

我行联合举办“2015年企业管理名家系列论坛”

本报讯 4月23日，由我行联合佛山电台、中山大学岭南学院共同推出的“2015年企业管理名家系列论坛”在佛山传媒集团报告厅拉开帷幕。活动现场宾朋满座，我行董事长李宜心、副行长陈晨华与佛山电台副台长张伟立、946频率总监叶琳、中山大学岭南学院副院长王曦等出席了本次论坛，与200多名企业家一起研讨民营企业如何借力新常态。

我行李宜心董事长在致辞中表示，南海农商银行作为地方性金融机构，将进一步秉承扎根本土、全心全意服务本地经济和社会的理念，为佛山企业创造更多的服务平台和机会，提供更为优质丰富的金融服务，愿意与本地企业共成长、同发展，实现互惠互利、合作共赢的新局面。

论坛上，中国人民大学政治学教授任剑涛博士做了题为《借力新常态——依法治国与民企发展》的精彩演讲，他指出，在政治理念不断更新和政治环境日益规范的背景下，经济主体不仅要适应经济新常态，也要在依法治国和依宪治国的指引下，不断规范和明确自身的行为边界，调整自身与政府的合作模式和政商联接关系，在生产经营中作出适应和新尝试。在论坛互动环节，与会的企业家纷纷踊跃提问，任教授结合当前经济特点一一详细解答。

据了解，“2015年企业管理名家系列论坛”将立足于本地企业的实际需求，在本年度开展主题涵盖金融投资、企业战略管理、人力资源管理、经济与社会管理等方面的系列活动，邀请中



山大学优秀师资力量进行讲授，不断加强学校、媒体与企业之间的沟通 and 联系，为企业人才培养、文化互动交流提供一个平台。

(总行 纪晓霞、汤瑞欣)

2015年度内控评价“飞行检查”正式启动

本报讯 4月17日，我行召开2015年度内控评价“飞行检查”启动会议。总行赵国俊副行长出席会议并作主题讲话。

据了解，“飞行检查”是落实内控评价、督促支行加强内控管理以及加强风险防范的重要手段之一，具有“突击性”、“持续性”、“小型化”特点。今年的检查重点主要集中在信贷业务和柜台业务两方面，较之往年具有检查频率增加、检查范围扩大、检查重点更为突出、检查人员更为熟悉业务等特点。

会议对“飞行检查”的组织实施、检查范围及重点进行了部署，会议要求，各支行在“飞行检查”期间要认真对待检查，加强案件防控，抓好平时管理并注意加强内部检查。

赵国俊副行长在会上指出“飞行检查”开好局起好步，对于全年的内控管理工作具有十分重要的意义。各单位的检查重点主要集中在信贷业务和柜台业务两方面，较之往年具有检查频率增加、检查范围扩大、检查重点更为突出、检查人员更为熟悉业务等特点。



我行综合理财能力跃居全国农商银行首位

本报讯 日前，普益财富发布2015年第一季度银行理财能力排名报告。报告显示，我行综合理财能力跃居全国区域性银行第八名，位居全国农商银行首位；理财产品丰富性位居全国区域性银行第十名，再次彰显了我行理财业务在理财市场的综合竞争能力。

名是由西南财经大学信托与理财研究所进行研究支持，普益财富机构发布的我国银行理财能力权威排名。该排名以评估问卷调查的形式，对银行理财业务的产品研发、投资管理、产品销售、信息披露、风险控制能力等进行单独和综合分析排名。

一直以来，我行致力于理财业务的研究，紧贴市场走势，关注客户需求，积

极开拓创新，稳健发展，创新推出并不断丰富盛通理财系列产品，连续多年获得佛山市民最喜爱的金融产品称号。在区域性银行理财产品中，我行理财产品主要呈现五大优势：一是所有理财产品100%实现预期收益，按期成功兑付；二是理财产品日益丰富，形成了称心如意、稳步钱进、锦绣钱程、步步高、稳添益和乐享利等六大系列；三是

