

每月一主题

我行有序推进“普及金融知识万里行”活动



本报讯（记者 冯倩如）4月份起，在中国银行业协会及省联社的统一部署下，我行“普及金融知识万里行”系列活动正式启动。按照有关部署，我行以每月一主题的形式扎实推进

渠道、中小企业贷款、服务三农等银行业务知识，宣传本行的服务政策、服务特色及服务流程。同时，组织宣传人员走进社区、贴近农户，主动为金融消费者提供上门金融知识普及服务，力争做到将金融知识送到银行网点覆盖地区的金融消费者身边。

5月：防范金融风险知识宣传服务月
按照活动部署，5月份我行重点开展了防范金融风险知识宣传，由各支行在网点内开辟活动专区，对用卡安全、ATM机使用、投资理财、非法集资、电话诈骗等存在风险的业务进行充分宣传，并利用电子显示屏、ATM显示屏、液晶电视等渠道配合宣传活动，着力强化银行消费者风险防范意识。

6月：消费者权益保护宣传服务月
保护消费者权益是银行业应尽的责任，也是银行业保持强劲发展的重要

举措。6月份，我行重点宣传了本单位投诉的各种渠道和投诉处理流程，主动接受社会公众监督；在产品和服务销售过程中，进一步规范销售的各种环节，充分向客户提示产品特性、

《金融时报》首席记者到我行采访

本报讯（记者 黄惠）6月19日，《金融时报》首席记者李文龙到我行，围绕“金融·科技·产业”三融合、支持地方经济转型升级的主题进行采访，并到中小企业实地走访。一天后的6月21日《金融时报》在02版以《补足经济发展的“短板”》为题，报道了我行从信贷产品特色和担保角度两个维度进行创新，强化中小科技型企业融资的可得性，创新推出了租金收益

权质押、知识产权质押等信贷产品，以加大对小微企业的信贷支持力度。

近年来，我行秉承“相伴多年、更贴心您”的经营理念，加快转变发展模式，加强金融、科技、产业融合，通过强化产品创新、加强银政合作、改善金融服务和腾挪信贷规模有效措

增强审计维护企业肌体健康“看家本领” 我行举办审计实务与技能培训班

本报讯 为进一步提高我行审计人员及后备人员的审计理论知识水平，掌握审计检查技巧，6月24、25日，我行在农商银行大厦三楼会议室举办了为期两天的审计实务与技能培训班，全行现职审计人员、审计后备人才库人员和获得2013年审计准备资格人员共计118人参加了本次培训。

为办好本次培训班，总行相关部门进行了精心而充分的准备。一是精选培训机构和师资，通过对广州惠泉顾问公司、深圳金融联培训中心和中大咨询公司等3家培训机构的评估筛选，邀请了由广州惠泉顾问公司推荐、在国有商业银行从事18年审计工作的资深专家讲课。二是精选培训内容，结合参训人员特点和培训目

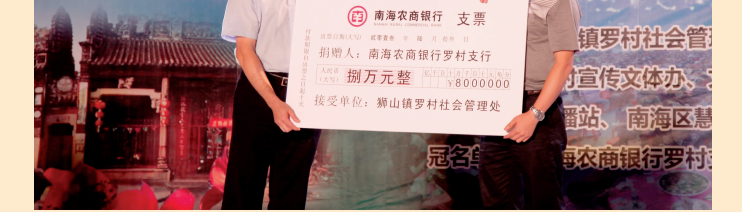
罗村“孝德永恒·农商行之夜” 综艺晚会巡演正式启动

本报讯 6月14日晚，罗村社会管理处2013年文化惠民巡演活动在罗村中心广场正式启动。本次文艺巡演以“孝德永恒·农商行之夜”为主题，将在罗村16个村居内巡回演出。罗村支行作为本次活动的独家冠名赞助单位，将为罗村广大市民带来在家门口就能享受的文化盛宴。

巡演活动启动当晚，罗村支行领导、班子成员与罗村社会管理处领导共同进行了捐赠支票交接仪式和巡演晚会启动仪式。社区文化志愿者们

在罗村中心广场带来了歌舞、粤剧、器乐独奏等多个精彩节目，受到现场3000多位市民的热烈欢迎，现场掌声与欢呼声此起彼伏。罗村支行还在现场摆设了“送金融知识进社区”咨询摊位，为现场市民提供金融风险、安全用卡、理财投资等金融知识宣传。

