企业风采

我行做客佛山电台“民生直通车”直播节目

本报讯　11月29日上午，总行陈晨华副行长带领小微金融部、个人金融部、电子银行部、会计结算部和内审部有关负责人应邀做客佛山电台“民生直通车”直播节目，现场解答市民提出的金融热点话题。

据了解，“民生直通车”直播节目由佛山市政府纠风办、佛山电台FM94.6联合主办，是近距离了解群众呼声、倾听群众意见、接受群众监督的重要平台。在节目直播过程中，陈晨华副行长及各相关部门负责人围绕银行业金融服务的主题，与电台主持人进行了互动交流，并就听众提出的服务收费、特殊人群金融服务、身份信息真实性核实、中小企业融资和社保卡服务等市民普遍关心的民生热点问题进行了正面解答和交流，引导社会公众科学合理使用金融产品和服务。

通过参与“民生直通车”节目，提高了广大市民群众对我行的认知度，进一步融洽了客户与我行的关系，树立了我行高度关注民生、积极维护消费者权益保护的良好社会形象，取得了良好的宣传效应。

（总行　纪晓霞、郭俊莲）

我行喜获人民币收付业务技能比赛团体二等奖

本报讯　11月7日，由中国人民银行佛山市中心支行与佛山市总工会联合举办的2014年度佛山市银行业金融机构人民币收付业务技能比赛在南海举行，来自全市36家银行机构的108名业务能手参加了本次赛事。

本次比赛是佛山银行业历年来参赛机构最多的一次。我行选手由朱婆芳（里水支行）、梁敏芳（丹灶支行）、冯家萍（九江支行）参加，并以超强的综合实力、全面扎实的现金收付及人民币业务知识，在全市36支队伍、108名业务精英中脱颖而出，获得了团体奖二等奖的好成绩。其中朱婆芳、梁敏芳分别获得本次赛事自由式手工点钞技能、人民币真伪识别单项三等奖。

本次业务技能比赛为我行员工提供了一个交流经验、互相学习、良性竞争的平台，对提升我行人民币收付业务服务水平起到了很好的促进作用。总行相关负责人表示，今后，我行将继续加强人民币收付业务的培训、考核和检查，争取多举办、多参加各类人民币收付业务技能比赛，促使一线柜员熟练掌握反假货币知识和人民币知识，提高手工点钞技能、点钞机点钞、人民币真伪识别技能，提升我行的金融服务水平。

我行杨代平行长、吴尚剑副行长观看了本次比赛，并为部分获奖单位颁发了奖牌、奖状。

（总行　陈碧珊）

南海农商银行成“佛山金融好声音”最大赢家

本报讯　11月29日，2014佛山金融文化节暨首届佛山金融好声音歌唱比赛圆满落下帷幕。我行4名参赛选手在本次比赛中勇夺冠军并囊括所有单项奖，成为本次比赛中的最大赢家。

本次比赛由佛山金融文化节组委会主办、历时两个月，我行派出的4名参赛选手一路过关斩将，齐齐进军总决赛。在总决赛当天，我行员工谢泳淦以一曲大气磅礴的《跟您走》获得专业评委和大众评委的一致好评，勇夺总决赛冠军以及最佳演绎奖；方敏芝以甜美的歌喉获得第四名以及最具人气奖。另外两位选手也获得专业评委和大众评委的肯定，其中潘倩雯获得第六名，叶伟恒获得优胜奖。

据悉，本次比赛是“佛山金融文化节”（前身是“佛山理财文化节”）的系列活动之一，主办方举办本次好声音歌唱大赛，旨在呈现金融行业艺术文化高水准的一面，秀出金融行业工作者的时尚风采。

（总行　潘倩雯）

图片报道

2014年11月28日，在佛山市第八届运动会闭幕式上，我行被授予“佛山市第八届运动会贡献奖”。图为我行叶绍波监事长出席并接受牌匾。

我行举办市场风险内部模型法建设专题讲座

本报讯　11月14日，总行相关职能部门中层管理人员和业务骨干参加了我行在农商银行大厦9楼会议室举办了一期“市场风险内部模型法建设”专题讲座。

本次讲座采取介绍和交流、研讨同步进行的形式，邀请普华永道咨询公司的资深专家团队作为主讲。活动中，相关嘉宾详细介绍和分析了市场风险管理的最新动态和同业概况、市场风险内部模型法实施方案和路线图以及市场风险内部模型法具体实施方案，并分享了他们在市场风险内部模型法合规达标的先进经验。

通过举办本次讲座，提高了我行风险管理各部门对于市场风险管理的认知水平，提高了我行新资本协议和全面风险管理综合规划项目市场风险规划的工作质量，有利于夯实我行市场风险管理基础。（总行　卓捷文）