产品类型涵盖了封闭式和开放式产品，其中28天滚续型产品以每28天为一个周期，每周自动兑付收益，也可申请增加或赎回理财本金；四是产品持续发行，客户选择年发行理财产品多达300多只，日均发行产品1.5只；五是贵宾尊享定制产品可以快速根据客户需求贴身设计和定制个性化产品。

(总行 陈华)

图片报道



本报讯 3月27日和4月24日，狮山支行户外营销宣传系列活动之社区区分别来到了小塘塘社区和狮南大岗社区，我行业务骨干为当地居民带来了黄金、银饰、定期存款、理财、银行卡等产品知识，同时还结合银行卡风险防范宣传进村活动，向广大群众宣讲银行卡风险防范知识，受到了当地居民的广泛好评。

(佛山 伍少梅)

周末刷卡有惊喜 多重优惠更开心

本报讯 近日，我行推出2015年盛通卡刷卡优惠系列活动。活动涉及餐饮、休闲娱乐、生活服务等行业，具有合作商户多、优惠名额多等特点，实实在在回馈新老客户。

特价电影日
让您畅享电影休闲时光

自今年的5月至12月的每个周六、客户只需持盛通卡到我行指定的电影城(电影院)刷盛通卡购买2D/3D电影票，即可享受10元畅享看电影的休闲时光，每卡每天最多可购买10元电影票2张。

美食折扣日
让您拥有实惠美食之旅

我行与莱茵阁西餐咖啡厅、哥德利西餐厅、六六寿司便利店等美食商家合作，客户在2015年5月至12月

的每个周六只需持盛通卡到指定门店消费并刷盛通卡结账，消费金额满100元即减免50元的优惠，让您拥有实惠美食之旅。

特价洗车日
让您的爱车焕然一新

自今年5月至12月的每个周日，我行与22家汽车服务商户合作，推出刷盛通卡结账、享受10元/车/天的特价洗车优惠活动，让客户尊享洗车特价服务。

据了解，本次活动旨在答谢广大客户对我行长期以来的支持和关爱，进一步打造我行特色盛通卡服务品牌，让我行产品更加融入民心、贴近民心。

(总行 纪晓霞)

行内快讯

总行党委开展“抓落实、促发展”工作技能选拔赛

本报讯 为加快我行战略转型，深化改革创新，推动工作落实，我行党委将于今年4月至5月组织员工开展“抓落实、促发展”工作技能选拔赛。本次比赛围绕经济结构战略性调整、改革攻坚，构建对外开放新格局、保障和改善民生、维护社会和谐稳定、全面推进从严治党等六个方面，鼓励员工以“攻重点、克难点、破盲点、创亮点”为核心，提出具有实效性、创新性和可行性的作品。

(总行 纪晓霞)

总行举办重点行业信贷政策与行业分析方法培训

本报讯 4月10日，我行邀请到北京世纪末来投资咨询有限公司首席分析师张琳，为我行120多名信贷人员举办了重点行业信贷政策与行业分析方法培训，使我行信贷人员对行业信贷政策有了初步了解，对如何进行行业分析有了科学认知。据悉，本次培训安排了考试环节，对学员的培训效果进行了现场检验，促进学员更好地消化吸收本次培训的内容。此外，培训首次采用了积分制，即对考试通过的人员给予相应的积分，并形成“一户一档”，为日后我行进行人才选拔提供了重要参考。

(总行 韩顺美)

总行举办第四期内训师入门培训(3T)班

本报讯 4月24-26日，我行在金沙培训中心举办了2015年内训师入门培训(3T)班，这是我行举办的第四期内训师入门培训(3T)班。此次培训由我行四名内训师主讲，从理论知识、课程设计、授课技巧等方面对30名参加培训的学员进行了系统的培训。培训后学员纷纷表示受益良多。

(总行 冯雅婧)

