

营销型网点转型“金秋行动”专题报道



图为总行个人金融部罗倩玲副经理总结活动开展情况



图为获奖代表分享心得



图为精英座交流现场

大堂之总冠军:里水支行营业部 叶美仪

追求优质服务无止境

先哲有云:高山仰止,景行行止。虽不能至,然心向往之。“客户至上,贴心服务,追求优质服务无止境”是我一直的工作理念,初入支行,我就以自己的行动,一步一个脚印地实践着这一久远而质朴的工作。

从去年3月份开始,里水支行营业部紧跟着支行自主转型的步伐,并成功通过总行验收,成为营销型网点。我的角色从一名前柜员转变成为一名大堂经理,是对我工作耐心的一个极大挑战。在这一年的网点营销转型工作中,感谢总行领导对我们支行自主转型工作的大力支持;感谢支行个人金融部的督导师们对我们工作的耐心指导、出谋划策;感谢营业部全体人员的团结奋进、共创佳绩。

大堂经理作为银行的形象“代言人”。我责无旁贷,任重道远,负着协调银行和客户间关系组带的重任。作为大堂经理,对内我要协助管理柜员分工等管理事务,对外我要负责客户跟踪服务营销工作。做好客户服务营销工作。对此,我觉得大堂经理这一岗位必须要有明确的角色定位和职责意识。在日常的工作中,大堂经理的主要职责既包括负责客户业务咨询、业务预处理、客户分流、客户投诉、产品营销等工作都需要大堂经理的协助执行。作为维护银行客户主力的大堂经理,只有不断提高自己的能力、熟悉业务流程,才能成为一名优秀的大堂经理,这不仅需要修炼“内功”,还需要勤练“外功”,做到“内外兼修”。

一、发自内心的微笑服务,让每一位客户感受到宾至如归的感觉

微笑待人,为客户提供满意的服务是我工作的宗旨。细节注定成败,往往很多时候,客户会因为一个轻轻的点头、微笑的问好,善意的提醒,贴心的问候,备

营销转型报喜来

2015年度营销型网点“金秋行动”获奖名单

一、营销推动奖			三、营销之星			
奖项	名次	网点名称	类别	奖项	名次	所在网点 姓名
冠军	1	九江支行	营销管理之星	冠军	1	九江营业部 郭洁云
亚军	2	里水支行		亚军	2	三水营业部 苏炜炯
季军	3	西樵支行		季军	3	平洲富景支行 何巧洁
二、营销明星网点			理财之星	冠军	1	狮山思贤支行 朱 璇
奖项	名次	网点名称		亚军	2	九江上北支行 何挺颐
冠军	1	狮山思贤支行		季军	3	里水中心支行 潘庆樑
亚军	2	九江营业部	大堂之星	冠军	1	里水营业部 叶美仪
	3	里水中心支行		亚军	2	狮山新城支行 彭婉婷
季军	5	平洲东胜支行		季军	3	西樵大同支行 黄燕清
	6	里水麻奢支行	柜台之星	冠军	1	里水沙涌支行 李泽恩
单项奖		桂城营业部		亚军	2	平洲东胜支行 陈淑芬
单项奖	并列	里水中心支行		季军	3	九江营业部 关颖泉
单项奖		狮山思贤支行				
单项奖		总行营业部				

营销明星网点冠军:狮山思贤支行

“金秋行动”获奖感言

自从 2015 年金秋行动以来,狮山思贤支行借着网点转型的平台发展,全员学习营销技巧,在先进营销理论的指导下,取得了不斐的成绩,包括新增 3 万签约数 149 个,新增贵金属 30 个,新开卡 567 个,开网银 529 个,手机银行 571 个,网银覆盖率 93%。

思贤支行网点上下牢树立“思变,创优质服务;聚贤,攀业绩新高”的服务理念,视客户为亲人,为客户提供周到、便捷、高效的服务。真正做到客户所呼,我有所应;客户所求,我有所办;客户所怨,我有所改!

强化工作总结,提高工作水平。思贤支行拥有一个集思广益的团队,每次晨会 and 班后会大家都会针对工作中遇到的问题和困难商量解决的办法。通过集思广益,思贤全员相互协调,相互弥补,拧成一股绳,形成了“全员协作,开口营销”的意识,促进了各项业务的发展;通过不断总结,“细节决定成败”成为我们赢得忠实客户群的秘诀,优质的服务是把握细节,抓住每一个细小的商机,在业务办理的过程中,“想客户之所想,急客户之所急”才能发掘客户需求,开展有效营销,比如通存的客户可以推荐开卡、转账

(狮山思贤支行供稿)