“金桂服务月”进行时

亲情相伴　快乐成长

本报讯　11月29日上午，丹灶支行联合丹灶社区融爱家庭服务中心共同举办了一次主题为“我心目中的南海农商银行”的亲子家庭绘画活动。本次活动吸引了丹灶社区55户家庭踊跃参加，参与活动的小朋友纷纷发挥创意，用色彩斑斓的画笔描绘出南海农商银行的形象、业务办理场景等，诠释了他们对我行的关注和喜爱。为更好地推进活动，丹灶支行员工还用最简单易懂的语言对孩子们进行了理财知识宣传，并向每名参加绘画活动的少儿及家长赠送了奖品及印有南海农商银行金融产品的宣传单。

通过此次活动，不仅在广大少年儿童中树立了南海农商银行“相伴多年，更贴您心”企业形象，更在广大家长中宣传了南海农商银行的各项金融产品和普及金融知识，取得了较好的宣传效果。（丹灶　叶颖艳）

行内快讯

我行大力支持佛山农业产业发展

本报讯　11月7日，佛山市农业产业商会成立大会暨首届农业产业发展高峰论坛在罗村举办。我行在会上对佛山市农业产业商会进行了整体意向授信，并派出多名业务骨干在会场宣传和推广了我行小微业务及产品。（总行　纪晓霞）

选择我行支付宝快捷支付可享9折优惠活动

本报讯　为提高盛通卡附加值和增值服务，近日总行作出决定，2014年12月至2015年1月，我行客户在淘宝网或天猫商城购物进入收银台时，只要选择南海农商银行银行卡快捷支付渠道的，可以享受单笔9折优惠，优惠金额20元封顶。

（总行　纪晓霞）

我行着力提升授信审查审批人员技能

本报讯　11月14日，我行举办了一期授信审查审批人员技能提升培训班。本次培训就基层审查和总行审批流程进行系统性的剖析和讲解，并从财务和非财务因素分析角度结合翔实的案例分析了信贷决策的基本规定以及授信审查审批要点和操作等内容。培训结束后，参加培训的员工意犹未尽，就授信审查审批问题开展了长达6小时的交流，并以邮件的方式进一步交流和探讨。（总行　林心秋）

总行举办银行信贷实务及合同法律知识培训

本报讯　12月3日，总行邀请了资深律师对总行相关部门和各支行客户经理和客户主任进行了一次银行信贷实务及合同法律知识培训。通过本次培训，进一步加深了员工对银行信贷实务及合同法律知识理解，提高了员工的法律风险防范能力，增强了员工的遵纪守法意识。

（总行　纪晓霞）

总行举办信用风险限额管理专题讲座

本报讯　11月25日，总行举办了一期信用风险限额管理专题讲座。活动邀请了普华永道咨询公司项目组专家详细介绍了信用风险组合限额优化方案、组合限额设定计量工具及组合限额设置方法等相关内容，并就信用风险限额管理的相关问题进行专题研讨。本次讲座进一步强化了我行对信用风险限额管理的了解与认识，为我行新资本协议和全面风险管理综合规划项目的风险限额建设工作奠定了坚实基础。

（总行　张素琪）

我行员工参加省联社职工象棋赛获佳绩

本报讯　11月5日，广东省农村合作金融机构2014年职工象棋赛拉开帷幕。经过两天激烈角逐，我行员工原浩新获得男子组季军，何志强和陈碧华分别获得了男子组和女子组的优秀奖。

（总行　马海滨）

总行举办2014年反洗钱培训

本报讯　11月27日，总行举办了2014年反洗钱培训，本次培训邀请人民银行顺德分行具有多年反洗钱工作经验的人员主讲。通过培训，进一步强化了我行反洗钱工作人员预防、监控洗钱的风险意识。

（总行　纪晓霞）

网点转型 赢在厅堂

我行网点服务营销转型导入工作专题报道

编者按：今年6月以来，为充分发挥网点资源优势，提升整体服务水平，我行开展了网点服务营销转型导入工作。在这5个多月中，总行网点营销能力提升小组不分昼夜地深入基层，深入网点推广先进营销理念和方法；试点网点员工在下班后仍然积极参与，主动转变观念。当前此项工作进行得有声有色，工作成效如何？给我行网点带来哪些新变化呢？让我们一起走进网点瞧瞧。

领导重视，强力推进

总行龙中湘副行长一行到桂城支行转型网点调研

9月初，总行龙中湘副行长带领总行个人金融部相关负责人一行，到桂城支行就网点服务营销转型导入效果进行了走访调研。本次走访调研，龙副行长深入一线，与支行行长和营销岗位员工亲切交谈，从网点转型后的指标变化、岗位设置、客户体验、员工感受等多维度了解了转型情况，对该支行网点员工精神面貌的改进、网点环境的改变、全员营销气势的增强表示赞许。座谈会中，针对大家提出的各类问题，龙副行长一行耐心解释，并提出了合理的解决方式。座谈会后，龙副行长视察了桂城支行营业部、鹿璟村支行、锦园路分理处、腾海分理处四个网点，详细察看了厅堂环境、自助设备配置等情况，询问了网点人员转型感受，对网点转型取得的成效给予了充分肯定。

