

推动全员营销

聚力效能提升



本报讯 4月6日,南海农商银行营销转型网点“效能提升”竞赛活动颁奖礼暨精英交流会在狮山华美达酒店举行。会议对2016年营销转型网点“效能提升”竞赛活动进行了全面总结,对获奖的优秀网点和优秀个人进行了颁奖。

据了解,此次“效能提升”竞赛是在2016年上半年

2016年度营销转型网点“效能提升”竞赛获奖名单

组别	奖项	“效能提升”最佳网点	奖项	“效能提升”优秀理财经理	奖项	“效能提升”优秀责任人	奖项	“效能提升”优秀大堂经理	奖项	“效能提升”优秀柜员
第一组	冠军	九江支行营业部	冠军	九江沙北分理处 李彩英	冠军	大沥大范支行 周基雄	冠军	西樵大同支行 崔佩颜	冠军	桂城支行营业部 陈婉君
	亚军	三水支行营业部	亚军	九江支行营业部 关伟洪	亚军	狮山思贤支行 曾铜祥	亚军	九江支行营业部 卢贤玉	亚军	九江沙北分理处 谭永钊
	季军	狮山思贤支行	季军	大沥游雄支行 罗 萍	季军	三水支行营业部 苏炜阳	季军	里水麻奢支行 谭思颖	季军	里水麻奢支行 李敏华
第二组	冠军	九江上北支行	冠军	九江上北支行 何挺颐	冠军	狮山招大分理处 梁东新	冠军	里水支行营业部 麦妙欢	冠军	桂城千景支行 潘斯敏
	亚军	狮山招大分理处	亚军	大沥太平支行 李凯云	亚军	平洲支行营业部 梁 立	亚军	九江烟南支行 扶倩仪	亚军	西樵支行营业部 何成锦
	季军	西樵崇南支行	季军	狮山招大分理处 罗家庆	季军	西樵崇南支行 冯智芬	季军	西樵支行营业部 陈志华	季军	九江上北支行 冯国坚
第三组	冠军	大沥三元支行	冠军		冠军	大沥三元支行 潘少欢	冠军	平洲平西支行 林海英	冠军	大沥三元支行 简佐维
	亚军	里水胜利支行	亚军		亚军	盐步泌冲分理处 张婷婷	亚军	大沥三元支行 区俊辉	亚军	九江信盈支行 丁月莲
	季军	九江西江分理处	季军		季军	西樵稔岗分理处 刘元宽	季军	里水北沙支行 叶美仪	季军	里水北沙支行 杨伟林

“效能提升”优秀理财经理第二组冠军——九江上北支行:何挺颐

营销转型,我参与,我快乐!



回首过去,不知不觉九江上北支行营销转型已经踏入第三个年头了。作为网点的理财经理,在这三年里我滴下了不少辛勤的汗水,却也获益良多:通过不断的学习培训,自身的专业知识水平得到了较大的提高,通过与客户高频接触,眼界也随之得到提升。2016年对于九江上北支行来说是璀璨的一年,年初网点成功实施了升级改造,并于7月份迎来了华丽转身,有布局合理、设备齐全的自助功能服务区和崭新舒适的营业厅,更有高端大气的贵宾理财中心,我充分利用这个优秀不定期地举行网点沙龙活动。根据不同的活动邀约不同类型的客户前来参与,让客户体验我们的崭新营业环境和贴心的服务。有时候我们也会针对某些任务指标邀请第三方合作单位举行一些沙龙活动,例如理财沙龙、证券投资讲座,保险产品推介专场活动,在客户中也反响热烈。在证券分析专场活动中,我们与合作的证券公司一起邀约一些有意向进行证券投资的年轻客户参与,收获了多个三方证券户口以及2笔消费循环贷款;在与黄金客户我经常会以电话、短信或者邀

约厅堂的方式与他们进行交流,让他们体验到我们行对客户关怀;对于普通大众客户我们会不定期地去到社区举办各类的社区宣传活动,深入到客户中去,同时也可以提高我行的品牌影响力。例如,我九江的沙咀细阡村附近有一家农行,因为距离更近,村民们更喜欢到那里办理业务,存款很少留在我行。对此,我们特别于去年的中秋节在沙咀细阡村举行了一次中秋灯会,网点负责人和我拿着活动宣传单逐家逐户进宣传,并以此为契机对客户宣传我行的产品。这次活动反响热烈,达到了不错的宣传效果之余,也使村民对我们有了更深刻的了解,活动结束后,更是有了不少村民到网点咨询和办理业务。

其次,因为有了崭新舒适的营业环境,我充分利用这个优秀不定期地举行网点沙龙活动。根据不同的活动邀约不同类型的客户前来参与,让客户体验我们的崭新营业环境和贴心的服务。有时候我们也会针对某些任务指标邀请第三方合作单位举行一些沙龙活动,例如理财沙龙、证券投资讲座,保险产品推介专场活动,在客户中也反响热烈。在证券分析专场活动中,我们与合作的证券公司一起邀约一些有意向进行证券投资的年轻客户参与,收获了多个三方证券户口以及2笔消费循环贷款;在与黄金客户我经常会以电话、短信或者邀

