

吸引“路人” 培育“铁粉”

咸宁农商行“粉丝经济”方兴未艾

本报讯(记者 徐浪 通讯员雷涛 陈醇)“我开奶茶店,从农商行获得了19万贷款。”4月1日,小何老板指着新开张的“吉德堡”奶茶店说。90后青年小何,人生第一次创业就获得了这笔融资,得益于她是咸宁农商行的“铁杆粉丝”。

“我开通农商行的手机银行,关注农商行的公众号都两年多了。”小何老板说,他像逛网店一样流览农商行的网站、公众号,里面许多信贷产品的申请条件、申办流程他都非常熟悉。这次开店,他虽然不认识农商行里的人,不知道银行的大门朝

哪开,但他第一时间想到了它。他在线上申请一次通过。这是咸宁农商行正在兴起的“粉丝经济”的一个案例。

在网络科技日益完善的今天,咸宁农商行现有手机银行用户51万人,扫码商户15.3万户,微信公众号、抖音账号粉丝1.36万人。资料显示,这群“粉丝”中,中青年人超90%。他们是社会工作主体、创业主体、消费主体,其经济潜力巨大。

为了将资源优势转化为经济红利,咸宁农商行充分利用大数据优势,整合数据资源,借力海量的数据和丰富的应用场

景,运用数字技术提高营销获客、运营管理及风险控制的精准度,为普惠金融群体提供更有弹性、更有稳定预期的金融产品。同时凭借数据安全和信息保护,优化征信体系建设,健全数字普惠金融监管体系,加强了数字技术与实体经济相融合。

咸宁农商行认真谋划、积极开拓,采取了一系列行之有效的措施。以“开通有礼”“相见有礼”“关注有喜”等活动,吸引“路人”;以代发工资、“银校通”“银医通”及各类缴费等项目,实现快速“圈粉”;以“消费有奖”“电影票有抢”

“景点门票优惠”“乘公交打折”等项目,高效“涨粉”;以开讲座、上门服务、换钱币兑零钞等形式,固定“骨灰粉”;以线上有节目,线下相聚集,培育“铁粉”。

该行对公众号、抖音账号、网站精心打造,以幽默风趣的格调、连天线接地气的图文吸引眼球,矩阵式推出各种信贷产品,以求高曝光、高点击,引燃“粉丝经济”。

据统计,该行今年累计投放各种贷款19.2亿元,其中“粉丝经济”1.1亿元,约占5.72%,其势方兴未艾。

发生在农商行营业大厅的故事——

一张假币引纠纷 处置得当获称赞

记者 徐浪 通讯员 陈醇 赵婷

“这是我的钱,你凭什么不给我!我要投诉你!”4月1日中午,咸宁农商行温泉支行营业室大厅,一女姓客户激动地对着银行柜台大嚷着。

该行运营主管夏颖当即从客户经理区赶到客户身边了解情况。在与客户和柜员的交流中,夏颖了解到这位客户是开店的,来将这周的营业款4万块钱存入银行,没想到在过验钞机的时候,发现了一张百元假钞。

按照人民银行《货币鉴别及假币收缴、鉴定管理办法》假币收缴第十五条规定“金融机构柜面发现假币后,应当由2名以上业务人员当面予以收缴,加盖‘假币’字样

的戳记,被收缴人不能接触假币。”

柜员郑柔在向客户说明情况后,在另一名综合柜员王敏的见证下,在假币上盖上了“假币”戳记。而在此过程中,客户一直要求郑柔将假币还给她,看到被盖章后,更是大发脾气。

想到辛辛苦苦开店,却平白无故损失一百元,夏颖完全可以想象客户此时的委屈、不甘和愤怒。

夏颖一边做好客户安抚工作,一边为其讲解人民币防伪知识,在其耐心疏导下,客户情绪有所缓和。随后夏颖又从内厅拿着一真一假人民币到客户身边,手把手教客户如何辨别人民币。了解到客户已经开通了农商行的扫码付业

务后,夏颖更贴心地拿了几本人民币宣传册子给客户,嘱咐客户一定要定期维护和升级点钞机,并向客户承诺上门为员工开展人民币鉴别技巧培训,客户此时平静下来,从心底也理解了银行假币收缴工作,为他们处置方式点赞。

咸宁农商行相关负责人介绍,一直以来,该行注重金融安全防范工作,按照人民银行相关制度要求,筑牢网点第一道防线,肩负起反假币、反洗钱义务与责任,维护良好的金融生态环境。2021年,该行共收缴假币512张,金额46280元。咸宁农商行将持续开展形式多样的人民币知识宣传活动,引导群众更好地了解人民币和提高假币的鉴别能力。

