

丰收卡0费用 十年0距离



丰收卡用卡费用全免

工本费、年费、ATM跨行手续费、
短信通知费、小额账户管理费等



丰收借记卡发卡超5000万

路桥合作金融

2016/ 4
总第311期



路桥农村合作银行
LUQIAO RURAL COOPERATIVE BANK

LUQIAO COOPERATIVE FINANCIAL

内部刊物 注意保存



浙江农信

路桥农村合作银行

LUQIAO RURAL COOPERATIVE BANK

<http://www.lqrcb.com>

客服热线
4008896596

省农信联社电子银行处处长应朝晖来我行调研
我行全省首推“网络批量授信”
家至户“晓” 付诸以“勤”
浅谈汽车分期业务的办理
大堂经理的“变”与“不变”

FORWARD

刊首语

嗨，明天

明天，近在咫尺，也远在天涯。因为人生充满了变数，所以，于世人而言，明天永远是谜，是未知。时光从来都不会为任何人停留，不管今天你是春风得意，还是怀才不遇；不管今天你是一帆风顺，还是举步维艰；不管今天你是逍遥自在，还是身受束缚；不管今天你是富甲一方，还是一无所有，明天，已在路上，正向我们走来。

颓废者，会让幸福悄然远走；堕落者，会让美好戛然而止。成败不过一步之遥，同样的境遇，不一样的面对和处置，最后会有不一样的明天和结局。不必羡慕他人香车宝马、雕栏玉砌，不必追求华裳丽饰、琼林酒宴，于喧嚣中寻一份宁静，于磨难中持一份淡定，于纷扰中留一份清醒，于平淡中怀一份优雅，在烟火红尘里好好修身养性，经营人生，只要无愧于青春年华，无愧于流年生命，你人生所有的春夏秋冬都会是最美的时节。

明天是一片待垦的荒原，勤劳者会让它生机勃勃、美丽如画。慵懒者会让它死气沉沉、萧瑟凄凉。明天，是没有尽头的时间隧道，若要明天会更好，今天的我们就不能坐以待毙，或坐享其成。哪怕自己只是尘埃里的一朵小花，也请选择做最美的绽放。不管身在何方，我们，都要把最美的诗篇留给今天和明天，把潇洒的身影留给世界和地平线，

“花无百日红，人无百日衰”，赠人玫瑰手有余香。凡事，不求十分，但求尽心，不求圆满，但求尽力。莫让时间蹉跎！让爱在生命里明媚，在信念里长存。明天正不紧不慢地走来，我们，要在痛苦中坚强，在失败中奋起，在磨砺中蜕变，在绝境中重生，展开潇洒的衣袖，携着一缕经年的暗香微笑迎接明天！今日，勿再虚度！为了明天，我们须风雨兼程，且行且珍惜！生命的意义，是在短暂和局限之中不断追求的完美，是正视名利的挫折和轮回。

CONTENTS

目录

2015年4月刊

合行动态

我行全省首推“网格批量授信”
我行“四个优化”打造社区网格管理新高地
“税A信用贷”与企业“以诚相贷”

业务探讨

浅谈汽车分期业务的办理
电子银行营销该如何增强客户粘度

工作感悟

客户习惯养成术
大堂经理的“变”与“不变”
大堂工作无小事 细致工作无极限
提高银行服务的核心
“手把手”传授 “心贴心”服务
大堂服务“进化论”
关于客户体验，我想说
大堂经理的华丽蜕变

四月份大事记

01 要闻聚焦

省农信联社电子银行处处长应朝晖来我行调研
台州农信“柜面业务分离、人员分流”行动计划暨社区银行转型建设推进会在我行召开
台州农信手机银行转账有礼活动首期开奖仪式在我行举行

04

11 百晓驻勤

会计核算中心：发挥自身特长 推进驻勤工作长效化
桐屿支行：开展“千万礼品等你拿，普惠金融进万家”活动
吉利支行：进校园宣传“白领贷”业务
路南支行：“百晓驻勤”宣传活动布局农村服务阵地
金清支行：“百晓驻勤”送豆进村活动走进上盟村
卷桥支行：月光下的学习会
营业部：家至户“晓” 付诸以“勤”
新安支行：“网格批量授信”三部曲
新桥支行：批量授信 整村推进

13

15 大众创业 万众创新

茅小勇：创二代的生意经

17

24 珠玑集锦

一声对不起，撬动了“地球”
Goodbye, Room——《房间》观后感
百晓讲堂
读书时间——《失控》

28

出版

路桥农村合作银行
LUQIAO RURAL COOPERATIVE BANK



《路桥合作金融》编委会成员

主任：金时江
成员：梁祚林 陈庆华
陈学军 李友增
主编：丁宗达
编辑：李挺 王茜

主办：路桥农村合作银行
地址：路桥区西路桥大道328号
邮编：318050
电话：0576-82519089
网址：www.lqrcb.com

省农信联社电子银行处处长应朝晖来我行调研

■ 文/摄 办公室 李挺



4月8日，省农信联社电子银行处处长应朝晖来我行调研指导工作，召开座谈会并实地走访批量授信进村（居）活动现场。

应朝晖听取了我行电子银行基本情况汇报，了解全行电子替代率、网格批量授信、“丰收豆”积分系统及兑换模式等情况，并对我行面对严峻形势不等不靠、积极应对、主动作为的态度给予充分肯定；对我行顺势而谋、顺势而为推出的“丰收豆”积分系统以及下阶段提升客户忠诚度的具体举措表示赞许；对当前农信电子银行发展思路以及合作银行存在的问题及困难与参会人员进行了深入探讨。同时，就如何提高客户忠诚度、实现场景应用、完善手机银行的个性化服务、发挥农信的线下优势等进行了指导。

会后，应朝晖一行还深入我行在桐屿街道举办的批量授信进村（居）活动现场，针对“丰收豆”现场礼品兑换的方式及该系统的部分功能、应用与我行领导进行了交流，并提出具有指导性的改进建议。

台州办事处业务科科长余建荣陪同调研。

台州农信“柜面业务分离、人员分流”行动计划暨社区银行转型建设推进会在我行召开

■ 文/摄 办公室 李挺



4月19日，台州农信“柜面业务分离、人员分流”行动计划暨社区银行转型建设推进会在我行召开。省农信联社发展规划处副处长张向荣，台州办事处主任崔全利、副主任郑待林等领导，台州农信九家行社董（理）事长及相关部室负责人参加会议。

各行社汇报“柜面业务分离、人员分流”行动计划及社区银行转型建设推进情况，分享交流工作开展中的好经验和做法。

崔全利主任作《矢志探索 砥砺前行 全力推动社区银行转型建设上档升级》专题讲话。他指出，社区银行转型建设是省农信联社顺应经济新常态，提升农信核心竞争力的重要抓手，而“柜面业务分离、人员分流”行动计划是社区银行转型建设的一项重要工作。台州农信紧紧围绕省农信联社战略布局，立足辖内实际，社区银行转型建设取得了阶段性成果。但工作仍处于起步阶段，存在思想认识不足、工作机制尚待完善、推进广度深度不足、后台支撑力度不足等问题，全系统各级领导干部和广大员工要积极查找问题，认清形势，增强推进工作的紧迫感和责任感。他要求，各行社将业务发展与转型建设深度结合，精准发力，推进社区银行全盘式转型。一是提认识转作风，在工作落地上再发力；二是坚持便民化高效服务，在业务分离上再发力；三是坚持精准化宣传营销，在获客提质上再发力；四是坚持精细化管理创新，在夯基蓄能上再发力。

张向荣副处长充分肯定了台州农信在推进社区银行转型建设及“柜面业务分离、人员分流”工作上的创新作为和成效，尤其是在推进过程中能抓住重点、把握切入点、找准落脚点，各项工作开展得有亮点、有特色。他指出，按照省农信联社社区银行转型建设2016年度工作方案，要求台州农信及各行社围绕“四大目标”持续推进社区银行转型建设工作。一是提升认识，凝聚共识；二是全面推进，深化探索；三是精准发力，重点突破；四是总结推广，固化成效。

当天下午，与会人员到我行社区银行转型建设试点支行——新桥支行进行实地考察参观。

台州农信手机银行转账有礼活动 首期开奖仪式在我行举行

■ 文/摄 办公室 李挺



手机转账，能赢旅游大奖？是的，现在每月只要用浙江农信手机银行转账三笔以上，就有机会拥有一张价值5000元的途牛商旅卡，来一趟免费的说走就走之旅。4月18日下午，台州农信“指点之间、畅游无限”手机银行转账有礼活动迎来了首期开奖仪式，台州办事处主任崔全利、副主任郑待林及我行董事长金时江等参加仪式并进行抽奖。此次抽奖共产生252个奖项，其中一等奖9个，二等奖18个，三等奖225个，奖金总额25.2万元。

此活动由台州农信主办，共设四大奖项。截止目前，已有90712名客户积极参与，252人获奖。据悉，3月1日起至11月30日，期间每月20日前公布抽奖结果，特等奖在7月初、12月初产生。

我行全省首推“网格批量授信”

