



编者按：

有一种力量，叫精诚合作，有一种品质，叫主动作为，在助力企业复工复产的进程中，我们的员工克服困难，迎难而上，无论是居家办公还是“现场作业”，大家都全身心的投入，专注于心，高效于行，不是说说而已的。

找准方法 多措并举 在营销中体会工作的快乐 撰文/辛馨

开门红是每家银行一年工作的重中之重，但突发的疫情，打乱了我们每个人的营销计划，居家办公长达一个半月，占据了开门红一半的时间，每个人的任务目标似乎也变的遥不可及。在开门红期间，我超额完成全部个人任务指标，总结以下几点心得，与大家共同分享。

一、抢先抓早，先易后难。疫情的突发使我深刻体会到抢先抓早完成指标的重要性，我第一时间将任务指标按先易后难进行排序，结合自身情况锁定目标客户群体，继而制定阶段性营销计划。我计划将指标完成进度按照50%、30%和20%

进行推进，而在实际工作中，截止春节放假前，我已完成80%的任务指标，这也成为我能顺利完成开门红任务的重要因素。

二、抓住重点，捆绑营销。我将营销的突破口设定为“金卡带动电子渠道、ETC带动开立金卡、金卡捆绑信用卡”。

(一) 结合我行金卡在全国自动取款机每日前五笔可享受“零手续费”的优势，我认为这种优势非常适合经常出差的行业，因而结合自身周围客源将目标锁定在保险行业的销售员，随后上门开卡，协助其激活电子渠道，由此共开立金卡12张，开通电子渠道24户，办理信用卡6张。

(二) 我行ETC虽推出时间较晚，但我通过市场调研了解到，之前市场份额占比较大的建行ETC设备处于断货阶段且已无优惠活动。因此，我以“免费办理ETC，通行费尽享九五折优惠”为契向机周围客户进行宣传推广，并主要针对之前已邀约来我行办理借记卡而迟迟未来的客户进行宣传。我以此方法为突破口，成功营销6户ETC并带动开立6张金卡、开通18户电子渠道、办理6张信用卡，营销效果较为显著。

三、适应形势，线上营销。居家办公期间，我及时调整营销策略，积极学习线上营销方法。通过同事的经验分享，我学会了线上开立二类电子账户并通过电子账户购买基金定投的方法，我将客户目标锁定在身边中青年客群，通过微信语音、视频等方式与客户线上对接，指导他们开通线上服务功能，运用这种方法成功营销11户基金定投，开通22户电子渠道。

面对营销，我们不仅要研究适合自身的营销方案及计划，更重要的是通过日常工作不断的巩固拓展周围的潜在客源，让不同年龄段的客户都能成为我行产品的体验者。

在疫情期间，小微企业受到了前所未有的重创，盘活资金成为小企业生存下来的救命稻草。在三月中下旬陆续复工以来，我参与了4户新增个人经营及小微企业主的贷前调查，一方面是要借此时机扩大信贷规模，为发展前景好的小企业提供资金支持，另一方面无论是个体工商户还是小微企业主，他们主要结算账户大多为个人账户，通过为他们提供贷款资金支持来引导这类客户将个人结算账户转移到我行，这不仅可以增加我行的储蓄存款，这部分低成本的活期资金也会成为我行效益的增长点。截至目前，新增4户贷款中已审批通过3户，其余1户预计下周上报分行，我们会坚持跟踪这类客户的回款情况，将零售业务与小微企业业务联动营销，将二者相辅相成同步推进。

在营销这条路上，我们要根据不断变化的市场不断去摸索、探索对应的营销模式，在实践中积累经验、弥补不足，从而一步步接近目标。成功从没有捷径和奇迹，每一次进步都是大家不断积累的努力，我愿意与同事们携手前行，创造更多的成功与喜悦。（作者单位：中宣街支行）



以“四融”加快业务发展 撰文/李磊

2020年初，一场疫情打乱了我们的生活，一手抓疫情防控，一手抓经营发展成为我们的新常态，按照当前金融工作“稳预期、扩存量、分类抓、重展期、创工具”的十五字方针要求，资源融通、内容兼容、宣传互融、利益共融是我们赢得市场主动权的关键。

特殊时期，我通过线上线下与企业做好对接，了解授信企业受疫情影响的变化和资金需求，快速出击，与同事们有针对性的提供金融服务。如提前联系某钢铁公司续作贷款业务，提前让该公司准备授信业务资料，主动联系该企业两家担保公司，于三日内将材料上报条线。经联系办理，该公司在我行办理5000万元全额银行承兑汇票，截止目前余额8000万元。在收到省某玉米开发有限公司变更担保条件的总行批单后，我们积极与上级沟通，趁疫情可控期间到山东青岛、诸城落实相关执行材料。经过上下努力，为企业及时放款，解决了该玉米开发公司受疫情影响春季收粮资金紧缺的问题，高效的服务得到了企业的认可，现该玉米公司与另外一家兄弟公司基本上每周五都会将闲置资金落户我行“过周末”。另外，我们在三天内办结了哈尔滨某航空运输有限公司的展期业务，顺利的化解了该企业在疫情期间的资金困难。

