的资金,强化对“信e贷”、“家庭贷”、“等优势产品的宣传推介力度。今年以来,共发放“信e贷”917笔,2342万元;“家庭贷”431笔,1596万元。

强化服务,提升效能。一是优化现金流通环境。夏粮收购期间,资金结算量大,且现金使用多,收到假币的风险加大。对此,该行通过金融夜校、业务推介等形式,组织集中的反假币、反洗钱、打击非法集资活动20余次,有效提升风险防范意识。二是强化信贷管理。推行“延时服务”“阳光服务”,公示监督电话、办贷流程,主动接受社会监督;简化信贷流程,建立信贷支农“绿色通道”,对夏粮收购期间的资金需求优先满足,快速审批,贷款办理时间由7天缩短到5天。三是借助信贷客户平台系统,畅通电话申贷、微信申贷渠道。以微信申贷为例,客户只需关注该行微信公众号,点击贷款申请,写明个人基本信息、申贷额度等要素,1天内客户经理可做出是否符合贷款条件回复,极大提升了贷款申请、办理效率。目前通过微信渠道已办理夏粮收购贷款120笔490万元。

(平原农商银行 刘中帅)



多向发力,激活营销队伍“一池春水”

今年以来,平原农商银行高度重视营销队伍建设,围绕考核激励、队伍建设、作用发挥等关键环节,多向发力,激活营销队伍活力。截至目前,零售类贷款较年初增长1.87亿元,户数较年初增长524户;一线营销人员73人,占比23.40%,年龄在40岁以下的客户经理占比达61.12%,大专以上学历以上占比86.30%,队伍结构进一步优化。

完善激励机制,激发队伍活力。一是建立科学的薪酬分配制度。坚持向一线倾斜,向营销业绩倾斜,对新增户数、信息采集采取单独计酬办法,每新增1户,给予不低于300元的奖励;推行客户经理“星级化”管理。根据工作认真负责程度、贷款质量

等因素评比星级档次,按月评级,按级取酬,合理拉开收入差距,激活内部竞争活力。目前,客户经理年平均薪酬较内勤员工高出1.92万元,较机关人员高出2.16万元。二是明确职责分工。下发客户经理管理工作意见,规范客户经理客户营销、产品推广、关系维护、贷款管理等职责;在22家网点配备放款岗,负责合同签订、报表上报等工作;由放款岗对正常、关注中到期贷款、应收利息协助催收,减轻客户经理压力,专注贷款营销。三是畅通客户经理上升渠道。中层副职选拔聘用,优先在有信贷经验且业绩突出的客户经理中选拔,自2018年以来,共有8名客户经理通过选拔担任中层

正副职岗位。

优化队伍建设,提升人员素质。一是完善客户经理准入、退出机制。严格规定客户经理年龄、学历、业务知识、从业经历等硬性条件,在源头上保证队伍质量;落实客户经理持证上岗制度,客户经理均通过省联社组织的统一信贷考试,获得上岗资格;对存在道德风险、重大违规违纪情形的,实行“一票否决”,坚决退出信贷队伍,有效规避风险。二是储备信贷业务后备人才。规范建立客户经理后备人才库,压缩内勤、机关人员规模,引导员工向营销序列倾斜。今年以来,共计选拔42名内勤、机关人员纳入客户经理后备队伍,其中,7人已经充实到客户经理岗位。三是强化客户经理业务素质。创新培训机制,按月召开客户经理座谈会,搜集培训需求,确立以合同签订、外拓营销、档案管理、法律法规为主要内容的培训方向,并纳入全年培训计划;优选8名业务能力强、业绩突出的客户经理组成内训师团队,采用“大课堂集中教学、进网点单独培训”模式,业务部室侧重于讲解相关制度,内训师则下沉网点单独培训,改变以往“大而全”的方式,提升培训针对性。今年以来,共组织客户经理集中培



训20场,内训师驻点培训15场,实现信贷岗位全覆盖。四是提升信贷队伍职业操守。深入开展合规宣誓,每周“固定学习日”、“挎包精神”专题教育、廉洁从业专题座谈会、监狱现场教育等活动,提高客户经理廉洁从业、职业道德水平,为业务发展保驾护航。

落实保障措施,激励作用发挥。一是印发信贷产品手册。对六大类、15种信贷产品重新进行梳理,明确贷款产品利率、期限、适用群体,印刷成册、人手一本,提升营销专业性。二是畅通沟通渠道。发挥挂职作用,17名客户经理挂职村主任助理,融入基层行政组织事务管理,夯实营销拓展基础;在村委、农金员服务站设立服务点,制

定驻村(社区)办公时间表,每月至少10个工作日驻村(社区)办公,每次现场办公时间不低于8小时,为村民提供业务推介、金融咨询等“管家式”服务。目前,客户经理驻村(社区)累计服务时长达1000余小时,覆盖108个村庄、社区,服务客户达到5万余人。三是落实岗位监督。利用微信群实时定位、监控视频、定期核查工作日志等方式,对客户经理工作情况监督。对于工作落实不到位、流于形式的,采取通报批评、调度约谈等方式,及时予以纠正。今年以来,共检查工作日志4次,约谈调度客户经理、支行行长20人次,有效提升了信贷工作质量。

(平原农商银行 刘中帅)