■ 文/办公室 张玲晓

为切实提高农村金融覆盖面，巩固并拓宽市场份额，我行依托社区网格，在全省首推“网格批量授信”，全力支持“大众创业、万众创新”，助力自身转型和社会效益双提高。

“背靠背”网格授信。“网格批量授信”是我行针对市场网格、居委会网格、特色社区、小镇、行业网格内的已有或者潜在客户，通过分析客户净资产、净收入以及信用状况进行的统一授信。我行通过建立网格授信名单→落实“一格四员”制度（网格管理员、协管员、联络员、监督员）→开展背靠背评议→综合评议授信额度等四个流程，交叉验证，做好授信。经过3轮背靠背评议，根据额度接近或折中原则，最终确定客户的授信额度。

“信用式”签约放款。通过选择授信签约形式（集中签约、上门单独签约、网点签约）→加强业务关联宣传→完善普惠快车信息建档→授信放款等流程，对符合条件的一周内录入信贷管理系统，并将合同与丰收借记卡关联，依托丰收卡加载的贷款功能，对额度30万元（含）以内的直接发放“普惠信用贷”；不予授信或调整授信额度的，2个工作日内通知客户。

“跟踪化”服务管理。有贷后检查和后续跟踪管理两个流程。在贷后检查上，对授信额度在10万元（含）以内的一月一检，10万元以上30万元（含）以内的一周内进行实地检查，以后每半年检查一次。超30万元部分按本行个人大额贷款管理办法执行。在后续跟踪上，对已授信未发卡签约的客户，网格管理员每月主动营销联系一次，并做好记录；对发卡签约未用信的客户，网格管量员每季主动营销一次以上，并建立相应台账；重点客户再由总行客服中心进行定期跟进联系。

“多维度”考核落地。推行网格三率考核，即客户信息准确率（信息表平均得分在80分以上）、客户信息建档率（100%）、授信客户签约率（50%以上，年底达60%以上），确保基础工作落到实处；推进网格批量授信专项考核，如对评议人员按3元/户计奖，新增签订有效合同未用信对网格管理员按50元/户计奖等，但在抽查中，发现建档客户信息偏离度超10%以上的，扣回奖金，并对客户信息收集人员按30元/户扣罚。

“四个优化” 打造社区网格管理新高地

■ 文/办公室 张玲晓

为提升社区金融渗透力，我行在去年试点网格化管理的基础上，以“提质增效”为导向，以“四个优化”为抓手，深化精细化管理、强化便民服务，全力打造社区网格管理新高地。

优化网格配置，挖潜力、夯基础。充实网格营销人员，扎实推进柜面人员分流，逐步取消“半天上班制”，再将一定比例的柜面人员分批次转岗至客户经理等岗位。优化网格人员机具配置，如针对市场商厦区，配备收单POS和能说会道的年轻员工；针对网上购物活跃的村居，选择5家金融便利店打造成标准型“丰收驿站”，现已基本建成3家；依托时下流行的微信平台，推进“丰收豆”客户综合管理系统建设，主动将金融服务融入购物消费等生活场景，提高客户粘度。

优化网格产品，增优势、强服务。着力发展居民消费贷款，推出“白领贷”和汽车按揭分期业务，努力占领消费贷款领域，现已发放白领贷419户，余额8618万元。着力拓宽信用融资方式，继续倡导“家”信用，大力推广“普惠信用贷”等产品，创新推出“税A信用贷”等免担保贷款产品，目前有普惠信用贷16209户，余额75293万元，30万元信用贷款占比达47%，纳税A级企业与我行有业务合作的73家。着力推广权易贷等科技信贷产品，为科技型企业提供全程化、特色化融资与结算服务，路桥共有科技型企业70家，与我行合作的有38家。着力推出创客专属产品，与区妇联合作，推出了针对妇女创业的生产经营性贷款“丽人贷”；与区团委等单位合作，筹划推出“青年卡”，助力年轻创客创业创新。

优化网格营销，提动力、强执行。梳理“走千家、访万户、共成长”劳动竞赛各类指标，通过精准营销系统下发工单进行营销，如针对ETC增长缓慢，加强与方林汽车城、二手车市场、保险公司以及团区委的合作，通过合作来获取客户信息进行精准营销。全面推进网格批量授信，针对市场网格、居委会网格、特色社区、小镇、行业网格内的已有或者潜在客户，通过分析客户净资产、净收入以及信用状况，做实网格授信、批量放款。全面推行“百晓驻勤”机制，以“丰收豆”兑换为契机，围绕“丰收豆”5000以上的客户清单，做好工单的及时分发与客户需求的二次挖掘，切实推进贷款、中间业务、电子银行业务等多维度的关联营销。到3月底，丰收豆系统累计4.79亿豆，已兑换2725万，发放礼品14849份。增长率10.6%；新增借记卡24601张、贷记卡1659张，银行卡交易额比年初增37.7%，手机银行客户数比年初增28.5%，日均存款比年初增18.8亿。

优化网格考核，注活力、提质效。完善网格管理员量化考核，每一网格完成客户信息收集、普惠快车建档、客户授信额度确定后，立即开展“三率”验收，即客户信息准确率、客户信息建档率、授信客户签约率，确保基础工作落到实处。推进网格批量授信专项考核，新增签订有效合同未用信对网格管理员按50元/户计奖，有效用信计奖按客户经理绩效考核办法执行，但在抽查中，发现建档信息不实的，相应地进行扣罚。推进绩效考核T+1系统建设和社区支行独立核算，实现从“规模”为主考核向“质量”为主考核转变。

“税A信用贷” 与企业 “以诚相贷”

■ 文/办公室 王茜

没有任何抵押物品，仅凭公司良好的纳税记录，丁大电缆公司通过“税A信用贷”，成功与我行达成300万元贷款协议。

“税A信用贷”的办贷便捷、放贷快速让公司负责人很激动。

“税A信用贷”是我行为加快企业贷款办理速度，控制企业贷款风险而推出的一款无抵押、信用类小企业贷款产品，其特点一是受众面广，路桥区范围内企业纳税信用评级A级及以上、具有持续、良好的纳税信用记录中小微企业均可申请办理；二是额度充足，最高可贷300万元；三是利率优惠，对优质纳税企业享受较其他企业更优惠的利率，且无任何其他费用；四是审批快捷，我行为客户设立绿色通道，提供上门服务，只需企业提交纳税证明、营业执照，银行通过审核，最快1天就能放款。

自今年3月份决定开办“税A信用贷”业务以来，我行积极与当地地税局、国税局对接研究产品细节和条款。经过近两个月时间的试办，我行已为10家纳税等级为A的小微企业授信1420万元。下阶段，我行将进一步加快金融支持和产品创新的力度和深度，持续推广“税A信用贷”“出口退税贷”，让利中小微企业，以实际行动助推路桥经济发展。



1 会计核算中心：发挥自身特长 推进驻勤工作长效化

文/骆敏军

为切实转变工作作风，提高工作效能，2016新年伊始，全行深入开展了“百晓驻勤”活动。总行部（室、中心）建立9支驻勤队伍，结合联系支行制度，深入到联系支行或重点工作对接支行开展驻勤工作。每周利用休息时间，通过驻点、驻村、驻户等方式，开展学习、走访、调研、宣传、营销等工作。

总行各部室坚持以服务基层为主线，根据联系支行业务需求，结合自身业务特点，有侧重地开展了电子银行业务、国际业务、理财业务、风险管理、柜面业务辅导等多层次、多角度的互相探讨与学习。

会计信息部抓住今年会计基础等级达标这一工作重点，有针对性地对达标支行进行点对点的业务交流和专业辅导。同时，着重关注今年等级达标验收工作内容与方式的变化，结合历年检查中发现的难点问题，多维度、多频率地进行宣讲，不断提高员工风险意识和柜面操作规范。

会计核算中心以“百晓驻勤”活动为契机，通过面对面授课交流，使联系支行更加了解中心相关工作。尤其是与基层网点关系比较密切的重点工作，如同城交换业务、电子汇划业务、银行卡差错处理、账户管理等。通过讲解，收集支行在此方面的业务需求，为开展业务交流做准备。随后，根据联系支行需求，确定业务交流具体内容，重点为结算案例讲解和账户差错分析。再按内部工作岗位分工，确定两名主讲人，由主讲人负责业务内容梳理、PPT制作、组内交流、下支行讲解、问题答疑、课后反馈等。



2 桐屿支行：开展“千万礼品等你拿，普惠金融进万家”活动

文/摄 叶开国



为进一步推广丰收豆兑换活动，让更多的客户享受到我行的普惠金融业务，近日，桐屿支行积极布署“千万礼品等你拿，普惠金融进万家——丰收豆礼品兑换”的宣传活动。

一是每个网点至少进行三次进村设点现场礼品兑换宣传活动。二是全员参与丰收豆礼品兑换宣传工作。三是利用我行微信平台进行丰收豆礼品的宣传，手把手教会客户如何查询丰收豆及进行礼品兑换。

