

交通银行郑州分行重组20周年系列报道之三

# 交通银行 微笑先行用心打造精品服务

如今,您走进交通银行郑州分行的大门,第一映入眼帘的不仅仅是崭新的装璜,统一的着装,还有一张张充满温馨的笑脸。“老师,您好。请问您办理什么业务?”一声甜美清脆的问候打破了人与人之间的隔阂与陌生。大堂经理清朗明丽的微笑充溢着一股春的气息,赏心悦目,使人很自然地产生一种好感。

服务是客户选择银行的第一因素,也是形成银行品牌的关键。20年来,交通银行郑州分行秉承“人文关怀、优质服务”,打造了拥有自己特色的是精品服务。何谓“精品服务”?“精”,是一种挑战自我、超越自我的积极心态,使服务真正体现个性化、人性化、差别化的服务特色。“品”就是创造产品的品牌、服务的品牌。如今交通银行郑州分行的服务已经步入品牌化、标准化、系统化。

本报记者 倪子 刘卫清/文 吴琳/图



## 口碑是最好的广告

赵先生,在我市某机关工作。自1995年偶然接触到交通银行郑州分行以来,十几年来一直是该行的忠实客户。从存款到理财,通通交给了他信任的交通银行郑州分行。“这么多年来,我和交通银行郑州分行的感情就像老朋友一样亲切,交行人的服务真是好的没得说。”赵先生表示,群众的口碑就是企业最好的广告。

他说,在国有银行纷纷转型、股份制银行市场争夺战愈发激烈的前景下,如今的交通银行郑州分行已经拥有较高的起点,在未来的发展中应该在现有的水平上继续完善自己,创造出更多的金融奇迹。“怎样牢牢抓住现有的优秀客户资源,怎样让他们的口碑带动并吸引更多的客户,我想这是交通银行郑州分行应该重视的问题。”

“刚刚开始接触交通银行郑州分行时,我就被他们规范、礼貌、细致的‘微笑服务’所吸引。”赵先生说,那时候绝大多数银行在服务方面还不像今天这么重视。“当我第一次走进交通银行郑州分行的大门,我立刻就感受到了一种被尊重、被重视的感觉。我觉得任何事情最怕比较,因为一经比较我们就很容易看出各自的水平。作为一名普通的老百姓,我们其实很容易满足。”赵先生笑着说道。

自在交行系统开创第一家VIP理财室、在中原地区首家推出个人高端服务品牌——“沃德财富”后,赵先生就成为了第一批受益者。“很幸运,我有一个很优秀的理财师。尽管今年市场形势很不好,但是她给我介绍的基金以及其他理财产品今年的收益还不算很差。她经常给我打电话或者发短信告诉我目前的市场行情,然后再给我提出相应的中肯建议,以便让我最快掌握市场变化的脉搏。”赵先生说,他们全家几乎都和他的理财经理成为了好朋友。不管是业务往来还是私交都甚好。“我很放心将我的家庭资产交由我专属的理财师打理,因为我很信任她。”

正如赵先生所说,交通银行郑州分行目前所面临的挑战也在日益加剧。“我希望交通银行郑州分行在稳定客源的同时,能经常组织VIP客户以及忠实老客户在一起相聚,大家一起聊一聊,在交流中发现问题、解决问题。”赵先生表示,在今后的日子里,他还将一如既往的支持交通银行郑州分行,关注她、信任她。



## 微笑成为制胜法宝

微笑是世界上最美的语言。1992年前后,交通银行郑州分行开始实行“顾客至上、服务第一”的“铁制度”。

90年代初,交通银行郑州分行提出服务理念转变的口号,喊出要扭转银行固有的“衙门作风”,改变“脸难看、话难听”的腐朽体制。为了贯彻规范化服务的理念,交通银行郑州分行当时制定了一系列详尽的规章制度。从怎样接客户的电话,到遇到问题应该怎样说话等,都统一做出了要求。那时候的郑州,一个亚细亚,一个交通银行郑州分行,同位于西大街的两者都在全国享有一定的声誉。

忆往昔,原交通银行郑州分行纪委书记张发祥感慨万千:“如果用科学发展观的眼光审视现在,当

初我们实行服务至上的抉择是十分正确的。其实金融也是服务行业,由于过去是计划经济时代,很多人都是求着银行做事,所以一些银行在服务态度上不够重视。然而,在客户对自我权益的维护、被人尊重的需要、行业竞争越来越加大的情况下,体现良好、规范、人性化服务的‘微笑服务’,越来越被人们所重视。‘微笑服务’不仅能快捷地融洽与客户的关系,还能给服务工作带来便利,提高工作效率,促使我们的工作及早的捕捉到工作的切入口。”