据了解，为期4个月的巡回演出，所有节目均为社区居民自编、自导、自演。罗村支行将结合本次巡演，开展员工与罗村社会管理处领导共同进行了捐赠支票交接仪式和巡演晚会启动仪式。社区文化志愿者们



总行营业部 邀请电视台专家传授写作

本报讯 6月15日，总行营业部举办了一期公文写作及通讯报道培训班。该部各线资料科员、通讯员及骨干员工20多人参加了培训。

本次培训邀请了佛山电视台南海分台副台长郭育三老师主讲。他分别就总结报告、通讯稿及消息等文种的写作进行了讲解，并从立意、结构、材料选择、语言、表现手法及创新写法等多个方面一一进行举例说明。郭老师的讲解思路清晰明了、语言简洁明快，他抓住员工在公文写作中的常见错误，罗列薄弱

行内快讯

全行员工积极捐献 “工会特殊会费”

本报讯 6月21日起，我行组织员工开展了“广东扶贫济困日·南海慈善募捐月·工会特殊会费”捐款活动。短短一周内，我行就筹集捐款51425.50元。通过开展扶贫济困活动，进一步弘扬了“行善恒乐、悦人悦己”的慈善精神，增强了精神文明建设的吸引力和号召力，对外展示了我行良好的企业形象。

（总行 纪晓霞）

我行举办2013年金融理财师 培训班（网络）开班仪式

本报讯 6月27日，总行在农商银行大厦三楼会议室举办2013年金融理财师培训班（网络）开班仪式。据了解，本次金融理财师培训采用网络教育+6天现场辅导的形式进行，培训时间拟持续到9月上旬，将为我行理财业务营销和发展培养急需人才。来自总行相关部门和各支行的60名员工参加了当天的仪式。

（总行 纪晓霞）

总行举办网点服务 礼仪内训师工作交流会

本报讯 6月5日，总行召开（网点服务礼仪）内训师工作交流会，参会人员就如何开展新员工网点服务礼仪培训进行了交流和探讨。通过此次交流会，进一步提高了新内训师的授课能力与综合能力。

（总行 纪晓霞）

总行营业部举办 读书心得交流会

本报讯 6月20日，总行营业部举办了一期以“我最喜爱的一本书”为主题的心得交流与好书推荐会，与会员工都结合自己阅读的书籍发表看法或体会，不仅分享了书籍本身所传达的信念，更向大家传递阅读后的心得感想以及推荐理由。通过此次读书心得交流会，该部不仅为员工提供了互相交流心得和展示自我的平台，也为提高员工综合素质、培养良好阅读习惯提供了重要渠道。

（总行营业部 徐艳）

桂城支行开展 应急预案安全教育活动

本报讯 近日，桂城支行利用班后时间组织一线网点员工分片开展了一次营业期间应急预案学习及模拟演练的安全教育活动。本次演练以网点为单位，随机抽取一个案发情景由网点识别预案并按应急预案要求迅速作出反应，通过道具和假设犯罪分子模拟真实情景、员工拨打报警电话、按动报警按钮、佩戴防毒面具等方式，及时点评员工在模拟进行时的表现优劣，并在演练后集中进行总结，让每一位员工进一步熟知不同紧急情况下的应对措施。

（桂城 汤瑞欣）

狮山支行举办 刷盛通卡送大礼活动

本报讯 6月1-2日，狮山支行在小塘广泰超市举办了刷盛通卡送大礼活动。活动期间，刷盛通卡消费满298元可获赠50元面值广泰购物卡，满500元可获赠100元面值广泰购物卡，得到了群众的积极响应，进一步促进了盛通卡客户刷卡消费，提升了我行盛通卡的知名度。