手把手教会客户如何查询丰收豆及进行礼品兑换。

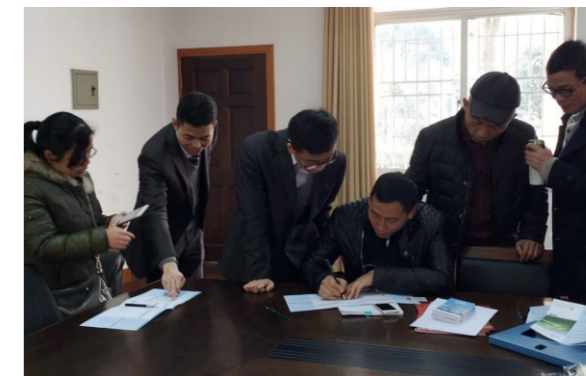
3 吉利支行：进校园宣传“白领贷”业务

文/摄 阮亚南

近日，吉利支行以推介“白领贷”业务为契机，进校园开展宣传活动，首站路桥中学取得了“开门红”。

前往路桥中学的前一天，支行提前到教师队伍中开展宣传，为第二天“白领贷”活动打下了良好基础。活动当天，支行员工携带开卡机、打印机、宣传资料等来到路桥中学，在学校会议室门口进行摆摊宣传，吸引了不少老师前来办理。摆摊过程中，支行员工积极向老师发放宣传资料，并有针对性地介绍我行“白领贷”产品额度大、利息低、方便快捷等特点。在产品本身优势的攻略下，不少老师当场进行了开卡办理。宣传“白领贷”产品的同时，针对老师群体比较关心的ETC业务、信用卡、手机银行等多个银行产品，支行员工不仅全面答疑解惑，而且当场指导老师如何使用银行各类产品以及进行合理理财。

作为“白领贷”营销活动的第一站，路桥中学宣传活动的成功，为支行员工积累了经验，也为今后营销活动打下了良好基础。同时，通过此次活动，支行员工认识到营销工作的重中之重是了解客户需求，根据客户实际需要推介相应金融产品，增强客户对我行的信任。



4 路南支行：“百晓驻勤”宣传活动 布局农村服务阵地

文/摄 张依

一年之计在于春，路南支行“百晓驻勤”活动在这个万物复苏的季节里有条不紊地开展着。近日，支行工作人员走进管片的古岙村，了解到该村即将要建新小区，便围绕“安居贷 贷动万家”和“丰收豆现场礼品兑换”两大宣传主题，向村民宣传支行为其量身打造的“安居贷”产品，帮助村民完成建房梦想。同时，丰收豆管理员纷纷帮村民查询豆余额，并积极兑换相应产品。

活动现场，有160多位客户参与，共兑换了157份礼品，18多万的丰收豆。与此同时，向村民们宣传了我行电子银行、水电费签约、理财定期产品等相关业务，吸引客户到支行营业部办理各项业务并营销相关粘合产品，成为客户的贴心朋友，扎实将“百晓驻勤”工作落到实处。



手把手教会客户如何查询丰收豆及进行礼品兑换。

5 金清支行：“百晓驻勤”送豆进村活动走进上盟村

■文/摄 梁犇



连日来，上盟村村部热闹非凡，原来是金清支行“百晓驻勤送豆进村”活动走进该村。手捧着刚刚兑换到的食用油、储物箱等日常生活用品，村民们喜笑盈盈，纷纷为我行“办业务送丰收豆”这一举措点赞。

“丰收豆”系统是我行今年新推出的积分系统，客户在我行每办理一笔业务都能获得相应的丰收豆，例如活期存款、定期存款、网银转账、POS交易等都能产生丰收豆，累积一定的丰收豆就可到我行兑换Iphone6S、电饭煲、油、米等物品，也可在我行指定的特惠商户处直接“刷豆”支付。正如宣传中所说的“丰收豆，天天长，处处用”。

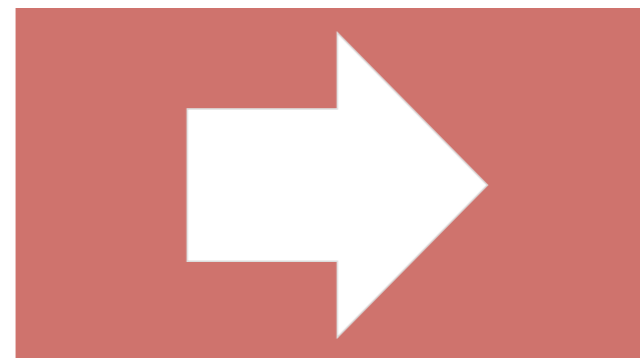
村民对我行开展的“丰收豆”兑换活动热情高涨，每到一处总能吸引不少村民围观询问。金清支行利用此项活动，除了为村民送去兑换礼品外，还指导部分村民下载使用我行手机银行，并现场营销丰收小额贷款、ETC业务等金融产品。在给村民送去服务、送去“福利”的同时，也增强了村民对我行的认可。

经过努力，本次活动共兑换丰收豆15.2万个，兑换奖品100多件，成功营销贷记卡3张，新办借记卡1张，开通丰收购3户，手机银行5户，预约ETC业务办理3户。该活动的开展，为支行客户经理了解客户信息、维护客户关系提供了良好平台，对于提高我行知名度、美誉度、产品粘度更是发挥了至关重要的作用。

本次营销活动取得令人满意的效果，这并不是偶然，而是金清支行所有成员共同努力的结果。活动开展之前，支行领导和客户经理开会讨论确定时间地点，并实地查看测算不同时间段该地点的人流量和人群分层；活动中，工作人员分工明确，各司其职，以精准营销为主；活动后，所有员工及时整理总结，从而更好地达到营销效果。正是由于充足的准备、科学的活动策划，才使活动的良好效应得到最大化。下一阶段，金清支行将以本次活动为模板，定期开展驻勤送豆活动，力争带动支行各项业务发展再上新台阶。

6 卷桥支行：月光下的学习会

■文/摄 沈婉婉

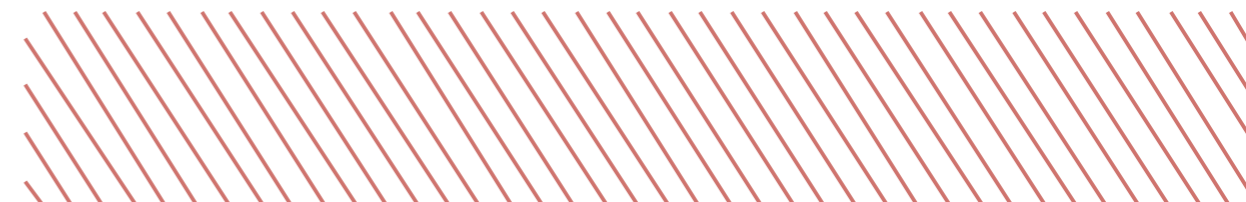


往常的卷桥支行，一到夜晚便是宁静的模样，可是最近几个月总是灯火通明，时不时地还发出一阵阵激烈讨论的声音，那是什么情况呢？走进会议室你就会明白，支行的全体员工正在积极地参加驻勤学习会。

与平常的学习会相比，这个学习会总是会出现新鲜的面孔，那是来自总行机关部室的同事，为了更好地建立上下互动的意见反馈机制，更好地学习制度、提高技能，“新同事”总是一下班就从总行赶来，对支行员工开展业务培训。通过面对面的指导交流，我们迅速掌握了丰收e支付的使用方法，也懂得了“丰收豆”的兑换方式，全面了解了信贷风险等相关知识。同时，如果没有“新同事”的耐心答疑解惑，我们或许对工作中遇到的很多问题还一知半解。他们伴着月光而来，又伴着月光而走，给我们留下了充实的学习感悟。

除了上下一心共学习的决心，卷桥支行的学习会还扎扎实实地融入了平日工作中的点点滴滴。支行将驻勤工作与劳动竞赛、全员营销、客户电子替代率提高等工作有机结合，周密安排各项活动，积极探讨有效的开展方式。不论是在戏台边摆摊，还是进入校园推广“白领贷”业务；不论是在村民聚餐餐桌上摆放矿泉水、产品资料等进行宣传，还是在广场上陪跳舞的大叔大妈们聊聊丰收豆，我们都认真总结每次活动经验，一起献计献策，不断尝试更好的驻勤活动方式，争取打造“亲民、为民、便民”的服务特色。也正是因为一次次的驻勤活动，我行被更多的村民关注，银行产品被更多的客户了解，尤其是在丰收豆的兑换活动中，受到不少村民的欢迎和赞誉。这些成功都离不开夜间学习会上的交流与探讨。

不知不觉，学习会在夜深中落下帷幕，但支行员工的目标却更加明确，紧紧围绕着“劳动竞赛+全员营销”、“机关部室+基层网点”、“座谈交流+记录督导”、“社区银行建设+流动宣传”、“一站式服务+积分兑换”这五点，精准发力，全面动员，努力将驻勤工作打造成新形势下赢得竞争主动权的有效方法。



7 营业部：家至户“晓” 付诸以“勤”

■文/摄 林娜



家至户“晓”，付诸以“勤”——我想这应该是对“百晓驻勤”工作最好的诠释。目前，“百晓驻勤”活动已在全行全面推行。作为一名客户经理，我想我们可以这样实现我行“做小、做精、做强”的美丽目标。

