



年度中原十佳金牌柜员(候选名单)



刘晶芳 工商银行郑州金水支行网点负责人

2012年,金水支行在上级行的正确领导下,圆满完成了上级行下发的各项任务目标,特别是人民币新增存款,跃居单点支行完成率和新增额度第一名。在发展的同时,注重内控的基础建设,制定了《网点内控考核机制》,确保网点办理的每笔业务合规、合法,全年业务健康稳健发展。



赵亚男 工商银行郑州建设路支行综合柜员

参加工作以来,她积极向优秀的同事学习,业务上迅速成长为部门的标兵;服务上她以优异的成绩在支行的每次评比中均获得领导和同事的认可,多次被评为“服务明星”;生活中热心外向,积极团结同事、关心同事,是大家的好朋友。在今年第八届河南金融文化节中获得“微笑服务天使”殊荣。



高晓娜 光大银行郑州黄河路支行柜员

自进柜台的第一天起,高晓娜就提醒自己,要把爱倾注于服务岗位,要用用心体验客户的感受。十佳示范网点的黄河路支行是一个优秀的服务团队,作为其中一员,她不忘随时改进服务,为团队提出自己的建议,为提升该行服务形象起到了很大作用。她的信念是“努力服务好每一位客户,使我的服务与众不同”。



冉玉霞 农业银行登封市支行柜员

坚持主动服务,时时处处主动为客户着想,事事想在客户的前面,做在客户的前面,坚持真诚服务。坚持细节服务,根据不同的客户,不同的客户需求,采取不同的服务方式,提供不同的银行产品或产品组合,从细节入手,让客户感受到服务的周到细致。坚持高效服务,努力提高业务素质和专业技能,以专业、精湛的技能赢得客户的信任和满意。



于洋 招商银行郑州金水路支行柜员

在于洋看来,柜面业务中,一次次的单据传递,一遍遍的数据核对,一层的业务审批,一遍遍的业务学习,都体现了招行人对客户尊重,对工作的负责,对自己的要求。作为一名储蓄柜员,于洋表示,她一定要在普通的三尺工位上创造出人生的不平凡。



李航 华夏银行郑州分行前台柜员

在工作上,他始终秉承“以客户为中心”的服务理念,把客户的需求放在第一位,坚信真诚的服务会赢得客户的满意。在空闲时间,刻苦钻研业务知识,努力提升业务技能,力求在保证业务质量和合规的前提下,高效、优质地完成业务。

赵洋 浦发银行郑州高新开发区大堂经理

工作中,始终以“微笑”作为赠送客户的最佳名片,以营业大厅作为自己的“阵地”,时刻以饱满的热情、扎实的业务素质来迎接每一位客户。通过引导、分流、发掘、推荐等手段,强化厅堂一体化管理,在支行业务量保持快速上升态势的情况下,保证了厅堂的良好秩序,多次受到客户的表扬和称赞。



邵晶 中信银行郑州郑汴路支行柜员

在每天的柜面服务中秉承“中信服务,天天进步”、“每天进步一点点”的服务理念,能为顾客提供准确、周到、便捷、高效的服务。在为顾客服务的过程中,做到操作标准,服务规范,用语礼貌,举止得体,给客户留下了良好的印象,也赢得了客户的信任。



金星 中信银行郑州农业路支行柜员

入职以来,兢兢业业、扎扎实实地工作,利用休息时间勤练服务技能,勤学服务规范,不断钻研服务细节,总结服务心得,创新服务方式,成为支行柜面服务创新的一面旗帜,多次赢得客户赞誉及分支行通报表扬。在2011年度获得“会计核算质量新秀奖”。



胡文佳 招商银行郑州东风路支行柜员

在她看来,任何一名客户选择招商银行为其服务,首先看重的就是招行员工表现出来的高水准专业能力,柜面员工快捷娴熟的技能缩短了客户等候的时间,准确掌握业务知识能让客户利益得到保障,这些都是专业的体现。工作中,她希望她的服务能为更多的客户创造价值。



张媛 邮储银行郑州政通路支行柜员

让每位进入邮储银行郑州政通路支行的客户享受到最优质的服务,是张媛始终坚持的目标。她认为,一名出色的服务明星要具备的不仅是礼貌用语,规范动作,更重要的是业务水平,营销能力。通过观察,她总是能发现很多值得自己用心学习的营销高手跟业务强手,时刻提醒自己虚心学习。



史晓燕 建设银行郑州金水支行桐中支行柜员

各项业绩在支行名列前茅,在旺季营销中多次被行里评为“营销明星”。为更好完成工作要求,利用业余时间自学,充实理论储备,于2010年获得国家理财规划师证书、保险从业资格,于2011年取得黄金交易员资格证书。