“效能提升”优秀柜员第一组季军——里水麻奢支行:李敏华

用心服务 真诚待客



丰富的一线前台工作经验让我深深懂得,只有对工作满腔热忱、坚持不懈,不断提高自己的专业技能和业务水平,以务实求真、一丝不苟的态度处理每一笔业务,以自然豁达、和善宽容的心境接待每一位客户,才是优质服务的根本。

转型从点滴做起,营销从沟通开始。随着网点转型工作的全面展开,我深深地感受到以前工作的不足。以前的我虽然能做到优质服务,但营销意识不够到位,更多的是为客户办理简单的金融业务,没有延伸到他们的理财需求,资金规划,家庭财产配备。里水麻奢支行的非现金区,为我的工作提供了很大的便利,因为该岗位没有防弹玻璃,深深地拉近了我和客户的距离,前来办理业务的客户可以很轻松自如地

开发方面,保险产品受到客户追捧,网均保险销售量均值达到126万元。电子银行产品也一路高歌,网均新增开卡数量均值达406张,网均新增个人网银开户数均值和网均新增手机银行开户数均值分别达到259户和294户。

三、固化营销转型工作,跟进网点后续提升

为进一步增强激励作用,总行对本次竞赛设置了营销转型网点、网点责任人、理财经理、大堂经理和柜员等5大奖项,分别根据网点考核指标、岗位工作职责等进行设置,采用定量和定性相结合的科学方式,全方位运用数据收集、录像检查、现场检查、综合评定等手段,对参赛网点和岗位进行客观评审。“效能提升”竞赛活动的举办,促使网点营销转型工作更加规范化和流程化,进一步提高了网点营销转型工作的效率和效果。

本次营销转型网点“效能提升”竞赛活动虽然圆满落下了帷幕,但我行的网点营销转型工作仍然在纵深推进当中,本次此次活动后,总行将会继续完善网点营销转型的工作机制,以更新颖的方式激发营销转型网点的竞争意识,提高全员的营销积极性,提升网点效能,带动业绩新飞跃。

(零售银行部 李春仪)

“效能提升”最佳网点第一组冠军——九江支行营业部

酒香也怕巷子深



过去我们常说“酒香不怕巷子深”,而现在“酒香也怕巷子深”,酒再香,巷子深了,味道也飘不出去。要让酒香人尽皆知,就需要营销,把好的产品推广到客户的身边。

自九江支行营业部转营销网点以来,各项业绩数据的提升说明了营销的重要性,并在这次“效能提升”的竞赛中再进一步突破自我。为此,总结了以下三点心得体会:

确立短期目标。由于竞赛的准备时

“效能提升”优秀理财经理第三组季军——狮山招大分理处:罗家庆

全力以赴 促进效能提升



同时让其他同事认识到提升服务和营销意识的重要性和紧迫性。其次,通过与以前转型前网点的对比,我们都真正体会到转型网点的优势,体会到服务和营销理念的提升才是网点转型真正的内涵,以网点理财经理作为推动网点转型的突破口,以理财经理意识的转变带动基层员工意识的转变。

二、做好优质客户的识别与维护,提供差异化服务

我会时刻关注网点的优质客户,了解他们的金融需求,多和他们进行交流,尽自己能力为他们解决问题,只有得到客户的信任才会有其他沟通交流的机会。同时我会将高端客户的资产信息,个人信息加以整理,做好分门别类,方便管理的同时对他们实行差异化服务。

三、实行客户分流,减轻柜台压力

明确理财经理和大堂副理岗位的职责,规范客户办理业务流程,进行有效的客户分流,努力实行100%的客户接触率。每个客户进行业务咨询,我和大堂副理都会优先引导客户前往自助终端办理

“效能提升”优秀大堂经理第一组冠军——西樵大同支行:崔佩颜

方法,很重要。我们网点实行的是内外联动,紧抓每一个客户。大堂经理,是客户进门的第一道过滤网。客户一进门,我先筛除60岁以上来取养老金的公婆婆。剩下的客户,只要有带身份证,基本可以营销电子银行,而且成功率95%以上。开口直接询问客户“请问办什么业务,有没有我们的银行卡?如果没有,我们可以送您一张银行卡,免年费,还附带电子银行功能。现在使用电子银行转账汇款,都不收手续费,一年下来可以省几顿菜钱。例如你农行有交水电费的账户,直接在我们电子银行汇款过去,节约了网点中间业务收入最重要的组成部分。所以,在过去的2016年,我们一致的目标就是:电子银行。