第一步是要将客户经理从日常事务中解脱出来。现在大部分网点的客户经理存在一个普遍的现象，经常被客户牵着鼻子走。我们的客户经理常常被突然到访的客户弄得计划全失。被客户逼着放贷、调查、走访，忙得不可开交，使得业务拓展无法进行。其实除了新进的客户，我们的客户经理被客户绑架的现象很多都是可以避免的。这就需要培养客户经理提前规划的意识。首先客户经理要熟知自己管片的客户贷款到期情况，提前与他们联系贷款到期还款事项，以及续贷所需要做的工作，顺便约上签手续的时间，同时在与客户联系沟通中告知网点运作的规律，即上午办贷，下午下乡。让客户养成习惯：上午过来办贷。然后督促客户经理将贷款资料的整理以及琐碎的事情安排在上午集中处理，下午的时间就将客户理解放出来。

接着就实行做小、做精、做强的第二步：让客户经理走出去。目前每个网点一般都有客户经理三名。这样我们可以下午交叉留守一名客户经理，接待意外来访的客户，处理一些日常事务。另外两名客户经理一起下乡，走村串巷，先不做其他，就跟村民唠嗑，混个脸熟，培养感情，然后侵入我们的产品，已开卡的客户可以给他挂勾水电燃气费，没开卡的客户就吸引他开卡，同时挂上水电燃气费，视年龄情况选择是否挂勾手机银行，以增加客户粘合度。营销成功后随即带着客户就近去助农服务点缴个话费之类，尝试刷卡付费。在实际走访过程中，我发现我行的好产品，比如助农pos机，经常因为村民们的不了解而被闲置，不是他们不想了解，而是知道的渠道太少，一旦有工作人员上门教学，相信不少村民会很乐意接受这样便捷的缴费方式。

这样走出去的模式有助于我们实现三个目标：一、人手一张绿卡。一遍遍地走，一遍遍地扫，可以让我们抓住“漏网之鱼”，让村民都用上我们的绿卡。二、人手一张存单，跟村民们拉家常，举例子，做比较，让每户人家给自家的老人或者孩子起码办上一张存单；三、每户一笔贷款，因为经常出现在村居，我们可以充分了解各家的情况，根据不同的需求给村民发放贷款，如果遇上村民家办企业的，还可以拓展小微企业贷款户。

第三步就是提升客户经理的服务能力，让客户享受到我行优质的金融服务，为业务拓展提供坚实的后盾。客户经理在知晓贷款业务的同时也要加强柜面业务的学习，知悉柜面操作所需资料，提前告知客户办理一项业务的全部手续。另外，加强与客户的沟通和交流，通过发送祝福短信、为客户预约业务办理等方法同客户建立起深厚的感情，为日后的业务发展拓宽道路。

开展“百晓驻勤”活动，需要我们客户经理一户一户地走过去，付诸以“勤”；更需要我们客户经理一家一家地宣传过去，家至户“晓”。

8 新安支行：“网格批量授信”三部曲

■文/摄 陈梦洁

4月28日，新安支行在螺洋街道藕池居村部门口组织开展贷款批量授信进村（居）活动。

第一部曲，删选有效客户名单。通过从村居处获取的户口簿，删选黑黄名单，根据是否超龄，是否死亡，将有效客户汇总成表。

第二部曲，“背靠背”网格授信。网格管理员通过分别联系藕池居村长、书记、会计等，从之前导出的有效名单中对客户行业、收入情况、信用状况等进行深度分析，经过三轮背靠背评议，以折中为原则，最终确定客户的授信额度。

第三部曲，签约放款。客户签约分三种，网点签约，上门单独签约，集中进村授信签约，与此同时客户经理要做好网格化建档录入。

短短一天，新安支行便成功累计授信12户，通过信用贷款方式，客户只要通过网上银行便可自助放贷还贷，省时省力。



9 新桥支行：批量授信 整村推进

■文/摄 范春蓉



4月21日上午，章大爷和老伴提着25万元现金走进新桥支行新风分理处，办理了定期储蓄业务。章大爷是在分理处“百晓驻勤”活动走进凤阳章村时，听说我行目前存贷利率，在知道存款产生的丰收豆可以兑换相应的礼品后，他果断地将现金存入我行。

自“百晓驻勤”活动开展以来，新风分理处积极开展各种活动，做到人人参与。4月20日晚，分理处组织6名内外勤人员走进凤阳章村，开展了“贷款批量授信进村居活动”，在村活动中心，刚吃过晚饭的村民们闲坐在此。分理处工作人员将丰收豆兑换宣传资料、兑换礼品摆开，村民们立刻围过来询问，有几个村民当场拿出身份证查询自己的丰收豆，并兑换了相应的礼品。而在另一个房间里，几名外勤人员也忙得不亦乐乎，工作人员与前来咨询贷款事项的村民侃侃而谈，而对第一次抱着试试看心态的贷款户，工作人员也进行热情了接待。

整个活动持续了两个多小时，现场签订了20多份合同，丰收豆礼品兑换了200多份，受到村民们的热烈欢迎。好些客户因种种原因当场没有办理业务的，就会像章大爷一样隔天来到分理处办理相应的业务。

浅谈汽车分期业务的办理

■文/吉利支行 罗茜

俗话说：工欲善其事，必先利其器。在做任何一件事情之前，必先要做好充足的准备，拓展银行业务亦是如此。在前期的努力下，我行与浙江方林担保有限责任公司签订了担保本金总余额不超过1亿元的合作协议，并于3月30日正式办理了第一笔汽车分期业务。

目前，按揭汽车种类从吉利、长安等低端车型，上至宝马740、保时捷凯宴等高端轿车；按揭贷款金额从3万元至50万元，覆盖面广，市场接受度高。到4月底，我行共办理了71笔汽车分期业务，贷款金额930万元。从近期数据反映，每日有将近70万左右的新增贷款发生额，发展前景良好。具体的办理流程是：

一、核对申请资料，办理授信、开卡。经办行无需与客户直接接触，由担保公司提供连带担保责任，在征得客户书面同意之后，查询客户征信，与担保公司共同商讨借款人资产、负债等情况。若客户情况符合贷款要求，客户即可填写相关申请资料。当我行工作人员拿到贷款人的申请资料后，需对填写的每项内容进行检查，且核查所提交材料是否齐全。特别注重对申请金额、分期还款额的计算，以及对户名、账号、身份证号码等进行核对。这些细节问题虽像沙砾一样微不足道，很容易被忽视，但却不可轻视，一个错误的数字亦可造成一笔业务的放款失败。若资料核对无误，紧接着，工作人员需在大信贷系统中对该客户进行授信，同时，在信用卡系统中录入大额分期信用卡的信息，提交至电子银行部审批。

二、到总行办理相关手续。一方面，工作人员需将信用卡大额分期业务申请书交至电子银行部。到总行办公室对合同、抵押财产清单、抵押申请人授信委托书、抵押权人授信委托书这4份资料进行盖章。随后，将办理抵押所需的资料交还给担保公司，让其前往抵押登记处办理抵押登记。

三、查询信用卡卡号，放款。当工作人员收到



贷款人的机动车登记证书后，核对机动车登记证书编号是否无误，抵押权人是否为浙江台州路桥农村合作银行等相关内容。确定无误后，将整份资料交至柜台检查，查询卡号后进行放款。特别值得注意的是，开卡和卡号的生成有一天的间隔期。所以，我们需要具备敏锐的处理办理时间的反应能力。如果一位贷款客户急需放款，我们必须在T+1的基础上，与担保公司商讨放款所需时间。

新业务开办一个月以来，我学会了如何与客户减少摩擦，建立良好关系。与客户说话，不要急于表达自己的观点，先拉近与对方的关系，找到利益共同点；要学会换位思考，不以银行为中心，要学会帮客户解决问题，在与客户对话过程中表达出你能帮他解决问题的态度和信心，对方才会尊重你的专业。

习近平说：知屋漏者在宇下。高谈金融业务拓展，若只是做个形式，走个过场，不真正落实到客户群体中，又怎么能实现双赢？这次，在支行行长的带领下，每位员工都用心做业务，以踏石留印、抓铁有痕的劲头，啃下了汽车分期业务这块“硬骨头”。

电子银行营销该如何增强客户粘度

■文/横街支行 金禹青



随着电子银行业务的发展，其优势相对于传统银行业务也愈加明显。电子银行业务对于降低经营成本及客户交易成本，提高交易便捷性，创新客户服务模式和内容具有较大优势，电子银行产品也是各家银行实施客户关系管理的重要手段。那么，在电子银行业务进一步发展成熟后，我们该如何利用这样一个新渠道来维护客户关系，拓展市场份额呢？成为摆在我们银行从业人员面前的一道难题。

第一，确定18—45岁群体为我行营销的主要目标客户。借力零售业务部，全力推行“个人信贷+电子银行”的综合营销模式。借力柜面，大力实施“卡+电子银行”综合营销模式。面向基金理财客户、信用卡客户、办理代缴水电费的客户群体开展宣传营销。在现有网银客户存量资源中营销开通手机银行。同时，对代发工资单位营销电子银行。

第二，提升电子银行激活率，减少营销资源浪

费现象。现在我行各网点都已经全部覆盖无线WIFI，因此我们可以在此基础上设置电子银行体验区和体验终端。且当客户签约电子银行协议书后，柜员必须确保将客户交接到大堂经理手上，大堂经理在第一时间手把手地指导客户激活个人网上银行或电子银行，确保新增的所有客户在网点内现场全部完成激活工作。因此大堂经理是确保“新增一户、激活一户”的责任人，是提高新增激活率中的最关键因素。此外，客户经理也要通过电话或者短信方式，联系电子银行“睡眠户”和“未激活客户”，营销客户激活电子银行。