（狮山支行供稿）

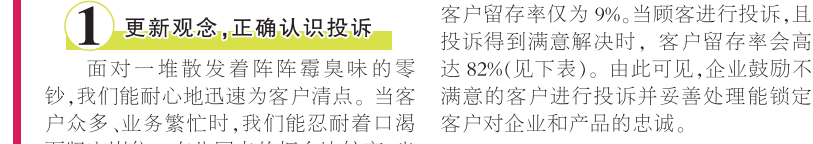
浅析网点前台客户投诉处理

随着我国经济的迅速发展、人民生活水平的大幅提升，人民群众的消费需求日益多元化、差异化、精细化，对产品和服务的期望也水涨船高。目前，银行间激烈的竞争迫使各家银行使出浑身解数：吸引客户，客户在挑选银行产品和服务时选择余地更大，客户对银行的要求也更高。此外，电脑的普及、网络的发达和媒体力量的壮大也促使了消费者权益意识的觉醒。在客户期望与权益意识双提高的背景下，客户投诉就成为了一种常见的现象。本文结合工作实际，通过分析投诉的发生原因、投诉隐藏的价值，浅析网点前台客户投诉的处理方式，旨在提高我行网点服务品质。

2 挖掘投诉的价值

具体而言，投诉之于企业的价值表现在以下三个方面：

（一）投诉有利于企业阻止客户流失，提高客户忠诚度。美国最具影响力的消费者投诉处理研究机构TARP的研究表明，当顾客感到不满又不进行投诉时，客户留存率仅为9%。当顾客进行投诉，且投诉得到满意解决时，客户留存率会高达82%（见下表）。由此可见，企业鼓励不满意的客户进行投诉并妥善处理能锁定客户对企业和产品的忠诚。



（二）投诉有利于企业减少负面影响的传播。不满意的客户不仅可以停止购买企业的产品或服务，而转向企业的竞争对手，还可能将自己不满意的感受向周围的人诉说，对企业的形象造成恶劣的影响。美国华盛顿消费者协会的一份调查显示：“每一个不满的客户会把他的遭遇至少告诉10-20个人。这是人类的天性。”更为严重的是，不满意的顾客在互联网上或向公众媒体投诉企业，这可能对企业的声誉造成不可估量的破坏。因此，企业应该为客户设置通畅的投诉渠道，鼓励他们在不满时向企业投诉，这能大幅降低负面影响的对外扩散。众多投诉案例表明，当投诉得到迅速、圆满的解决时，顾客会比投诉前对企业拥有更高的忠诚度，还会成为企业良好口碑的传播者。

（三）投诉为客户提供免费而富有价值的信息。顾客针对企业产品或服务的不满，是站在客户的角度体察一下其心情和感受，理解其为何会产生那样一种情绪和表现。理解原因有助于安抚情绪激动的客户，避免矛盾升级。三是诚意原则。我们在处理客户投诉时，不管是神态表情还是语言动作，都要表现出诚心诚意，这样能赢得客户的信任。正所谓“精诚所至，金石为开”，即使所投诉的问题未能得到圆满解决，也会因为我

们的诚意而获得客户的谅解。四是“三换”原则。其一，换个地点。切勿在营业厅内进行投诉，而应该将客户带到休息室或适宜的地方再作处理。如果在营业厅内处理投诉，既会影响到其他客户办理业务，也可能产生“羊群效应”，使不明缘由的客户也参与到起哄吵闹中，导致负面影响的扩散。其二，换个人。如果某个时间不适宜处理投诉或者处理投诉的效果不好，不妨请客户换个时间再来。这样既能让客户有时时间缓和情绪，也能让我们有时间做充分的准备。其三，换给上级。当我们竭尽全力都无法解决投诉，可以请示交给上级处理。一方面，客户会因此而感到受重视，另一方面，领导处理投诉的经验比我们多，处理投诉的权限也比我们大。