总行开展违规积分操作培训

本报讯 4月30日，总行开展了一期违规积分操作培训，特派检查监督岗、支行监督保卫部经理、总行部门及支行操作风险联系人等有关人员参加了培训。本次培训围绕违规积分各模块的系统操作、违规积分制度与系统的一些特殊说明等内容进行详细分析，并明晰了违规积分的具体操作，将使我行《轻微违规积分管理办法》与系统操作实现无缝衔接。

(总行 冯雅婧)

总行开展微贷、个贷业务下延营销型网点培训

本报讯 为进一步探索信贷业务网点直销模式，有效加强营销型网点与微贷中心后台的配合程度，4月11日，总行开展了一期微贷、个贷业务下延营销型网点培训，各支行营销型网点责任人参加了此次培训。经过培训，相关业务人员对微贷、个贷产品业务知识的了解更加深入，为下一阶段微贷业务向网点延伸做好了铺垫。

(总行 冯雅婧)

总行举办中小企业信贷业务营销与征信管理实务培训

本报讯 为发掘和提高营销人员的销售水平和技巧，4月18日，总行邀请台湾金融研训院讲座讲师、大陆银行业课程专业人士举办了中小企业信贷业务线全体业务人员举办了一期中小企业信贷业务营销与征信管理实务培训，有效强化了我行营销团队的综合素质。

(总行 冯雅婧)

总行召开评估公司座谈会

本报讯 4月16日，我行召开评估公司座谈会。会上，我行有关负责人总结了过去一年与各评估机构的业务合作开展情况，提出了业务开展中存在的问题以及2015年的管理新要求。各评估公司针对当前房地产新政也提出了各自的看法。通过本次座谈会，一方面让各评估公司更加了解我行对评估机构的管理要求，促进其提高评估报告质量水平；另一方面，各评估公司对房地产新政影响的踊跃发言，对提高我行对2015年佛山市房地产市场走势及风险的认识水平起到了积极的作用。

(总行 韩顺美)

浅析我行客户经理对大客户的营销与维护



如今，随着我国金融业竞争越来越激烈，各银行对客户资源占有率越来越重视的情况下，关注大客户资源的营销与维护是我行当前具有现实意义的课题。大客户具有业务需求量大、业务品种需求覆盖面广、整体抗风险能力强的特点，是我行长期、稳定的利润来源，可以说大客户是我行生存和发展的根基。

目前，大客户的营销与维护是我行客户经理的首要工作，客户经理发挥作用的大小直接影响着我行的客户资源的占有。因此，优秀的客户经理是我行核心竞争力的直接体现，是我行掌控

核心客户资源的源泉，客户经理如此之重要，在实际开展工作过程中，该如何更好地进行团队合作，做好大客户的营销与维护呢？

首先，需要明确什么样的客户才是我行需要营销、维护的客户呢？

这些客户是销售额高、在该领域处于领先地位的企业？还是毛利率高、资金势力雄厚的企业？或者是经营场地面积大的、具有众多物业的企业？我想这里没有一个绝对的标准来衡量。但是，在实践营销过程中，不妨按照如下两个方面来寻找、营销大客户：一是从现有客户中寻

找；二是从潜在客户中寻找。

寻找客户时务必把握重点，重点关注以下客户：一是上榜优质企业(纳税大户)；二是新落户企业(工商部门)；三是高新技术企业；四是同行业反复争夺的客户；五是由于政策扶持，从而具有明显优势所针对的企业；六是通过目前优质客户，接触其上下游产业链公司，并开拓他们成为客户。此外，还可以通过如下几条来筛选非上述客户的企业：一是企业管理是否具有先进的经营理念；二是企业产品及服务是否具有有良好的市场前景和占有率；三是企业是否具备良好的财务实力；四是企业是否具有较好的利润收入。