第三，重视客户体验，创新电子银行品牌产品。电子银行是客户自助完成交易的一种服务方式，需要客户亲自操作银行业务，

在完成交易过程中基本无法与银行人员进行直接交流，所以银行在此之前要确保客户能够独立完成操作，在此之后要调研客户体验是否优质。因此，我行必须依托现有的信息系统，加快电子银行业务范围的拓展，对客户的交易行为、资金变化等信息进行挖掘分析，推出带有品牌效应的电子银行服务产品，提高电子交易替代率，实现精准营销和定制服务。其次我们可以考虑进行网络智能客服建设，将线下业务拓展推广到线上服务中去。

总的来说，要想最大限度地争夺客户、发展客户、留住客户，就必须要做好客户关系管理，准确把握客户偏好，最大限度地满足客户的现实需求和潜在需求，为客户提供全方位、一体化、高品质的金融服务。

茅小勇：创二代的生意经



“80后富二代能接下父辈的企业就已经很不错了，茅小勇青出于蓝，接管了父辈的企业后做得风生水起，年产值达上亿元。”路桥农村合作银行长浦支行行长陈敏说，茅小勇是浙江曼克斯缝纫机股份有限公司董事长，已经与该行合作多年。

其实，早在茅小勇创业之前，他父亲茅子超就已经和路桥农村合作银行合作几十年了。如今儿子有出息，茅子超笑逐颜开，自豪地说：“我这一生做得最成功的一件事，就是生了一个好儿子。小勇是我的无价宝。”

与父辈的吃苦耐劳相比，新一代创业者身

上体现出来的，更多的是智慧和眼光。

依托父亲起步

茅子超今年62岁，一生艰苦创业，吃过很多苦。他喜欢钻研机械技术，凭着自己的努力和聪明才智，学会做模具和制造机械设备，大大小小干过十多种行业。2000年，他开始做缝纫机整烫设备生意，之后创办了浙江曼克斯机械有限公司，自产自销。十多年来，公司一路顺畅。“公司不大，但一年几百万元的收入是有的。”作为一名农民企业家，他觉得很满足。

2004年，茅小勇从新西兰留学回来。他先在父亲的厂里上班，两年不到，他就找到了自己的路。2006年，他拉了五六个人，准备做缝纫机外贸生意。“我在国外留过学，网络销售是我的长项。”他说，“我父亲的许多客户就是缝纫机企业老板，进货也有一定渠道。”就这样，他做缝纫机贸易生意，两年时间里赚了几百万元。这是他赚到的第一桶金。

他有了更大的“野心”：自己办厂。在2008年金融危机来袭之际，当大家都在感叹整个经济形势下滑，生意难做之时，他看到的却是机会。“经济发展肯定会遇到高峰和低谷，金融危机把经济推到了低谷，那也就意味着开始反弹。”他说。

2009年年初，他在路桥上洋桥租了2000平方米的厂房，创办浙江曼克斯缝纫机股份有限公司。他组建自己的创业团队，设立生产研发部、销售部等部门，生产拥有自己品牌的缝纫机。

2010年，他又在新买的一块地皮上建立了第一栋厂房，并于同年搬了进去。这一年生意好得不得了，但是，由于厂房没有完全建好，产品供不应求。“2010年，可能是有史以来缝纫机行业效益最好的一年。”这证明他对后金融危机时代的判断是对的。这一年，曼克斯公司年产值已经过一千万。

走向资本市场

如果说，创业之初，父亲起到了很大的作用；那么，公司步入正轨后，父亲的企业成了茅小勇计划的一部分。

去年，按照茅小勇的发展需要，父亲公司里的生产设备全都搬进了他的公司——他的公司兼并了父亲的公司。看到儿子这么有本事，茅子超觉得自己也该“退休”了。“小勇的经营理念比我先进，许多新东西我都不懂。”他说，他只能做做幕后工作，“儿子成熟了，就让他去闯吧。”

曼克斯公司这五六年的发展非常迅速。2010年搬厂房，2011年开始投入大规模生产，2014年产值做到9000多万元，2015年做到1.3亿元，估计今年能做到1.8亿元。公司不但有自己的研发团队，关键技术还与国际顶尖高校合作，研发出无线缝纫机等高科技缝纫设备；公司员工从几十人增加到300多人。

茅小勇还非常注重资本运作。2015年，曼克斯公司正式挂牌“新三板”上市。“接下来将向IPO（首次公开募股）方向发展，研发更多的新型产品，做大产业。”他跟路桥农村合作银行的合作更加密切，后者授信其公司950万元。

“我有许多想法，有许多东西想做，可是分身乏术，只能一件一件来做。”对于茅小勇来说，好项目很多，他要一步步实现自己的梦想。

（发表在《台州日报》2016年4月25日2版要闻，作者包建永）

在舒适的大厅上班，烈日晒不上、冷风吹不着、穿着整洁的银行大堂经理，这在许多人眼中是让人羡慕的职业。不过，当你真正了解时，才发现这个工作其实既琐碎又忙碌。本期，小编将带你走进路桥农合行的营业大厅，让你感受大堂服务的细节之美。

客户习惯养成术

■文/下梁支行 陈瑶

场景一：

柜员：您好，请问您需要办理什么业务？

客户：取3000元。

柜员：不好意思，麻烦您到旁边的取款机上取一下。我们大堂经理在取款机前，不会的话他会帮您的。

客户：你就取一下吧！

大堂经理：您好，请来这边我帮您取，很快就取好了，还能累积积分兑换礼品呐。

场景二

大堂经理：阿婆，您要办什么业务吗？

客户：存电费。

大堂经理：阿婆，存电费来这边，我帮您存。

客户：就在柜台存好了，我以前都在这里存的。

柜员：阿婆，您放心，这是我们的同事，专门在大厅帮你们办业务的，有小额的存取款他都可以帮您办好。

大堂经理：阿婆您放心，外面存也很方便的，跟在柜台办理是一样的。

每天，下梁支行的营业厅都会上演这样的场景。长久以来，面对形形色色的客户，柜员与大堂经理间形成良好互动的默契。遇到能在自助设备上办理的业务，柜员都会耐心劝说，大堂经理也会闻声赶来一起引导客户到自助设备上办理。当柜台前开始有排队的趋势时，大堂经理就会开始询问客户需要办理的业务，或引导、或营销，尽量减轻柜面压力，减少客户等候时间。

慢慢地，客户开始形成习惯，每到水电费缴费的高峰期，会主动去找大堂经理；有贷款需求的客户也会有意识地带上U盾在大厅的电子设备上自助放贷。同时，大堂经理也在无形中有了小习惯，只要能脱出身来，就会向客户宣传我行网上银行、手机银行的优势特点，使客户知晓使用网上银行、手机银行办理业务可以随时随地，不受时间地点限制，极为方便，提升客户签约使用的体验度。

大堂经理的“变”与“不变”

■文/峰江支行 钱瑶琳



在“整村授信”动员会中，我行副行长陈学军说道，我们的信贷正由供方市场向需方市场转变。很显然，我们整个银行业也正由供方市场向需方市场转变。在峰江街道这一亩三分地上，从原本的竞争对手只有台州银行，到现在的泰隆银行、邮储银行、农业银行、民泰银行遍地开立网点，竞争的激烈程度可想而知。

面对日益激烈的市场竞争，寻求差异化服务才能让我在竞争中保持优势，而营业大厅作为客户走进银行的第一场所，大堂经理在这场改革中的重要性不言而喻。也正是这场变革促使我们每个网点设置了专职的大堂经理。

每一个新事物的产生都有一段曲折的探索过程，大堂经理的岗位职能也是在不断探索中慢慢总结归类出来。设立大堂经理岗的初期，是对柜台岗位的一个补充，大堂业务可以说是柜台业务的一个分支——原来由柜员帮助那些不会填写开、销户申请书，挂失申请书等单子的客户，现在转移给大堂经理，由他们代为指导填写，不仅大大提升了柜面业务办理效率，也减少了客户等候时间。这个时候大堂经理的作用更多的是对工作效率的提高，是一

种协助作用。而这项工作，用我们客户的话来说：“保安都会做。”

随着大堂经理的作用开始逐步显现后，其工作内容也变得丰满起来，从一个保安都能“胜任”的岗位向专业化、职能化发展，其中最显著的变化就是“营销”。从单纯的辅助客户填单，到现在开始向客户推介我行最新产品，让客户有更多的机会了解适合他们的金融产品。当然并不是所有客户都会“买单”，但大堂经理已经形成告知的意识，即使被客户一再拒绝，也会站在客户未来需求的角度去营销。这不仅磨的是耐心，更磨练的是大堂经理的专业，因为专业才会让更多的客户信任，愿意倾听。

到目前为止，我行大堂经理已经有了很大的进步和改变，但应该还有更多的精进空间。我在银行的《大堂经理岗位职责》里看到过一条：“差别服务。识别高、低端客户，为优质客户提供贵宾服务，为一般客户提供基础服务。”二八法则在银行业同样适用——20%的客户为我们创造了80%的利润。大堂经理作为银行的第一形象代表，是客户进门之后第一个打交道的人，面对形形色色的客户，如何第一时间识别优质客户，靠的是锻炼和经验。