对私业务方面，我们充分利用线上服务模式引导客户在线办理业务，突破了时间空间限制。将线上线下服务同步推进，此期间我在美团和抖音平台上发现现阶段美团就哈尔滨地区高峰订餐每小时几万单，抖音销售成交量更是天价，随后我在抖音上搜索了相关银行的信息，发现部分银行已开始占领相关平台市场。如建行某分行用短片宣传该行产品，得到粉丝关注；招行利用平台，线上办理信用卡，并直播家装节主题活动；南宁某村镇银行将存款产品——乐享金融挂上平台直接销售。在抖音平台上，我意外发现同学家的饭店出兑成功，当即与同学取得联系，在介绍了我行产品优势后，同学办理了45万幸福存产品。

我认为，在融媒体时代，我们要主动顺应潮流，不断放大本行服务优势，积极研究同业先进经验，知己知彼，有针对性的进行产品组合营销，方能有所作为。（作者单位：哈尔滨分行营业部）



用行动诠释担当 用热诚服务客户 撰文/彭万程

大家好！我是中宣街支行客户经理彭万程，下面我将居家办公期间的一点个人心得与大家分享如下。

一、贷款收息，咬定青山不放松。此次居家办公期间正值我行贷款客户还息日，我行贷款客户还息日主要是每月20日、21日。从新冠疫情爆发以来，到现在已经有三个月的时间，疫情爆发对餐饮行业、小商品批发行业、零售行业冲击较大，上述行业大多没有真正的复工复产，对从业者的还款能力产生了一些影响。在疫情期间就有客户来电话或微信咨询延期还款和疫情期间是否有利率优惠事宜，我行客户经理按文件要求向客户积极宣讲政策，说明我行有三种情况可以延期还款。分别是：客户是否是一线医护人员；客户是否是湖北地区的客户；客户是否已经确诊或为疑似病例。客户如有上述情况，需提供相关证明材料，包括但不限于微信截图、车票、医院证明、短信等。如果非上述情况，请客户务必重视个人征信，按时还款，切勿拿征信开玩笑。通过解释工作，客户表示理解和配合，最终保证了按时、足额将应还本息存入我行扣款账户。

从以上案例中，我得到的启示是，为解决疫情期间不同贷款客户的本息收回问题，银行人员务必要晓之以理、动之以情，切忌简单粗暴，这样一方面保证了我行资金不受损失，一方面拉近了银企关系。首先，从每月17日开始，客户经理每日在微信朋友圈发消息，提醒客户我行的还款日是20日、21日，请其及时还款还息，提醒客户珍爱个人征信记录，告知其诚信记录是最宝贵的无形资产。其次，对上两个月20日、21日才在扣款账户存入本息的客户，精准施策，专户专人，一对一联系，做到每月17日就开始通过微信、电话进行联系，确保客户在20日之前将贷款本息足额存入扣款账户。

最后，关于小微企业客户，我行会在每月17日通过营业室将企业账户余额进行查询，列表发给管户客户经理，对还款余额不足客户，电话联系企业法人或企业会计，提醒客户按时还款，足额存入贷款本息。到还款日之前每日都会去查询企业账户余额，对余额不足用户持续跟踪，直到存入足额本息为止。

在支行全体同仁的共同努力下，中宣街支行359户房贷客户，14户经营类和消费类贷款客户，12户小微企业在疫情期间均按时足额收回贷款本息，未产生逾期情况。

二、授信工作，克服困难按时报送。我对前期储备的授信客户，通过电话，微信视频聊天等工具，指导客户准备相关工作资料。通过视频了解客户的贷款用途、生产经营情况、抵押物情况、还款来源情况，根据了解的情况在家撰写调查报告。在接到企业送来的材料后，我利用值班时间迅速整理上报，这样就保证了在疫情期间报送授信业务资料不断档。

疫情还将持续一段时间，目前哈尔滨每天都在出现新增疫情，防疫工作任重而道远，我们既要做好疫情防控工作，保证自己和家人的身体健康和生命安全，一方面要积极履行银行社会责任，做好客户维护服务工作。正如行长所说，疫情虽在，我们要斗志不减，工作任务不减，工作热情不减，我将以实际行动践行以上诺言。（作者单位：中宣街支行）