李刚:凝心聚力攻难关

●记者 徐浪

自2010年参加农商行工作以来,牌洲支行、老官支行、高铁支行...他的足迹遍布嘉鱼农商行多个基层网点,先后历经柜员、客户经理、支行长、机关部室负责人等多个岗位。

凭借着惊人的毅力和高度的责任感,他用行动证明了化腐朽为神奇的力量。他就是嘉鱼农商行李刚,一位努力的农商行人。

■聚合力,齐心协力攻难关

自参加农商行工作以来,李刚便专注合规经营,特别是担任支行长以后,他便以风险防控扩面增效为重点,集中精力、主动作为、勇于担当,大力化解风险贷款和清收逾期贷款。

2021年9月,借款人徐某在营业部94.9万元个人经营性贷款逾期了130余天,因工程款未及时结账,资金压力大,加之疫情影响,导致其暂无力偿还贷款,无奈之下,徐某便采取拖、躲方式逃避债务。

为化解贷款风险,李刚隔三岔五跟

徐某打电话,先后多次与客户经理一道去到他家登门,说服他及他的家人配合归还该笔贷款。

精诚所至,金石为开。徐某说当年9月份有笔工程款结账,会归还一部分。李刚迅速核实该信息是真实后,通过工程甲方的支持和客户的配合下,在9月底,该笔工程款打入徐某账户,并于当天归还该笔风险贷款,难啃的“硬骨头”就这样啃下了。

■拼毅力,坚持不懈破坚冰

“风险贷款清收就是要拼斗志,拿硬措施,方能出成效。”这是李刚经常挂在嘴边的清收“秘诀”。

把风险贷款清收工作清单化、责任化、每天化,确保控新降旧。通过做实贷后管理,做到贷款情况了如指掌。

每月对存量贷款贷后检查逐笔落实到位,对存在风险隐患的贷款及时预警,并制定化解措施,做到心中有数,脑中有法,手上有招,严控新增风险;及时对客户进行到期提醒,做到风险预警未雨绸缪。

每月初从信贷系统中导出下月到期

及分期到期贷款清单,并按管户人下发至客户经理进行催收,要求最少提前1个月告知客户,明确客户还款意愿及还款能力,并做好催收记录。

对风险贷款、逾期贷款及逾期信用卡等清单分配至所有员工,每人在清单上填写逾期情况及催收落实情况,每天上班第一件事就是通过信贷系统查询是否归还,并及时催收,真正做到“户户有人管,逾期有人收”。

在问到如何看待风险贷款的时候,李刚说:“出现风险贷款不可怕,可怕的是失去信心和措施,我坚信只要齐心协力,提高对事业负责的责任感,凭借踏石留印、抓铁有痕的劲头,将会用行动来证明化腐朽为神奇。”

正是有了这份对农商行事业的执着,李刚才能在日常工作中将一个个难题迎刃而解,从而为实现农商行高效发展贡献力量。



嘉鱼农商行 开展减费让利 主题宣传活动

本报讯(通讯员 杨惠春)

近期,嘉鱼农商行组织在全县开展降低小微企业和个体工商户支付服务减费让利政策主题宣传活动,进一步推动减费让利政策落实落地。

该行组织宣传人员走进社区、商区、园区、农区,对小微企业和个体工商户逐户上门宣讲支付服务减费让利政策及具体举措,让客户充分了解减费让利政策,享受消费知情权;同时,详细了解客户的实际困难,耐心解答客户疑问,帮助客户解决实际困难。

该行在各营业网点张贴“减费让利 惠企利民”宣传海报,通过摆布展架形式公示金融服务收费价格,利用LED显示屏滚动播放减费让利宣传标语,对网办理业务的客户和过往社会公众发放宣传折页,全面普及减费让利金融政策知识。

同时该行积极利用微信公众号、微信等媒体线进行宣传,针对该行所有应降费客户(商户),通过短信等告知方式,做到精准宣传政策。此外该行对外开通了咨询与投诉电话,畅通客户投诉渠道。自减费让利工作开展以来,未接到任何关于降费方面的投诉事件,员工服务意识和服务水平也得到了进一步提升。

嘉鱼农商行相关负责人表示,该行将持续贯彻落实降费让利政策,坚持“应降尽降”原则,优化支付服务,扩大惠及客户范围,营造良好营商环境。