大堂经理从一个辅助性的边缘岗位向着专业化、职能化岗位转型的过程中，唯一不变的是那颗服务客户的心。不管是转型伊始的可有可无，还是不断探索之后的精准营销，设立大堂经理岗位的初心始终未变，那就是为客户带去更加便捷满意的服务。那就让我们用不变的热忱与不断精进的服务站好每一班岗，服务好每一位客户。

大堂工作无小事 细致工作无极限

■文/路桥支行 应小燕

社会发展的巨轮滚滚向前，没有什么是一成不变的，银行业也在激烈竞争中反思前行。特别是随着银行业务渠道电子化趋势越来越明显的当下，来营业厅办理业务的客户变得稀缺。作为银行工作人员，我由此更加珍惜每位“千里迢迢”来营业厅的客户，是他们给了我们互相沟通和开展营销的机会。当大堂经理成为我行的“标配”后，得到了更多客户的肯定，这让我更加意识到大堂服务的重要性。

从柜员转成大堂经理，我见证了大堂服务的一步步变化：从无到有，从基础性大厅维护到主动式营销，这个“变”，其实需要脚踏实地的行动和灵活应变的机智。没有当大堂经理以前，还觉得大堂经理就是引导客户，起到分流的作用，没觉得有多么重要，现在看来，这真是个误解。以开展手机银行营销为例，柜台可以营销客户开通该项业务，但是没有时间为客户进行系统化解释和演示，这时大堂经理的优势就显现出来了。当一位客户走进大厅，大堂经理都会主动上前询问需要办理的业务种类，如果客户是转账，且没有开通手机银行，这是大堂经理营销的最佳时刻。

“请问您用的是智能手机吗？”

“是的，怎么了？”

“是这样的，我推荐您一款APP吧，以后转账都可以不用来柜台办理，而且行内行外转账都免费，且到账及时。”

“我知道你说的是手机银行吧，我也一直想来着，但是考虑到安全性问题以及自己不太熟练操作，就迟迟不肯办理。”

“您说的也是很多客户之前担忧的，但自



从办理手机银行后，他们普遍反映担心过度，我行的手机银行还是很靠谱的。而且，我会一步步教您操作，直到您学会为止。”

“行吧，我体验一下。”

三下五除二，营销成功，不仅让客户感觉到满意，也让我变得十分有成就感，因为我们的适当营销正在改变客户的交易习惯，让他们体会到便捷和安全，没有什么比这样的改变来得更让人欢欣鼓舞。

我们常说“变”与“不变”，接触大堂经理岗位后，我更加能体会到其中的奥妙。什么变了？角色定位变了。大堂经理不再单纯地跟着客户的思路走，客户要什么给什么，而是将更好的银行服务产品带到客户身边，做优质服务的“示范人”，业务经办的“引导人”，金融产品的“推销人”，优质客户的“挖掘人”。什么没变？服务的初衷没变。我们维持好营业场所的秩序，疏导好客户情绪，耐心推介合适产品……为的都是让客户享受到更好的服务，而客户的认可和满意则是我们不断创新产品、改进服务流程的最大动力。

提高银行服务的核心

■文/蓬街支行 林晨璐



近期一项覆盖北京、上海、深圳等13个城市近3000名银行业客户的调查报告显示，银行业客户满意度较上一年度有所下降。其中满意度高的基本都是在网银、手机银行做得出色的银行，满意度低的，大部分客户抱怨营业厅等候时间过长、服务态度不佳。

用户支付习惯的改变，已经动摇了银行在支付体系的地位，支付宝、微信等支付渠道已成为现今九成客户小额转账的优先选择。相比在营业厅内不知道何时才能排到队办理业务的等待，这种自主、简单、快捷、没有时间地点限制的支付方式，给客户带去了更优质的体验。谁能为客户提供安全快速便捷的服务，谁就更能得到客户的认可，而更多的银行则是将提升客户体验的场所锁定在了大堂。

随着银行业对自助设备以及电子支付渠道整合的大量投入，自助设备以及网上银行所提供的功能也越来越广泛。但仍不乏对自助设备和电子支付的安全性存在质疑以及对功能不清楚的客户，这时一个熟悉业务的大堂经理显得尤为重要。专业的大堂经理会引导客户在自助设备上业务操作，针对合适人群推广网上银行、手机银行等业务，有效分流人群、减少柜面排队人数。此外，大堂经理除了要熟悉柜面业务外，还要熟悉信贷业务，这样才能更快速地了解客户需求、及时抓住有贷款意向的客

户、避免因业务不熟悉而让客户对银行产生不信任之感。

除了专业的业务知识，一名大堂经理还需具备一定的沟通技巧和责任心。我们常说，要从心出发，以客户为中心，真诚服务。优质服务，从调整内心开始，要热心，更要有责任心。客户需要什么样的优质服务？是需要你的倾听、能快速理解我的需求并用最简便的方式解决我的需求。作为一名合格的大堂经理，应该深刻意识到自己工作的重要性，对每一位客户负责，相比不厌其烦地开展营销攻略，倾听客户需求更为重要。

面对客户提出的问题，即使当时不能立刻解决，也应该记录下来，秉持对客户负责的态度，即时反馈，让客户意识到我们的重视。在服务客户的同时，大堂经理还应该即时安抚客户、调解客户与柜员的矛盾。可以说，现如今的大堂经理是整个营业厅运作的核心枢纽，引导着营业厅的流向，在一线岗位上服务客户。

软件、硬件一起抓，改进营业厅环境、优化设备配置、提高大堂经理素质，才能综合性地提升大堂服务。在这个过程中，不变的是真心服务客户的心，变的，是更全能的大堂经理以及更合理的服务设置。



“手把手” 传授 “心贴心” 服务

文/路桥支行 林琰

冬天过去了，我从柜子里翻出了去年买的漂亮衣服却发现破了个洞，找到了当时卖衣服的店结果已经换了店家。正在我感慨物是人非打算走人时，那个新老板却笑着说她可以帮我修补一下。这世间本就变化得很快，场所的变迁，人员的更替，然而值得高兴的是这家商店一如既往的服务之心。

当上大堂经理后，我的称呼就变多了。有人叫我“林经理”，我想那一定是对我的服务相当满意，也是对我工作的肯定；有人叫我“服务员”，我只能打哈哈地回一句“客官您是要打尖呢还是要住店呢”；还有人叫我“小姐”，其实我是小林。

称呼变多了，不变的是依旧热情的服务，不管听到什么，只要有需要我的地方，我都会一个箭步上前，帮他们存款、取款、转账、还贷、借贷、查明细、填单子……在营业大厅时，不管客户办理的是什么业务，我们大堂经理都应该拿出最专业的态度去服务客户，帮助客户做出省时省力的判断。对于需要转账到他行的客户，大堂经理可以建议使用

大厅内的自助设备或手机银行、网上银行进行转账，免去客户再去别家银行排队的麻烦；对于手持支票、本票在排队的客户，大堂经理要提前上前询问是否已经填好进账单，免去客户队伍排到了还要去填单的麻烦；对于还信用卡的客户，大堂经理应主动询问他是否了解我行信用卡的还款规则，免去客户因不了解而未及时还款的麻烦。

从柜员到大堂经理，变的是岗位，不变的是依旧上进的心。虽然大堂工作不涉及业务办理，但是掌握全方面的业务知识，不仅可以帮忙减轻柜面压力，还可以为客户提供专业的咨询。因此在工作中要时时给自己充电，不断地完善自己的业务知识，使自己成为客户心中的“百科全书”。

走进路桥支行营业大厅，一进门就可以看到柜台，这导致客户会习惯性地进门就排队。要改变客户这种“先入为主”的观念，作为大堂经理的我，可没少费心，经常一看到客户就赶紧进行引导，不管是“连哄带骗”，还是“撒娇耍赖”，只要客户移动到自助服务设备区，我就能好好地跟他们沟通，你不会，我帮你，你想学，我教你。就这样，渐渐地我也有了“小粉丝”会在机具前等我，忙的时候柜台没人排队，反而是自助服务设备区排起了小长队。

在所有行业都在讲求“变革”的同时，变与不变，要寻求一个角度。大堂经理每天要在同一个场所面对着同样的机器，重复着同样的工作，有的时候你会感慨自己工作的一成不变；但是换个角度想，大堂经理每天面对着不同的客户，会遇到不同的难题，其实工作还是充满挑战的。万变不离其宗，我们的宗旨就是让客户高兴而来，满意而归。

大堂服务“进化论”

文/清陶支行 陶卧龙

每天当卷闸门缓缓升起的时候，我行大堂经理忙碌的身影就出现在了营业大厅之中，他们上班前的第一件事就是检查大厅及周围的环境是否整洁，填单台的各种单据是否摆放整齐。当有客户踏进大厅的时候，便主动上前，热情询问，并且引导到相应的自助机具上办理业务。

清陶支行地处路桥钢材市场门口，旁边更兼新兴市场工具中心，平时人流量较多。有次大堂经理在帮其他客户办理好业务后，发现一对衣着朴素的中年男女正拘谨地站在填单台旁。于是，大堂经理主动上前询问，才知道他们是要给在老家的孩子汇生活费，由于不经常来银行办理业务，显得有些不知所措。了解情况后，大堂经理便向他们推介了我行免费的“绿卡”，开卡成功并开通跨行转账功能后，在ATM机上帮助他们完成了汇款，那对夫妻看到汇款成功后并没有收取手续费的账单，开心地笑了。见此，大堂经理顺势向他们介绍起了

