

农业银行东风路支行营业室 以高品质服务, 赢得每一位客户



举办“旗袍秀”活动

狠抓服务细节, 从进门开始

俗话说, 一个网点的服务怎么样, 从客户进门的那一刻就决定了。农业银行东风路支行营业室深谙此句话的重要性, 从成立的那天起, 就牢固树立“以客户为中心”的服务理念, 狠抓服务细节, 并从客户进门开始。

李晓平是东风路支行营业室的大堂经理, 2013年中国银行业文明规范服务“明星大堂经理”获得者。据其介绍, 每天上午9点, 她和同事都会准时站在营业室大厅门口, 客户一进门, 他们便会主动迎上去, 询问客户需要办理什么业务。需要到柜台办理的, 他们会主动帮客户取号; 需要填写单子的, 他们会引导客户到填单台, 帮助客户拿出所需的单子填写; 发现客户有理财需求或是想买保险等, 他们会把客户领到理财室, 让客户经理根据实际需求为客户制订详细的理财方案。

除此之外, 为了让每一位走

进东风路支行营业室的客户感受到农行无微不至的服务, 他们还要求将服务前置并狠抓服务细节。如, 发现有老年人、孕妇前来办理业务, 工作人员要主动前去搀扶; 发现在大宗资金转账, 仔细询问资金去向, 避免金融诈骗等。

“您好, 请问您需要办理什么业务?” 这是大堂工作人员每天和客户交流的第一句话, 而就是这么一句简单的话, 李晓平说, 她和同事每天都要说200多遍, 可他们从来都没有厌烦过, 因为他们深知, 服务无小事, 客户的事就是他们的事。正是在这种理念的引导下, 东风路支行营业室连年获得分行的好评。许多周边的客户宁可多坐几站公交车到这里办理业务。

“在这里, 就像家一样, 有啥问题都可以和他们说, 并帮助我们协调解决。”这是一位前来办理业务的老大爷对记者说的话, 足见他们对大堂服务的满意度。

普及理财观念, 从引导开始

伴随着市民理财意识的增强, 近年来, 到银行理财的人越来越多, 东风路支行营业室在服务理财方面也狠下功夫, 除了专门成立贵宾理财中心、定期举行理财讲座、普及理财观念外, 他们还引导客户做资产配置规划, 通过合理的资产配置帮客户实现投资收益的最大化。

秦翀, 东风路支行营业室理财经理, 聊起近两年的变化, 感触颇深。“前几年, 我们为客户提供更多停留在‘销售’上, 即银行主推什么我们销售什么, 或客户要什么我们就卖什么, 很少考虑客户真正的理财需求。进入2011年, 随着分行业务转型, ‘三分’营销服务模式的推进以及老百姓理财观念的增加, 给我们的工作提出了更多要求。”

秦翀说: “如果之前我们的理

财更多的是在做‘销售’的话, 那么, 现在更多的是在做‘服务’”。尤其是分行新的服务要求提出后, 他们首创了“顾问式销售法”。即每一位客户都有自己的理财经理。销售产品前, 他们会主动了解客户的理财需求、风险属性, 并定期发送各种各样的理财资讯; 产品销售中, 他们会定期回访, 及时了解客户的收益情况, 客户满意度; 产品销售后, 他们会跟踪产品的最终收益, 及时推荐新的产品或帮助客户调整投资方向。除此之外, 他们每年还定期举行各种理财讲座, 邀请理财专家, 理财达人等现身说法, 给更多的客户提供理财规划指导等。

秦翀在东风路支行营业室从事理财工作多年, 有很多忠实客户从他开始在这里工作就跟着他一起做理财, 他和这些客户的关系像是朋友、家人那样亲切。

作为农业银行郑州市东风路支行下辖的12大二级支行之一, 东风路支行营业室目前拥有网点个人客户8万户, 潜在客户13103户, 贵宾客户2924户, 承担着整个市北区近1/10的客流。最多时候, 他们一天要接待近300位客户, “您好, 请问您需要办理什么业务?” 同样一句话, 每天要说几百次, 即使如此, 他们始终秉承“以客户为中心”的服务宗旨, 狠抓服务细节、普及理财观念、助力金融贷款, 急客户之所急, 想客户之所想, 以完美无缺的服务, 赢得了每一位客户的信赖。