3 有效处理投诉

在认识到客户投诉的积极意义和价值后，我们就能消除在心理上对投诉的抵触，这是投诉得以有效处理和圆满解决不可或缺的前提。

（一）处理投诉的原则
成功一定方法，失败一定有原因，在处理客户投诉上也不例外。处理投诉时要遵循一定的原则和流程，这能收到事半功倍的效果。

处理客户投诉时要遵循以下原则：一是首问负责制原则。所谓首问负责制是指最先接受客户业务咨询或投诉的员工为首问责任人，负责全权处理或督促协调相关部门解决客户在办理业务过程中的问题，直至客户满意，不得以任何借口推诿、拒绝和搪塞。例如，A柜员在为客户办理存款业务时，因不小心输错了金额，当时双方都没有发现错误。次日客户发现错误后到柜台投诉，而B柜员休息了。于是客户找到B柜员理论。虽然B柜员并非经办柜员，但他作为首问责任人，有义务为客户解决问题，直到客户满意为止。二是理解原则。我们在处理客户投诉时，要有同理心，要站在客户的角度考虑问题。这并不意味着我们要完全赞同客户的观点，而是站在客户的角度体察一下其心情和感受，理解其为何会产生那样一种情绪和表现。理解原因有助于安抚情绪激动的客户，避免矛盾升级。三是诚意原则。我们在处理客户投诉时，不管是神态表情还是语言动作，都要表现出诚心诚意，这样能赢得客户的信任。正所谓“精诚所至，金石为开”，即使所投诉的问题未能得到圆满解决，也会因为我

第二：充分道歉，表达服务意愿。不管错误是否由我们造成的，我们都应该真诚地道歉，说“对不起”。道歉并不等于承认错误，而是一种礼貌，所以我们不要害怕道歉。在客户抱怨时，分辨客户同你的观点，而是站在客户的角度体察一下其心情和感受，理解其为何会产生那样一种情绪和表现。理解原因有助于安抚情绪激动的客户，避免矛盾升级。三是诚意原则。我们在处理客户投诉时，不管是神态表情还是语言动作，都要表现出诚心诚意，这样能赢得客户的信任。正所谓“精诚所至，金石为开”，即使所投诉的问题未能得到圆满解决，也会因为我

第三：收集信息，了解问题。解决问题的前提是我们要对问题有充分的了解。除了仔细聆听客户的陈述外，我们还要通过一些开放式或封闭式的提问，搜集客户所未能提供或者忽略的信息。

（丹灶 林国伦）

浅谈农村金融个人网银的发展

一、背景

1995年10月18日，世界上第一家网络银行美国“安全第一网络银行”诞生。在其开业后的短短数月之内，近千万人次的网上浏览量在当时的金融界引起轰动。随着互联网信息技术的发展及网民数量的飞速增长，客户对基金、投资理财产品的购买需求以及各类生活缴费服务的网络化，网上银行已成为公众的第一选择，足不出户，就可以网通天下，实现银行各种交易。在网络通讯技术日新月异的信息时代，各大银行都高度重视对信息技术的运用，密切关注网上银行（以下简称“网银”）在当下银行业竞争中的重要地位。

二、农村金融个人网银现状

（一）电脑普及率低，网银宣传力度不够。在农村地区或是较偏远的城镇地区，家庭电脑的普及率和使用率较低，加上农村人口和外来工群体对互联网认知不足，推广网银业务难度较大。很多人不了解网上银行，心存疑虑，认为网银、数字证书UKey、支付宝等需要花很多钱，平时用处不大，或是不懂得操作，所以拒绝接受。另外，一些银行职员也习惯地认为，农村地区群众很少接触，比较抗拒这种高科技的服务，致使推广的积极性也不高。

（二）市场定位不准确，营销拓展不到位。客户群体的定位直接影响到银行产品的定位。现时市场竞争激烈，大型商业银行因起步早，规模大，市场占有率高，

然偏低，高学历人才，专业性人才匮乏。农村文化水平整体偏低的问题直接体现在农村金融机构经营行为方面，比如营销拓展意识差、业务能力低、政策理解和执行水平差、服务质量不高等。这些问题直接导致了农村金融机构难以适应市场直接对客户实际需求，不利于网络科技的开发应用，经营效率不高，缺乏核心竞争力。