我行的新产品“定本利”——一款很适合外来务工人员的定期存款产品。这对中年夫妻也听得津津有味，并表示去取了钱后就来办理这项业务。送走了这对夫妇，大堂经理又开始为其他客户答疑解惑。

大堂经理每天都很忙碌，虽然不是什么大事情，但对于客户来说都是所急之事，所以需要格外地用心。在我看来，大堂经理是连接客户、柜员和客户经理的纽带，因此需要学习全面的银行业务知识，才能及时为客户提供到位的服务。大堂经理更是银行的“代言人”，当客户踏进银行大门时，直接进入客户视线的便是大堂经理，所以大堂经理需要具有敏锐的观察力，能够及时地发现客户的需求与困难，并及时地提供帮助。

都说现在我行的大堂经理与以前大不相同，我想变的是更专业化的职业素养，不变的是贴心的服务，“山若遇上春风，则生机勃勃，笑意袭人；若披上冬雪，就似裹上银装，肃杀逼人。”说的就是这个理。

关于客户体验，我想说

文/营业部 贺佳

采用叫号机是否会让客户感觉更便利？支行配备的儿童座椅和成人轮椅有多少人用过？提供老花镜、医药箱等便民物品会让客户觉得更贴心吗…….这些问题都是作为大堂经理的我时常在思考的。

累加服务种类，细化服务要求，高度化、标准化客户服务流程是银行业优质服务标准，但是若一味地抓标准，而轻服务，是否误解了客户体验的真正含义？

这些标准的设定并不是不合理，但客户体验不能单纯地聚焦于服务标准化和服务项目丰富化。客户体验是客户在获得服务的过程中建立的纯主观感受，客户主观上看到的和感受到的，是银行工作人员的言行举止以及在与客户交流互动中产生的好感度。正因为每位客户的主观体验不同，一刀切的标准化服务用语和流程，并不一定能够带给每位客户良好的体验感受，而应该在“关键时刻”给人留下难忘的印象。

以星巴克咖啡和宜家家居为例，他们是如何打造良好的“客户之旅”呢？回想在星巴克喝一杯咖啡时的感受，当你坐在落地玻璃窗前听着背景音乐，注视并被

街道上的行人注视着，也不时地暗自从心底升腾出一种精致小资的心理满足感；再来看一看宜家家居，大部分的客户走进宜家家居，往往都会沉迷于搭配商品的过程而不是产品本身，让消费者脑海中充斥着“我家可以这么摆设”的想象，沉浸于DIY的乐趣中。除此之外，在最后的分别时候，星巴克咖啡和宜家家居店员分别通过真诚的告别和门口的一元美味冰激凌，让客户的服务体验在愉悦的、深刻的感受中结束。“关键时刻”的客户体验是两家公司的成功关键之一。

由此，在做大堂服务时，我开始逐渐重视这些“关键时刻”带给客户的良好体验。我希望：之于沟通，我是畅通的；之于服务，我是可亲的；之于业务，我是精通的；之于效率，我是高效的；之于态度，我是坚持的…….在平常的服务中让客户体会到我的用心，在“关键时刻”能够有区别地让不同客户拥有不虚这趟“客户之旅”的深刻感受。

大堂经理的华丽蜕变

■文/卷桥支行 张松



一个意外的机会让我走出了柜台，再一次站在了营业大厅的中央。迄今为止，再一次当大堂经理已经有两个多星期了，在这两个多星期里，大堂经理的生活让我感触良多。

记得去年五月份是我第一次坐上大堂经理这个岗位。原因是为了迎接支行会计二级达标，行里决定让差错多的柜员出柜台一段时间。于是，我就“荣幸”地走上了这个岗位。那时候感觉这份工作很枯燥，但也充实。每天8点，我会准时出现在大堂里，提上扫把，把离行式自助服务区打扫干净。再拿上毛巾，把每个柜台前都擦洗干净。然后就是帮客户填填单，收取钱，为柜员打打下手。

今年四月，我又一次当上了大堂经理。做完一个星期后，猛然发现如今的大堂经理和以前有了很大的不同。首先，工作内容增加了不少。自从支行里放置了多台自助服务机具后，柜面业务骤减，客户已经能够熟练地在自助机具上进行存取款、放还贷，这也在无形中增加了大堂经理的工作压力，除了要维持大堂的秩序外，还要指导客户进行自助操作，像取养老金、存水电费等简单的日常业务，几乎都转移到了大堂经理的身上。

最明显的就是在月中，自助机具后面排着的队伍

比柜面还要长，大堂经理瞬间成为比柜员还要红的人，时常被好几位客户围着问问题。其次，工作时间变了。原来是和客户经理同一个工作时间，现在为了更好地服务客户，中午、双休日、节假日都会有大堂经理在值班，只要客户走进营业大厅，就会有大堂经理为他们服务。再者，工作的重心变了。以前帮客户取钱时除了让客户输密码，其他的都由大堂经理一手包办。现在我们更加明白“授人以鱼不如授人以渔”的道理，从简单的ATM机存取款到稍微复杂的手机银行转账，大堂经理都会一步步耐心地教导客户，直到他们学会如何操作为止。

当然，大堂经理的服务还是有很多没有变化的。比如工作态度没变，同样微笑地迎接每一位客户，同样用心地服务好每一位客户，同样热情地和每一位客户打招呼。再比如工作的目的没变，为的还是让客户花最少的时间，最小的成本，享受最好的服务。

总的来说，和以前相比，大堂经理的工作压力在增大，工作时间在增加，同时，大堂经理的价值也在提升，对能力的要求不断提高。相信随着我行业务的不断丰富，大堂经理这个岗位会变得越来越重要，成为不可或缺的一部分，为我行的发展添上绚烂的一笔。



一声对不起，撬动了“地球”

在后来的工作中，我以一声对不起、一句赞美、一个笑脸作为支点，居然撬动了又一个又一个“地球”。

“地球”是个人名，原名张地球，现今已有75岁。老张是我刚参加工作的一位老客户，办业务总会警惕地一遍遍核对，稍有差错便“不依不饶”，属于同事口中“惹不起的人”。

“我发养老金的存折丢了”，老张屁股还没坐稳就递进来一张皱巴巴的老年证，“你们今天一定要补一本存折给我！”因为是老年证，我足足花了5分钟才让他同意回家取身份证，没拿到钱的他窝着气、昂着头、拧着身子离开了柜台。半小时后，老张气喘嘘嘘地回到柜台，一边往里塞身份证，一边抽纸巾给自己擦汗。我不敢怠慢，马上按照挂失流程查询存折，打印基本信息并小声地要求老张去填单台填写挂失申请书。一听还要填单子才能取钱，老张一推鼻梁上的眼镜，眼看就要发火。隐约感觉大势不妙，我赶紧求同事填

了一张申请书，好说歹说才劝他签了名字。已经战兢兢的我，一拿到单子立刻核对基本信息、完成挂失。

可天不遂人愿。当挂失补开需要输入密码时，我的密码键盘突然罢工了。老张一连摁了6遍密码都没能输入成功，我刚想开口央求他再试一次的时候，窝了一肚子火的老张再也按捺不住，扯开嗓子就数落我的种种不是，他这么大年纪还要求他回家拿东西，拿了东西还要填单5分钟里，老张数落累了，喘口气接着数落，大厅里其他客户投来异样的眼光，我从未觉得时间如此漫长、如此扎人，真恨不得能钻进地缝藏一会儿。

“对不起！今天是我做得不对，我向您道歉。”瞅准老张缓气的间隙，我赶紧道歉，可是才说完前半句，眼泪已经在眶里打转，声音都走了调儿。

老张一愣神，看到我主动道了歉，也就撂下了牛脾气，招招手去了其他柜台。说也奇怪，从那以后，老张只认准我办业务。有一天，我偷偷地问他为什么，他说：“像你这样主动承认错误的小伙子，一定不会让我这把老骨头跑第二趟冤枉路。”

这段故事一直烙在我的心里。在后来的工作中，我又找到了其他支点。诸如一次走访、一句赞美、一个笑脸。利用这些经验，我居然撬动了又一个又一个“地球”。

Goodbye, Room ——《房间》观后感

■文/蓬街支行 陈佳颖

“在我来到之前，你整天哭着看电视。我冲破云霄，你切断绳子。对我说，你好，Jack。”

穿过天窗，镜头定格在10平方米的房间中。“早上好，台灯！早上好，衣橱！早上好，水槽……”稚嫩的童声打破了清晨房间里的寂静。像往常一样，长发男孩Jack开心地跟他的“好朋友们”一一打着招呼，而后，跟妈妈Joey一起洗漱、运动、看电视，听着童话故事入睡。

看到这里，你可能会认为这就是一对普通母子的日常生活。然而，当夜幕降临时，一个叫“OldNick”的男人来到房间，打破了一切温馨平和，可怕的事情发生了。原来在这个房间里，“OldNick”囚禁了一名少女七年之久。在这里，少女被强暴后生下了儿子Jack。一位年轻妈妈的牢笼，却是她五岁儿子的全世界。伟大而卑微的母爱驱使着Joey为Jack构建了一个虚拟的完美世界——“房间”。在Jack眼中，昏暗简陋的房间充满了魔幻色彩，坏人也成了童话世界中的怪兽。