转型导入，成效显著

今年6月以来，为持续推进网点转型，塑造良好品牌形象，提升网点服务营销水平，打造一批具有竞争力的营销型网点，我行根据“先软后硬，分批推进，滚动发展”的网点转型策略，选取了20个网点分批开展网点服务营销转型导入工作。目前，已先后顺利完成了里水、大沥、盐步、松岗、桂城、等11个支行20个网点的导入工作，促使网点由“业务交易型”向“服务营销型”转变，受到员工和广大客户的一致好评。

本次试点导入工作，共分为前期准备阶段、现场导入阶段和后续跟进阶段。在导入过程中，总行网点营销能力提升小组深入各个试点网点开展为期三天的现场辅导，对试点网点实施了岗位配置优化、业务流程梳理和迁移、服务营销流程植入、现场管理规范化导入等工作，使试点网点在员工服务规范、现场管理及现场营销等方面有了全新的改变，促进网点整体业绩提升。

通过本次导入，各试点网点员工精神面貌焕然一新，营销技能明显增强，各项业务业绩在短短三天内，更是得到不同程度的提升。如桂城金碧分理处三天的理财产品销售额就超过了前一个月的业绩，网银和手机银行业务量分别增长了4.6倍和10倍；大沥大范支行理财产品销售额增长了53倍；丹灶有为支行理财产品增长了14倍；九江支行营业部的基金销售额更是成功的从4位数增长到了7位数。

调整物理布局，升级厅堂管理

重新调整网点座椅布局和功能分区，降低客户等候时间久的不良体验；重新有序摆放宣传架的宣传单张，启用荧光宣传板，营造宣传氛围；增设开放式柜台，加大客户分流力度。

及时分享技巧，提升营销技能

柜员学会“一句话营销”快速推荐产品，并通过“柜员七步曲九句话”引导客户关注产品；大堂经理学会“了解客户法则”快速识别潜质客户；网点经理加强了电话营销技巧，客户维护力度明显增强。

厘清岗位职责，提升营销合力

在原有柜员基础上，配备专职大堂经理、大堂副经理、理财顾问等，重新设定各岗位职责，完善岗位分工，有效促进网点联动营销。

优化业务流程，增强服务效率

把不涉及现金且复杂程度较高的业务迁移至开放式柜台，VIP柜台专职办理VIP业务，并重新设定叫号方式，服务效率明显增强。

学以致用，服务转型

本次网点服务营销转型试点导入工作，得到支行领导和一线员工的大力支持。特别是网点人员，他们结合工作实际，积极运用所学到的服务营销技巧，发挥创造力为营销工作出谋划策，创新点子层出不穷，推动我行网点转型大步向前。

桂城支行：

推动网点转型，深化服务营销

※高标准高起点的配置标准，打造一流营销和服务团队

桂城支行营业部地处桂城中心城区，在同业直接竞争的局面下，其理财产品余额在8月底已经突破1亿元，存款达到29.5亿元。这一成绩，得益于转型试点导入工作。实施网点转型以来，营业部设置了现金和非现金服务区域，合理规划出普通客户等候区、中高端客户VIP区；配置了专职大堂经理、大堂副经理和理财顾问，大堂经理和大堂副经理合作分流和识别客户，厅堂秩序井然有序，理财顾问专门维护中高端客户，贴心提醒理财产品到期日，新产品的贴心服务更为到位。

※厅堂活动层出不穷，客户拓展稳步推进

围绕网点转型需要，桂城营业部、腾海分理处着力进行厅堂内的营销宣传，将现有产品和营销活动进行组合打包，推出了多种厅堂营销活动，探索对中高端客户在VIP室开展品茶等活动，而桂城锦园分理处则在所属楼盘大规模开展电梯广告宣传。

※客户满意度提高，员工幸福感提升

桂城支行李行长表示，最大的变化是存款和各项指标都有增强，维护对公客户的精力多了，能有更多时间的对大企业开展整体营销。

营业部经理更是自豪地说，我们的环境改变、人员配置到位后，客户的抱怨少了，等候时间少了，表扬多了，能更多地与客户交流，我们管理者思路更多的传导给大堂经理和理财顾问后，工作更为规范到位。