综上，结合我行实际情况及授信政策，便能对市场上庞大的客户群体有较精准的定位，并与之进行重点营销及维护了。

其次，客户经理在定位好目标客户后，该如何高效的去营销，提高成功率呢？

众所周知，对于优质客户，在我行选择是否与该客户合作的同时，也是该客户选择是否愿意与我行合作的时刻。因此，在营销前最好针对每个客户制定出一套个性化方案，具体可以按照下面五个步骤来进行：一是营销准备；二是正式

接触；三是需求分析；四是异议处理；五是商务谈判。下面分别对上述步骤进行分析：

(一)营销准备：包括个人准备(含心态准备及礼仪准备。如：若企业跟你说“不”该怎么办等)、知识准备(含产品知识、行业知识。如：贷款利率、贷款品种等)及资料准备(含营销资料、客户资料。如：产品资料、案例介绍、行业资料等)。

(二)正式接触：包括电话邀约(注意：拨打电话时应胸有成竹，声音沉稳，思路清晰，敢于发问，勇于邀请、确认信息后及时跟进)、商务拜访。演讲技能等。

(三)需求分析：包括提问引导(含有效性的提问及方向性引导。如：引导客户多说，耐心倾听客户并专心捕捉客户话外音，同时锁定客户需求，当与客户在纠结话题时，应试图将该话题引到另外一个更为有利的话题)。

(四)异议处理：处理时应明确异议的焦点，挖掘焦点背景，并提出解决方案，同时怎样化异议为有利因素也是考验客户经理的综合素质。

(五)商务谈判：谈判时先应了解我行与客户谁处于强势或弱势地位，探知对手时应思路清晰，因势利导，懂得取

舍，追求双赢。

最后，在成功营销到客户后，该如何维护好客户呢？

我认为可以从以下几个方面去维护客户：一是了解服务过程中客户的需求；二是获取客户介绍服务的反馈；三是探索客户更多的业务服务机会；四是让客户进行业务的转介绍，进而服务该客户圈子内的其他客户。通过上述的维护，使客户不断保持对我行的粘度。

综上所述，客户经理需要具备良好的基本素质及专业技能，拥有市场调研能力、客户需求甄别能力、日常工作安排能力、营销产品能力、业绩完成进度安排能力、客户期望管理能力、风险控制能力等综合素质。因此，对我行而言，客户经理团队是我行最为宝贵的资源，若要营销、维护好大客户，最重要的就是培养出忠诚的、专业的、稳定的信贷营销队伍，让该团队用心工作，愿意发挥自己的聪明才智将本职工作做出色，把成就辉煌南海农商银行作为成就非凡自身人生的职业规划，也许这样，会成为我行营销、维护大客户的可持续发展之道。

(总行 胡杰)



立足“三农” 广泛传播金融知识

南海农商银行普及宣传金融知识工作纪实

近年来，我行秉承服务“三农”的宗旨，坚持社区银行定位，积极响应银监会、省联社“金融知识进万家”、“送金融知识下乡”、“金融知识万里行”等活动总体部署和要求，明确宣传主体，创新宣传方式，建立工作机制，初步探索出广覆盖、可持续的农村普及金融知识新模式，为普及农村金融知识起到了积极推动作用。2014年至2015年4月，我行共举办金融知识下乡集中宣讲活动111场次，接受农民群众咨询近6万人次，发放金融宣传材料11.03万份，创建“金融知识咨询点”240个。截至2015年4月末，共为228个农村青年发放了2964万元创业小额贷款。

一、构建有效的组织体系，增强普及金融知识的责任感

南海农商银行切实加强组织领导，完善保障体系，以高度的社会责任感和使命感，大力推进金融知识普及工作。

(一)强化组织保障。我行成立了由总行行长任组长的宣传工作领导小组，并召集各业务部门负责人及骨干成立相应的工作协调组和实施小组，指定总行人金融部为负责部门，在领导小组的指导下制定专项宣传实施方案，集中精力、整合资源，深入有序推动农村金融知识宣传工作。