“我四岁的时候对这个世界一无所知，以为它只是一些故事。我五岁的时候，妈妈对我吐露真相。说真实世界大到你无法想象，而房间只是它一个又小又臭的碎片。”这残酷的真相使Jack的世界观瞬间崩塌，母子俩大吵一架。为了使Jack走出这肮脏、小得可怜的世界，母亲Joey想出了一个大胆的逃脱计划。而这需要仰赖儿子的勇气，以及大量的运气。

影片设计巧妙，以母亲Joey和儿子Jack的重聚为分水岭。前半部分，封闭的环境里细节描述简单真实，出逃计划前后节奏紧促，扣人心弦，让观众参与了一次惊悚又冒险的自救。后半部分，所有的矛盾一并爆发，引人深思。如果说推开门的第一秒是希望，那第二秒呢？

被偷走的七年，物是人非。面对父亲的不接受、媒体的质疑、社会异样的眼

光，Joey从逃离牢笼的幸福跌到惶恐里，患上抑郁症，一度想自杀。当然Jack也还不太能接受这五彩缤纷的世界，然而五岁的他并没有向命运低头，他幼小的心灵在不断排斥中慢慢地接受了这看似不可思议的一切。面对妈妈的心理灾难，Jack剪下了象征力量的长发送给妈妈，用他的乐观、纯真再一次拯救了妈妈。影片结尾Jack和妈妈再次回到房间，Jack抚摸着房间里的一切，对他曾经的“老朋友”们一一告别：“再见，台灯！再见，衣橱！再见，水槽……妈妈，对房间说再见。”Joey也默默地说了再见。

“妈妈和我做了一个决定，因为我们不知道自己喜欢什么。所以决定每样都试试。世上有那么多东西，有时还很恐怖，但是没关系，因为你和我还在一起。”真好，他们告别了房间，又重拾了希望。

其实，我们不也身处“房间”之中吗？我们有多少人，不敢面对未知，不敢认识陌生的朋友，不敢走出自己的舒适区，还总是执拗地认为自己身处的世界就是最完美的。当有些不堪随时间逝去时，我们能否像Jack一样勇敢面对，能否将这些不堪当作我们生命中的一部分去接受？或许有一天，我们也可以勇敢地打开房门去拥抱外面的世界。懂得遗忘、懂得坚持、懂得去爱，才能更好地生出面对未知的勇气。



对于学好投资理财，除了积累实际投资经验外，知识点的学习也很重要，但是长期学习投资理财方面的知识却又是件很枯燥的事。对此，小编盘点了一些生活中比较有趣的经济公式和定律，让你在乐中学习经济学知识。

幸福公式

著名经济学家保罗·萨缪尔森曾有一个幸福公式：“幸福=效用/欲望”，幸福——家庭和个人的满足感，效用——家庭和个人的财富，欲望——家庭和个人心理对物质等追求的欲望程度。效用和欲望，是家庭和个人的现实生活状况与心理追求的一种比较，如果两者的落差越大，幸福感也会越来越差。

“更大笨蛋”理论

经济学家凯恩斯的“更大笨蛋理论”，相信很多人应该听说过。“更大笨蛋理论”，又称为博傻理论，比如在投资方面，为何你完全不管某个东西的实际投资价值，即使它不值钱，但你还是愿意花钱投资，那是因为你预计未来会有一个更大的笨蛋，会从你那儿把它买走。这就好比股票投资，房地产投资，还有收藏品投资。“更大笨蛋”理论告诉投资者的是，首先钱不可拽的太紧，那就失去很多赚钱的机会，发财的机会永远是别人的，你就是最大笨蛋了。

痛苦指数

痛苦指数，又称之为“遗憾指数”，是失业率和通货膨胀率之和。此指数在1975年由美国政府提出的，表示失业和通胀给人们带来的痛苦是等同的。失业率越高，实现充分就业就越不成功；通货



膨胀率越高，稳定物价就越不会成功。所以，痛苦指数往往也反映出国家的宏观经济状况及政策是否给力等。

酒与污水定律

什么叫“酒与污水定律”呢？是说如果把一匙酒倒进一桶污水之中，你得到的就会是一桶污水；反之，如果将一匙污水倒进一桶酒中，你得到的还是一桶污水。这就会让我们想到公司的一些部门，总有几个“污水”式的员工，在同事之间挑拨离间，搬弄是非，破坏部门的和谐。一个正直能干的人进入部门就会被吞没，而一个无德无才的人就会将公司变成一盘散沙，所以像这样的“污水”式的员工一定要及时清除掉，否则后果不堪设想。

木桶定律

“木桶定律”来自于现实生活的经验总结，是说一只水桶是由众多木板箍在一起的，它究竟能盛多少水，并不是取决于桶壁上最长的那块木板，相反是取决于桶壁上最短的那块木板。“木桶定律”运用到投资理财方面来说，如果你的投资项目中存在着一些亏钱的投资，那么就会拉低你做其他投资所获得收益，致使你最终到手的实际收益降低，所以做投资也要考虑“短板”，并尽早“补足”或“除掉”它！



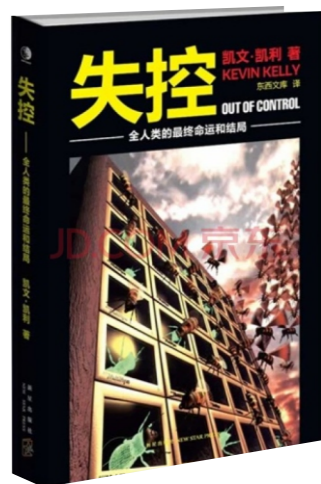
读书时间

2006年,《长尾理论》的作者克里斯·安德森这样评价该书:

“这可能是90年代最重要的一本书”,并且是“少有的一年比一年卖得好的书”。“尽管书中的一些例子在十几年后可能有些过时,但它所表达的信息却越来越成为真知灼见”。“在那时人们还无法想象博客和维基等大众智慧的突起,但凯利却丝毫不差地预见到了。这可能是过去十年来最聪明的一本书。”

这是《黑客帝国》主要演员的必读物之一,这本关于机器、系统、生物和社会的“大部头”,揭示了社会进化、特别是互联网发展的“先知预言”,从这本书里,人们可以窥探到SNS的今天和未来。

《失控》成书于1994年,作者是《连线》杂志的创始主编凯文·凯利。这本书所记述的,是他对当时科技、社会和经济最前沿的一次漫游,以及借此所窥得的未来图景。书中提到并且今天正在兴起或大热的概念包括:大众智慧、云计算、物联网、虚拟现实、敏捷开发、协作、双赢、共生、共同进化、网络社区、网络经济,等等。说它是一本“预言式”的书并不为过。其中必定还隐藏着我们尚未印证或窥破的对未来的“预言”。



《失控》用最科学的方法,阐释关于生命未来和社会新秩序,一语道破人类最终的命运和结局。

《失控》涉猎:天文、化学、生物、计算机、控制论、运筹学、社会学……同时又堪比《黑客帝国》中洞悉未来的“神谕”,正在兴起的“云计算”、“物联网”等都可以在这本写于15年前的书中找到相关的影子。

初读这本书,你会觉得枯燥,无聊,毫无逻辑,但仔细的,慢慢读的时候你才会发现这本书价值所在,我给大家推荐最好的阅读方式就是找几个朋友一边阅读,一边讨论,你会发掘出很多有意思的东西。

有人说这是一本经典的管理学著作。

有人说这是一本互联网时代的资本论。

有人说这是一本关于人类未来的预言书。

当你读这本书的时候,你的世界就迎来了崭新的一刻。你对事物的看法,你对技术的思考,你对人生的感悟都会有一个很大层次的变化,你看事物不会一下变得很深邃,但你看事物的时候一切都会感觉很广阔。

四月份大事记

April

4月1日,陈学军副行长、计划财务部总经理吴黎辉赴台州银监分局参加2016年小微企业金融服务推进会暨第一次信贷与统计工作会议。

4月6日,金时江董事长、梁祚林行长参加路桥区委组织部召开的全区领导干部大会。

4月8日,省农信联社电子银行处应朝晖处长一行来我行调研丰收豆兑换业务开展情况。

4月8日至13日,金时江董事长参加台州市银行业协会举办的理监事单位主要负责人2016年第一期培训班。

4月12日至14日,陈学军副行长、风险管理部总经理黄普忠参加省农信联社举办的全省农信系统业务管理培训班。

4月15日,陈学军副行长赴台州银监分局参加全国银行业扶贫开发金融服务工作推进(电视电话)会议。

4月19日,台州办事处在我行召开台州农信“柜面业务分离、人员分流”行动计划暨社区银行转型建设推进会。

4月25日,金时江董事长赴台州银监分局参加2016年一季度银监会经济金融形势分析(电视电话)会议。

4月26日,李友增副行长、办公室主任胡中江赴台州银监分局参加2016年信访消保工作会议。

4月28日,梁祚林行长参加台州银行业协会召开的第七届理事会第七次会议。