招商银行信用卡发卡10周年 十年如一,引领中国信用卡发展

早一点,洞察先机 竞争未来

2002年,中国有4亿多张银行卡,而信用卡数量才刚过400万。包括国际知名咨询公司在内,都以为重储蓄的中国市场不宜发展信用卡,更认定信用卡在这里不会赚钱。然而,在招商银行行长马蔚华看来,谁先进入信用卡产业,谁就将获得最宝贵的先机。

于是,就在绝大多数银行采取观望态度之时,招商银行信用卡首发卡当年即达60万张,

创造亚太地区发卡新纪录,又率先发卡超过500万、1000万,成为当时中国发行量最大的双币信用卡。其后,它更是以令人炫目的节奏,不断刷新着人们对中国信用卡的各种定义:第一张商务信用卡,第一张白金信用卡,第一家实现“境外消费人民币还款”,国内首推“分期付款”功能,最早承诺“积分永久有效”,率先推出提升用卡安全品质的“五重安全

保障”……

同时,作为中国银行业金融创新的生力军,招商银行在上世纪90年代后期率先推出中国境内第一个网上银行“一网通”,成为科技革命的受益者。近年来,“云计算、物联网、智能终端”等新科技也已成为招商银行的课题研究,而当下“无卡”战略的稳步推进,在全球化、信息化的世界中显得正当时。

快一点,二次转型 精耕细作

在招行信用卡首创消费短信提醒成为行业标准,和用户习惯后,向千万用户提供更安心的使用体验便成为招行向自己提出的更严格的要求。10年来,招行持卡人每个小小的便捷体验的背后,都有招行信用卡不断改善的脚印。特别是在各家银行纷纷跑马圈地时,招行信用卡市场份额占比30%后,招行便不再单纯追求市场占有率,转而开始追求卡均消费额和整体运营效益。

招行信用卡中心组建了“解读数据”团队,通过对市场环境、消费者行为和需求的调研分析,从深入挖掘“小众”人群生活形态的产品,到针对不同行为偏好开展的主题营销活动,再到开发各种创新型支付功能,招行信用卡开始真正投持卡人所好。“美食”、“旅游”、“百货”、“看电影”等多元化的信用卡营销平台在细致入微的洞察中陆续诞生。

随着网站改版、电子账单、“掌上生活”手机客户端等网络接触点的增加,招行信用卡获得了更多与持卡人交流的机会。2011年8月28日至29日,招商银行升级了面向客户的核心IT系统,更快速和更强大的数据处理能力使迈向未来的发展成为可能。一种不同于国外信用卡通过年费和商户回佣盈利的、有中国特色的信用卡盈利模式,正在被招商银行信用卡一点一点地摸索出来。

好一点,创新体验 精彩不止

“来一杯拿铁不加糖,刷卡用积分付”。从2011年开始,星巴克咖啡店的客人不时有招行持卡人用积分兑换咖啡。从略感鸡肋到灵活实用,招商银行信用卡用一次次“好一点”,改变着持卡人对积分的看法。

2004年,招商银行率先以“积分永久有效”机制突破行业界限;随后创新推出“积分店面兑换”,直接“刷”积分抵消费。2011年,该行联合星巴克、DQ、屈臣氏、万达影院等众多知名品牌打造“领先积分计划”,让持卡人体验“小积分”

带来的“大乐趣”。

2011年IT核心系统升级后,招行信用卡庞大而先进的信息处理能力得到充分彰显。不但善于通过记录了解持卡人,甚至还能借助一定的算法预测持卡人的行为。

油价日益看涨时,加油返现的Car Card汽车信用卡带来更多优惠;为高额的英语课程学费发愁时,信用卡的“分期付款”减轻不少负担;频繁出境时,拥有遍及全球、超过万家精选特惠商户的招商银行美国运通卡打造更多贵宾专属

服务;远赴他乡轻松旅行时,将知名品牌集中到一起的一站式旅游服务——“非常旅游”系列,让旅途更精彩。

从1到10,也是重新归零之时。此时的招商银行信用卡已经将自己重新定位成一家互联网公司、一家信息管理公司。10年如一,招商银行信用卡在“做中国最好的支付体验提供商,做中国最好的消费金融专家,做中国领先的多元化营销平台”的路上迈着灵活而坚实的步伐。未来将是一个崭新的10年,新的精彩已拉开序幕。

2012年12月,招商银行信用卡发卡10周年。站在2012年末回望,10年间,招商银行信用卡发卡突破4200万,境外刷卡金额稳居同业第一。

10年回首,“早一点、快一点、好一点”的战略已经不再是草创时期的生存法则,而是被反复淬炼为招商银行超越自己、追求卓越的商业信仰。

记者 倪子
通讯员 屈庆昌