(二)强化人才保障。我行积极引导员工主动参加送金融知识下乡活动，打造一支2000多人的业务技能过硬、服务意识强的专业宣讲团队，同时建立一支志愿服务队伍，深入基层、深入农村，组织开展各项金融知识宣传活动。

三、选取有效的宣传方式，拓宽普及金融知识的覆盖面

南海农商银行通过实施“四结合”策略，积极探索差异化、特色化的金融知识宣传活动形式，推进金融知识多层次渗透农民的日常生产生活。

(一)传统网点与新型媒体结合宣传。一方面，依托遍布南海城乡的240个营业网点为宣传阵地，在各网点设立“金融知识咨询点”，向农民群众推广金融知识，并通过LED屏滚动播放宣传标语、液晶电视轮番播放专题片、张贴海报等方式，多点位、高频次宣传金融知识，营造了浓厚的宣传氛围。另一方面，积极探索运用新型媒体宣传，利用微信与银行每周推广一期“百姓金融”知识，在网站首页设立“金融知识进万家”宣传专栏，同时与电视台、电台合作不定期播放金融知识，有效提高金融知识的普及传播效率。

(二)自助银行与行政中心专栏结合宣传。我行还充分利用680多合自动设备，循环播放用卡安全、ATM使用、风险防范等金融基础知识，营造了金融知识处处在身边的良好氛围。同时，加强与各镇街行政服务中心的沟通合作，在行政中心开辟金融知识宣传栏，定期为群众提供丰富的金融知识。

(三)特色活动与服务体验结合宣传。在开展“送金融知识下乡”活动中，我行因地制宜设计多项主题主题活动，并引入有趣的金融服务体验环节，不断提升活动深度和广度。以户外设摊形式举办“金融知识普及活动”等理财和个人征信等金融知识，引导教师

和青少年树立正确的金融观念。

四、提供有效的宣传内容，实现普及金融知识的多样化

南海农商银行根据当地实际和公众需求，制定了具有地区特色的宣传教育内容，通过“三送”服务，为公众获取金融知识提供了多样化选择。

一、送金融基础知识。重点普及支付结算、消费者权益保护、风险防范、非法集资、假币鉴别等基础金融工具，帮助农民提升运用基础金融工具、享受金融服务的能力。

二、送便民信贷政策。重点宣讲涉农贷款、青年小额贷款及小微企业贷款的产品体系、准入条件、利率政策、

收费标准、服务流程等金融知识，让农村客户了解贷款办理全过程，增强其对信贷政策的理解。

三、送创新服务信息。重点介绍基础银行业知识、创新产品和服务特点、金融市场热点问题等内容，实实在在让社会公众了解银行、理解银行、会用银行、从而做出明智、理智、知情的金融决策。

五、建立有效的工作机制，确保普及金融知识的持续性

南海农商银行通过建立评比、反馈及分享等“三项机制”，进一步巩固和增强金融知识宣传的实效性和长效性。

(一)建立评比机制。对于宣传效果突出的网点，鼓励其参加全行“金桂服务”和“春蕾行动”评比活动，并予以表彰，以优秀榜样带动全行进一步积极开展宣传活动。

(二)建立反馈机制。建立投诉受理机制，设立客服中心，及时收集和反馈农民群众的意见和建议，不断更新和改进宣传内容和形式，确保宣传活动真正满足农民群众的实际需求。

(三)建立分享机制。积极搭建微信银行“网点故事”、内刊“金融知识普及”专栏以及内部交流微信群等多个交流平台，供员工分享好经验和特色做法，进一步提升工作水平。

我行坚持开展“送金融知识下乡”活动的努力获得了良好的社会反响，有效提高了南海农村地区的金融知识水平，增进了公众对现代银行业金融产品、服务的了解和相应风险的识别能力，进一步促进了农村地区金融市场的全面、健康、和谐发展。

(总行 黄蕊)