三、农村金融个人网银的发展建议

（一）加强网银宣传力度，积极推广网银使用。

农村金融机构可以通过网点分布广，积分兑换礼品等方面有针对性地宣传推广网银。如：在营业网点，主动派发网银宣传资料；开通网银赠送印有网银业务宣传的购物袋，既使用也达到免费宣传的效果；通过网银积分系统兑换礼品，鼓励客户网银操作；通过与特约商户的合作优惠活动推广网银业务；通过网银业务优惠每月进行抽奖营销推广。另外，开拓网银市场，可以从几方面入手。首先，针对特定人群拓展，主要对于新开户、尤其开卡的客户群体。年轻的客户群体比较容易被网银的使用，而对于老年群体，可以加强推广，让大堂经理、保安引导其到网银体验机进行定期汇款。其次，可以通过相关理财投资业务进行宣传推广。对于政府部门、学校、村委等单位，通过上门宣传理财相关产品，引导个人客户办理网银投资理财业务。

（二）找准市场定位，实行多样化营销。

市场定位是一个多维的过程，产品的定位与品牌的定位，相互制约、相互影响。营销网银产品的时候，将产品以具体的形象定位在消费者心中，让消费者一联想到，或是一旦产生类似的需求，就会执行水平差、服务质量不高等。这些问题直接导致了农村金融机构难以适应市场直接对客户实际需求，不利于网络科技的开发应用，经营效率不高，缺乏核心竞争力。同时，营销观念从“有什么产品就推什么”转变为“根据客户需要开发和营销”，尤其开卡的客户群体。年轻的客户群体比较容易被网银的使用，而对于老年群体，可以加强推广，让大堂经理、保安引导其到网银体验机进行定期汇款。其次，可以通过相关理财投资业务进行宣传推广。对于政府部门、学校、村委等单位，通过上门宣传理财相关产品，引导个人客户办理网银投资理财业务。

为了避免双方理解不一致，我们还可以通过自己的话重复客户所遇到的问题，让客户进行确认。另外，有些客户爱唠叨，容易把话题扯远了，偏离了主题。在这种情况下，我们要把喋喋不休的客户拉回到主题上。

第四步：主动提出解决方案，并征询客户意见。客户投诉的最终目的是解决问题。在遵照前述步骤处理的基础上，我们要迅速提出能够解决问题的方案。常用的话术是“针对您的这个投诉，我们可以这么办……”在这里需要注意的是，我们要确保客户准确理解我们所提出的方案，避免客户产生错误的期望。有时候，客户并非一定完全赞同我们提出的方案，所以还要征询客户的意见。常用的话术是“针对我们的解决方案，您有什么建议呢？”

第五步：适当给予客户补偿。当投诉处理完后，我们将赠送您一份小礼品，希望您以后对我们的工作多提宝贵的建议。”

第六步：执行承诺，并跟踪服务。这是处理投诉的最后一个环节。执行承诺，认真积极地帮助客户解决问题，并在问题解决后24小时内电话回访客户，咨询其对本次投诉处理是否满意。

4 结束语

西方营销学专家的研究表明，获得1个新客户的成本是保留1个老客户成本的5倍。而管理20/80原则显示，一个企业80%的利润来自于20%经常惠顾企业的老客户。所以，在激烈的市场竞争中，留住现有客户显得越发重要，这是因为保有现有顾客的成本更低，而收益却更高。

当一个客户向我们投诉时，并不意味着他们不愿意再购买我们的产品或服务。而事实上，他们想要表达的意思是愿意给我们机会，期望与我们继续合作，只是碰到了问题，希望得到解决。有效的客户投诉管理，能够将客户的不满转化为客户满意，能够大幅提升客户对我们的忠诚度，为我行树立和传播良好口碑，促进我行更好、更快地发展。

（丹灶 林国伦）

松岗支行儿童节 上演“亲亲我的宝贝”

本报讯 6月1日晚，松岗支行总部大院传来一声声欢声笑语，该支行团支部和综合部联合举办的“亲亲我的宝贝”六一儿童节主题游园会正在快乐上演。

活动当天下午，由该行青年团员组成的工作人员团队顶着烈日在松岗支行总部大院布置游园会场地。当晚7:00整，大院门口传来一阵阵脚步声，进而逐渐变成跑步声，游园会的主角们到了！有几个月的“小豆丁”、有刚会走路的儿童，还有已经上学的小朋友和小朋友，他们纷纷奔往游戏区“作战”去。在游戏诱惑和同龄小朋友的嬉戏欢笑下，再害羞的小朋友也跟着动了