指标任务和对公存款的业绩任务。

业绩任务的细分。针对网点的岗位人员进行任务细分,实行任务落实到每个人。特别是柜员的任务指标,要求做到全员开口营销并能寻找突破。由于本网点面积较大,出入口较多,单凭厅堂人员的维护远远不够,故必须加强网点柜员的全体加入,实行内外配合,提高促成。不断加强柜员的营销方面的学习,使其明白为想要提高自身收入就必须为我行创造更大利润。如何挖掘优质客户,争取新客户是当务之急。柜员有着得天独厚的优越性,在办理业务的同时,还能掌握客户的年龄、文化程度、我行资产等。当获得客户的信任后,就可以做进一步的沟通,明确重点客户,做到有的放矢。

以上三点便是通过这次竞赛总结出来的心得体会,做实事必须讲求坚持,只要坚持不懈才能使得营销转型得以长久有序进行下去,营销道路漫漫且困难重重,这很需要我们在不断失败中寻求解决办法,在一切未知中寻找出路,并鼓起勇气携手走下去!

(九江支行营业部 关颖泉)

“效能提升”优秀责任人第三组亚军——盐步泌冲分理处:张婷婷

从“心”出发



交流,真正让客户感受到我们是在为客户的资产进行增值以及投资优化。

服务的精髓在于用心,而不是形式。所有的用心都会从日常工作的细节中体现。小到一个微笑,一句“您好,站在客户的角度用心服务,把这个态度渗透到每一位员工的心里,然后从服务的细节流程体现出来,我想这应该就是转型网点团队建设的第一步。

一个有“灵魂”有态度的团队,如何更好的将用户体验提升,这个就是第二步。传统银行的服务就是:客户有需求,我们来满足。客户问题得到解决,我们就是“好同志”。但是,随着大环境的发展和改变,银行业务种类和产品也在不断优化和更新。这些改变,不仅要我们银行从业人员不断去了解,更重要的是要我们的客户知晓,变“被动”为“主动”,在保障满足客户基本业务需求的基础上,根据客户的自身情况,主动介绍我们的产品和优势。用心

“效能提升”最佳网点第三组冠军——大沥三元支行

内外转型 效能腾飞

三元支行作为大沥第一批自主转型的交易型网点,已成功转型近1年的时间。这次成功转型,要感谢大沥支行领导班子的信任和支持,感谢总行零售银行部的指导以及大沥支行督导师邹竟辉的帮助,对于三元支行来说,这次转型是一次脱胎换骨的大转变,是一次结合网点实际的探索性改革。

首先,改变最大的要数员工对全员营销的理解。在网点转型之前,营销任务的完成只靠客户自己找上门来,或者靠网点负责人一个人外出营销,而一般柜员或者会计只是负责做好常规性业务,不参与营销。转型后,网点营造全员营销的氛围,各员工的营销积极性得到一个巨大的提升,我们总会为每一位踏进网点客户找到合适他们的产品,这是我们认为转型带来的最本质的飞跃。此外,作为负责人的我,为每位员工都分配了指标任务,有了目标后大家更有动力,在工作时间外也不忘营销,微信宣传、外拓派单等已成常态化,这也促成了今天的效能提升好成绩。

其次,客户维护的深度与广度有了较大的提升。转型前,由于网点建设已有十多年的历史,与现在的支行建设要求有很大差距,连最基本的VIP室或理财室都不具备。一个大厅里私人银行客户、黄金客户和普通客户等全部混在一起,营销的难度比较大。在转型工作小组帮助下,在有限空间内划分出理财专区,大大提升了营销的便利性与有效性。并把提高服务质量作为优化网点转型环境的措施,通过提倡微笑服务、人性化、亲情化服务方式改善服务环境,满足客户多层次的服务需求。转型后,客户通过大堂经理的分流后,业务的办理速度有所提升的同时,理财经理服务周到,使客户在办理业务的过程中,享受到行零售银行部的指导以及大沥支行督导师邹竟辉的帮助,对于三元支行来说,这次转型是一次脱胎换骨的大转变,是一次结合网点实际的探索性改革。

再次,转型工作使网点与客户联结度大大增强。以前,交易型网点只是纯粹的办理传统的柜台业务,没有太多与客户进行互动的活动。现在通过营销转型,厅堂上增加了大堂经理通过梳理,选出网点的可以继续跟踪挖掘的客户,便于网点负责人的进一步维护及营销。

最后,网点转型减轻了主管会计和中台的工作量,减少业务差错率。外厅堂交由大堂经理负责,包括指导填单和复印证件等,会计与中台集中精力负责业务的授权与资料的整理,各个岗位都各施其职,增强了各项工作的连贯性,减少了时间和资源的浪费。

看到我行转型所取得的可喜成绩,离不开各位领导及上级部门的指导和支持,也离不开网点员工的共同努力。只要大家团结一心,携手共进退,并将继续沿着转型的路一直昂首前进,一定能取得更大的进步。

(大沥三元支行 潘少欢)