营销型网点转型“金秋行动”专题报道

理财之星冠军:狮山思贤支行 朱璇

每天积跬步

非常荣幸我所在的狮山思贤支行在 2015 年“金秋行动”中获得“营销明星网点”的称号,而我也获得“理财之星”这个奖项。回首一路,荣誉来之不易,它鞭策思贤支行更加勇敢地去探索营销型网点的信心。担任理财顾问对我来说是个里程碑的开始,感谢总行和支行提供给我学习的平台,让我在理财顾问这个岗位上,不断提升自身的素质与才能,领导和同事对我的支持和关爱,让我在工作中更加得心应手,思贤支行团结互助上进的工作氛围让我工作更加充满动力。

一、扎根基层 打造南海人自己的银行

理财顾问要用情,用心,用专业来打动客户,在策划活动要因地利宜更学会借力。思贤支行的地理位置在小塘城中心,客户群体以退休中老年人为主,我们策划活动的主题以提高中老年人参与度为主,打动中老年人客户的心;6 月 18 日,我们携手塘中居委会开展“粽叶飘香过端午,幸福和谐邻里情”的活动,活动前夕吹响集结号,号召各位虎妈猫爸一起动手包粽子,小朋友们 DIY 包艾叶香包工艺品粽子,不但自己动手乐趣多,还可以将爱心香甜粽子和艾叶香包工艺品粽子送到孤寡老人、困难群众手里,也将我行的浓浓关爱之情送到他们心中。虽然当天天气炎热,大家汗流浹背,给这家

送完粽子又去下一家,忙得水都顾不上喝,但我们都秉承南海农商银行“相伴多年,更贴心您”的服务理念,坚持上门给老人送粽子。献爱心的活动很有意义,虽然送的是粽子和小礼品,但是他们回馈的是满含深情的感谢,是对我们南海农商银行——“南海人自己的银行”的肯定!

“感谢党,感谢政府,感谢南海农商银行……”在五保户,困难户,空巢老人家里,说得最多,听得最多的是这句话。南海农商银行扎根南海有着非常好的群众基础,我们不断发展的同时也将爱心传递给社会,传递给不同阶层不同年龄层,让我们这座赖以生存的城市越来越和谐,越来越温暖。

二、贴心服务 为客户提供优质服务

理财顾问是银行文化的传递者,秉承南海农商银行的服务理念“相伴多年,更贴心您”,对待客户像对待自己的朋友一样,将心比心,诚信待客,创造良好的营销氛围。

在厅堂遇到一位陌生年轻的女性客户,询问我如何填写汇款单,她想汇款 10 万去 X 银行同名的账户,一般同名汇款我都特别谨慎,仔细留意她手中已经有 X 行 POS 单,刷卡行我为我行,入款行为 X 行,说明她用我行的卡去 X 行办业务时被刷走了资金要求来理财,将我行的浓浓关爱之情送到他们心中。虽然当天天气炎热,大家汗流浹背,给这家

营销推动奖冠军:九江支行

上下同心 星火燎原

从 2015 年开始到现在,在我们全南海农商银行来说,最火爆的莫过于这个了:营销推动!九江支行当然紧贴全行热点、不甘后人地开展网点营销转型工作。在营销转型工作的过程中,可以说酸、甜、苦、辣俱全,有很多耐人寻味的经历,同时也得到更多刻骨铭心的体会。

上下同心

上下同心,其利断金。班子和员工向同一个方向努力,齐心协力、精诚团结,才能克服困难,把工作做好。在营销转型工作上,我支行班子给予充分的肯定和大力支持。大到制度的落实,小到人员的调配都事事关心,在以后的工作中,我们将更投入、更投入、更投入,真正做到全员营销,真正做到全员营销,真正做到全员营销。

星火燎原

星星之火,可以燎原。新生事物开始弱小无比,但从小事做起,从自己做起,一点一滴、感染周围,同样璀璨夺目,广阔无边。这里说的星火,可包含两个方面:一是自身的。从营销转型来看,我们先以一、两个网点试行,网点里也从负责人、营销人员、会计主办带头,从言行、从收获的喜悦,渐渐感染周围的同事,大伙儿就自然投入到营销的工作中去。二是客户的。客户是我们银行服务的对象,也是我们利益的源泉,所以只为有限的客户服务是失败的。在客户维护的过程中,以客户为中心,让客户感到贴心愉悦,使客户发自内心地为我们做宣传,以一传十,以旧带新,我们的客户群体就日壮大了。

在今后,营销团是面对逆境的更好出路,接地气地为客户服务也是营销转型工作的关键。网点转型升级,打造更合适的营销手段,紧紧围绕营销转型工作,克服困,增添新动力,只有这样才能勇于尝试,大胆创新、同心破浪,我们相信南海农商银行的明天辉煌不断!