一位1990年加入交通银行郑州分行的“老金融人”刘绿叶说:“‘微笑服务’是交通银行郑州分行树立诚信形象,赢得广大客户认可的一大法宝。”从刚刚参加工作时的办公室人员,到如今督

察组负责人,回顾起交通银行郑州分行这20年来的风雨历程,她深有感触。“金融是为经济建设服务的,银行应该坚持倡导优秀服务,树立良好的企业形象。直到今天,我们还一直严抓员工的行为规范、着装规范,接听电话规范等。”如今刘绿叶还是一丝不苟地对全行下达的工作要求进行严格监管。

“赠人玫瑰,手留余香。”真诚的服务不仅仅可以打动别人,更是对自己自身素质的一种提供,对道德修养的培养。交通银行郑州分行的“微笑服务”浓缩了太多交通银行优质服务的精华,它早已和交通银行郑州分行优秀的企业文化水乳交融、密不可分。

## 用心服务勇承担责任

面对日益严峻的银行业竞争压力,交通银行郑州分行上下每一位员工越来越认识到无可挑剔的服务才是银行的核心竞争力。

客户资源是企业最重要的资产,它是银行经营管理中的联结点、出发点和落脚点,在企业的经营中起着举足轻重的作用。客户是水,企业是船,客户是根,企业是树,水深才能载船,根深才能叶茂;只有用心服务使客户满意,留住客源,工作才会有意义,企业才能发展。用心服务,先客户之想而想,先客户之急而急,先客户之需而动。以主动化、优化,引导需求、满足需求,来铸就卓越的服务品牌,实现双赢互利。“顾客至

上”、“客户是上帝”这些话在交通银行郑州分行看来绝不是一句空话。自90年代初期提出“服务至上”的规范化服务理念之后,交通银行郑州分行一直把这项任务坚持至今。

今年3月底的一个晴朗上午,一辆装满42个编织袋、总重量超过两吨半的大客车缓缓向交通银行郑州分行驶来。“这是济南市公安局购买宇通客车的首付款,大概有250多万元的零钞。因为嫌点钱太麻烦,济南当地银行拒绝接收这笔存款,我们交通银行郑州分行接纳了这笔车款。”一位曾经参与当天点钞的员工说道。她说:“虽然早有心理准备,但看到一整车零钱后,我们还是吓

了一跳。车内装满了42个编织袋,数额有250多万元,绝大部分是1元纸币。”尽管任务繁重,尽管有些零钞因为污损或缺已经不能正常流通,但因为“顾客至上”的服务理念早已牢牢铭记于心,他们还是耐心的对这些零钞一一进行筛查、清检,最后获得了多方的肯定与认可。还有一些粗心的客户,匆匆忙忙中忘了钱包、手机等物品,只要遇到这样的情况,交通银行都会尽力物归原主。这样的好人好事,枚不胜举。

每一位在交通银行郑州分行工作的员工都是平凡的,但在平凡中还蕴藏着许多不平凡的东西。小事不能小视,他们懂得在细微之处用心去赢得客户。

## 人才是企业发展的基石

面对激烈的市场竞争,什么才是交通银行赖以获胜的法宝?答案毫无疑问是人才。企业间的竞争说白了就是人才之间的竞争。好的企业必须有优秀的领导人,优秀的团队,这些都离不开人才。

早在1991年董文标任职交通银行郑州分行行长时期,就非常注重人才的引进,以及人才激励机制的制定。当时,在董行长的带领下,一大批思想开拓、具备精深金融专业知识的优秀人才加入了交通银行郑州分行。他们的到来为今后交行的发展奠定了坚实的人力基础。不少

人还记得,那时候“国有银行”里很多人都是“吃大锅饭”。不管干的好与坏、多与少,收入都差不多,很难调动起员工工作的积极性和主动性。因此,交通银行郑州分行决定打破这一历史惯例,开始对员工进行业绩考核。“我们就是要打破‘吃大锅饭’的传统思想,按劳计酬。当时制定并实行绩效考核,一经出台,立马就牵动了全行员工的神经,极大调动了他们工作的积极性。”张发祥说。

千里马常有,而伯乐不常有。因为采取先进的人才使用机制,交通银行郑州分行吸引了大量

有抱负有责任心的年轻人的向往。如今的交通银行郑州分行已经拥有了一支充满朝气、富有活力而有强烈进取精神的员工队伍:平均年龄30岁左右,其中不乏博士、硕士、本科等优秀人才。在该行领导的身体力行下,交通银行郑州分行已经带出了一支敢打仗、稳定的科技人才队伍。

“商业银行的竞争归根到底是人才的竞争,能够招徕优秀人才,创造良好的工作环境使他们能安心留下来,并充分发挥其主观能动性,是商业银行发展的不竭动力。”这是交通银行郑州分行每一个人深谙的道理。