郑州晚报记者 吴幸歌 张俊



进行电子银行业务宣传



带客户品鉴百年艺术



组织客户秋季赏秋



邀请客户参加插花培训

助力企业贷款, 从上门开始

说起银行贷款, 很多人脑海里第一时间闪现的都是贷款难、托关系、找熟人等字眼。“在农行东风路支行营业室, 不需要找关系, 更不需要有熟人, 只要符合政策, 手续齐全, 3天放贷并不是什么难事。”理财经理安超介绍道。

李阳是郑州市某食品厂的老板, 为加快企业的发展, 他决定今年上马一条生产线和配套设备, 共需资金80万元, 抱着试试看的态度, 他找到了农业银行东风路支行营业室, 营业室通过对企业进行信贷调查, 以及贷款申报和审批后, 陆续向该企业投放了近100万元的个人助业贷款。“以前做生意急需资金, 到处找亲朋好友筹钱, 但往往钱还没筹齐, 生意机会已转瞬即逝。后来尝试通过民间渠道借款, 效率虽高, 却要背负高额利息。如今农行助业贷款, 高效、便捷, 真的是给了我很大支持!” 面对记者的采访, 李阳感慨

万千。

此外, 为帮助辖区内更多的中小企业成功创业, 共度资金难关。近年来, 农业银行东风路支行营业室还主动转变工作作风, 从以前的“等客上门”, 变为“主动上门”, 主动摸排出一批信誉优良、渠道稳定、业绩较好、管理规范的客户, 对这些客户实行名单制管理, 对名单内的客户, 分别根据贷款金额、担保方式等来确定贷款的品种, 突破小企业融资担保瓶颈。由于实行了名单制管理, 有了事先的调研与摸排, 掌握了这些企业的资料, 名单内的客户提出贷款申请, 一般一周左右就能拿到贷款, 极大地提高了效率。

同时, 他们还积极探索小微企业信贷业务“一站式”审批模式, 实现小微企业金融服务的流程化、规范化和精细化管理, 切实降低小型和微型企业融资成本, 确保小企业“贷得来, 贷得快”。

黏合客户关系, 从活动开始

为客户提供更加多样化、人性化的服务, 东风路支行营业室每个季度都会举办大型的金融活动, 每个月还会针对各个节点举办特色活动, 以此来黏合和客户之间的关系。

今年元宵节, 为弘扬和推广我国传统文化, 该行在全辖12个网点的营业大厅开展灯谜竞猜送汤圆、存款送礼品活动。广大客户在热闹祥和的氛围中, 既办理了业务, 又参与互动活动。

今年三八节当天, 针对女性客户, 该行特别举办了“迎三八, 学花艺, 装点美好生活”贵宾客户活动。精彩的插花课程以及老师现场创作的作品赢得了嘉宾们阵阵掌声。

3月23日, 该行在万客隆家具市场启动“金e顺在行动”体验营销活动。为前来咨询的商户宣传智付通、交易结算、日常缴费和在线理财等产品和功能, 有效提升了该行电子银行在专业市场中的影响力和覆盖率。

通过这一系列活动的开展, 不仅有效地黏合了客户和农行之间的来往, 更让客户感受到了农行浓浓的关爱。从事财务工作的春子是农行东风路支行营业室的忠实客户, 她每次去银行都会留意大厅内的一些活动通知, 在春子看来, 这些活动已经成为她生活中的一部分, 她喜欢东风路支行营业室这个大家庭, 更乐于参与这些活动。

而在东风路支行行长何秋月看来, 这些还是远远不够的。进入2014年, 她又对自己团队的服务提出了新的要求, 即: 天天有服务创新的想法, 周周有服务创新的行动, 月月有创新的活动。“希望通过我们更为细致、更加温情的服务去赢得更多客户的认可和信赖, 树立农业银行在老百姓心中的金字口碑。”何秋月说。