(九江支行供稿)



柜台之星冠军:里水沙涌支行 李泽恩

小力量 大撬动

甘于平凡,而又不甘于平凡。很多人都认为,网点最平凡的一份工作就是柜员。但是我却这么认为,普通的柜员也可以干出一番辉煌的事业。卓越始于平凡,完美源于认真。我热爱这份工作,把它作为我事业的一个起点。作为一名农商银行员工,特别是一线员工,我深切感受到自己肩负的重任。柜台服务是展示银行系统良好服务的“文明窗口”,所以我每天都以饱满的热情,用心服务,真诚服务,以自己积极的工作态度赢得顾客的信任。因为我坚信,柜员是直接面对客户的群体,柜台是展示我行形象的窗口,柜台的日常工作也许是平凡而单调的,然而面对各类客户,柜员要熟练操作、热忱服务,日复一日,用一点一滴的周到服务让客户真正体会到南海农商银行人的真诚,感受到在南海农商银行工作的温馨,这样的工作就是不平凡的。为了更好地做好自己的工作,我为自己订立了 4 大工作准则:一是掌握过硬的业务本领,时刻不放松业务学习;二是保持良好的职业操守,遵守国家的法律、法规;三是塑造和谐的人际关系,与同事之间和睦相处;四是清醒的认识自我、胜不骄、败不馁。

转型从点滴做起,营销从沟通做起。从随着网点转型工作在我行全面展开,作为一名柜员,我切切实实感受到了以往工作的不足。以前的我虽然能做到优质服务,但对于网点柜员营销意识认识不够到位,更多的是为客户提供简单的金融服务,并没有充分利用柜台这一优势,捕捉客户的信息,了解客户的喜好,从而挖掘客户需求。通过网点转型导师人,我从当初简单机械操作到现在柜员七步曲运用熟练。这看起来只是个简单的变化,却让我与客户有了更多的

沟通,大大提升了客户的服务层次和水,让柜台逐渐成为挖掘新客户、营销产品的一个重要突破口。

贴心服务,挖掘客户需求。有一次,在柜台办理业务的时候,与客户进行聊天,无意中客户抱怨现在利率越来越低。客户的言语中透露出希望有更高收益产品的信息。我立刻就意识到这将是一个很好营销机会。我立即回答“阿姨,活期存款利息相对比较少,您看您的钱如果常用,就存活期,不用存就存定期。定期有三个月,一年。”这时候客户并没有表现出多大的兴趣,这时候客户抱怨“定期利率也很低啊”。原来客户希望以寻求高收益产品,我马上想到了我行的理财产品,一套解决方案已在心中形成。此时,我马上向我行的代理销售的一款保险产品,并告知客户如果购买该产品,不仅能获得较好的预期收益率,还有专职的理财经理可以提提供一对一的理财服务,提高资金收益率等优势。听完阿姨有点犹豫,就说了句:“啊,我就是随便问一问。”听了这话,虽然心中还是有些泄气,但我还是面带微笑对阿姨说:“没关系,您有再不明白的地方尽管问,等资金方便了再过来!”接着,跟阿姨说了几句告别的话语,阿姨连连点头,笑着离开了。让阿姨想不到的是,一个星期后,那位阿姨又来了,这次她拿来了十万元钱,主动找到我,“你服务态度好,我愿意到你们这儿存钱,你给我看看,我出的钱怎么存合适。”我马上填写客户推荐表将客户介绍给我行理财顾问,经过理财顾问与客户一番沟通,这位阿姨将这份十万元购买了一份三年的保险。现在,这位客户已经成为我们的忠实客户,还陆续将存款转存在我们网点。

(里水沙涌支行 李泽恩)



图为朱璇为客户讲解理财产品

朋友圈分享她们一天的工作感悟,生活心得,她们也希望得到别人的关心问候,这时候不要急于和客户营销产品,先我行将会在 5 月底举办黄金巡回展,品种繁多且全场免手工费,并成功将她邀约到活动现场,虽然活动当天她姗姗来迟,但是她对行行的黄金展印象深刻,买了龙凤镯和戒指。过后,在微信中她对基金很感兴趣,但因为 0708 年基金投资失利,现在不敢再买基金,我连续几晚和她进行分析,并用培训当中的房老师教的 9 比 1 保本理财法则,成功拓展她在网银买了 10 万元基金。

理财顾问下班后可以多利用微信朋友圈的影响力进行非现场营销。下班是关怀客户最好的时机,很多客户都会

理财顾问不仅仅代表个人的形象,是传承银行服务理念和传递专业知识,为客户提供全方位的专业理财计划,以专业化的金融知识,指导人们理财和制定投资计划,做到合理投资,规避金融风险,确保客户在复杂环境中的财务独立和金融安全,以满足客户长期的生活目标和财务目标。

感谢南海农商银行提供了一个平台售产品。对公企业是我们存款的新生力量,我们除了传统业务深入企业还要将企业的风险分散,给他们的员工配置团体保险,来弥补社保对企业员工保障不足的有效工具,关注企业的可持续发展,给他们的员工提供福利保障,让企业无后顾之忧。

(狮山思贤支行 朱璇)