理财顾问分享道，有专人管理中高端客户后，我们的老客户能够重新激活了，如近两年仅购买过一次理财产品的客户，通过沟通重新购买了产品。

大堂经理感觉学习到不少东西，通过手机、微信逐步建立起客户关系，客户关系更近了。

盐步中村支行、海晖分理处及大沥大范支行：

差异化服务，捷报频传

盐步中村支行、海晖分理处及大沥大范支行的导入工作，比次导入工作，特别针对未开放VIP服务区的网点开放了VIP服务区，为客户提供了差异化服务，中高端客户对此赞誉有加。

※优化标杆网点环境，提供中高端差异化服务

盐步中村支行营业厅针对叫号系统容量较高的情况，重新调整了音量，重新摆放了营业厅宣传物料，小小的改变让客户倍感舒适；大沥大范支行增设了开放式柜台、大堂经理咨询台、填单台等，改造了VIP室。

现在，在导入网点的VIP室，整齐地摆放好时尚杂志和近期报纸，贴心配备了糖果和饼干，给中高端客户带来良好的体验。一位中村支行的客户赞扬说：“哇，你们这里一下子变得这么高档，真不错！”还有客户惊喜地说：“今天这里是什么节日，这么好的服务！”

※梳理业务流程，提升业务办理时效

大沥大范支行实施转型时，把5名柜员，改为配备3名封闭式柜员及1名开放式柜员，大堂经理、副经理及协管员负责分流客户及业务预处理，开放式柜员办理耗时较长、复杂程度较高的业务，运营主管和专职中台协助柜员处理非系统类事务。虽然柜员数量减少了，但由于各岗位协调配合力度加大，反而使网点的服务水平得到质的提升。

※厅堂内外齐发力，营销转型捷报频传

在盐步海晖分理处，有一位衣着朴素、为人低调的贵宾客户，素来在我行的存款余额不多。导入第一天首次开放VIP室，这位客户被盛情邀请入内体验。在舒适的环境、良好的氛围下，柜台人员热情服务，和客户沟通融洽，还请客户品尝VIP柜台新摆放的糖果，令客户大为赞赏。客户一改以往匆匆办完业务就离开、甚少与柜员交谈的习惯，在VIP室开心地对柜员说：“你们请我吃糖，和我那么聊得来，我以后慢慢把钱都交给你们打理了！”在柜员的积极推荐下，客户还在当天就购买了大额理财产品。

丹灶有为支行：

实践营销，业绩喜人

10月末，丹灶有为支行的现场植入与辅导工作，掀起全网点人员的营销热情，从理财顾问到大堂经理、从网点负责人到普通柜台，每一位员工都全情投入，业绩表现惊人，刷新试点网点的多项纪录，理财产品、基金销售创下了试点网点业绩的TOP1。三天销售理财产品达到990万元，基金销售31万元，约三分之一的资金来源于行外。

※支行领导班子带头动员，掀起团队的营销热情

丹灶支行领导班子非常重视网点转型工作，将网点营销能力的提升作为优化现有服务营销流程、转变全员被动营销意识的契机，全程参与网点导入过程，极大激发了网点员工的营销积极性和主动性。取得了优异的成绩。

※网点负责人身先士卒，对外营销能力让人叫绝

丹灶有为支行负责人陈行，在试点导入期间，积极拜访有潜力的对公客户，实践运用营销技巧，在导入第二天即传出成功营销丹灶水业4000户的好成绩，带动网点的代缴手续费收入大幅增长。

※营销人员以专业立足，撬动潜力客户成亮点

丹灶有为支行的理财顾问阿锌，在试点导入过程中，加强对现有理财客户的梳理，将客户理财的到期续期作为重要工作，同时在厅堂不断发掘潜力客户。在导入的第二天，阿锌在厅堂捕捉到一位小企业主客户，该客户原本只是办理简单的结算业务，阿锌先是主动为他介绍理财产品，但发现该客户经营生意，短期资金不适合买理财。于是，阿锌就主动为其介绍我行的货币市场基金，突出O费率、周转灵活、现在收益率走势等优势。该客户经过他的一番专业讲解，非常动心，立刻将在他行的大笔资金划转过来，购买了我行的产品。

※开放式柜台成为营销阵地，变被动为主动

开放式柜台的阿兴，非常积极主动。在厅堂客户流量多的情况下，她不仅在开放式柜台做好非现金业务的处理，和理财顾问合力营销，更是主动到等候区派发宣传单张，主动坐下来与客户聊理财，与柜台办理业务的客户讲产品。因为她的积极主动，在导入第三天，成功将一位厅堂的潜力客户发掘为我行的理财客户。

丹灶有为支行以亲身实践经验告诉我们：营销没有捷径，只要我们主动进攻，以满足客户需求为中心，养成良好的日常工作习惯，逐步转化潜力客户，用心维护现有客户，就定能实现销售业绩的飞跃！

（总行个人金融部，桂城、盐步、大沥、丹灶支行供稿）