

市郊联社反假货币 宣传工作连获殊荣

本报讯 近日,人行平顶山市中心支行反假办授予市郊联社“2020年反假货币宣传月活动优秀组织奖”“2020年反假货币宣传最佳信息报道奖”“2020年反假货币最佳学习标兵”等荣誉称号。这是市郊联社连续3年在全市24家金融机构中脱颖而出,获得这些荣誉。

今年,该联社根据实际情况,扎实开展反假货币知识学习、活动宣传、信息报道等工作,将反假币和

反洗钱知识宣传有机结合,通过微信公众号、个性化视频、实地集中宣传和走访宣讲等线上线下方式全方位进行反假货币知识宣传教育。特抽调专业人员组成宣传队,现场讲解反假币相关法律法规,并接受群众的现场咨询和答疑,让市民充分了解洗钱、假币等犯罪行为对国民经济秩序及个人的危害,提升公众的金融安全意识。

据介绍,为进一步提高广大人

民群众反假货币、识别假币的能力,多年来,市郊联社积极探索开展人民币反假宣传工作的新思路、新办法,深入社区、商户、企业等地开展反假货币知识宣传,向群众耐心讲解,提高了反假货币宣传效果。通过一直以来的不懈努力,市郊联社反假货币宣传工作得到了广泛认可,树立了良好的公众形象,为净化人民币流通环境作出了积极贡献。

(刘贯虹 王晨阳)

冲汤中 “滚”出的幸福味

——新华区农信联社
让回乡创业更轻松

“把新鲜的羊肉煮熟切片,浇上秘制老汤,再撒上葱花、香菜及少许调味料,这样做出的羊肉冲汤汤汁发白、肥而不腻、香而不膻,营业价值也高。”市区一家羊汤馆老板王先生一边向碗里浇汤,一边对前来拜访的新华区农信联社客户经理说。

王先生是土生土长的平顶山人。3年前,已至而立之年的他怀揣不多的生活费只身前往杭州闯荡,凭着对调味料的独特感受,王先生在打工的同时研究出了熬制羊肉冲汤的独家秘方,并在杭州一家工业园区附近开了自己的羊汤馆。独特鲜美的冲汤给他的羊汤馆带来了盈门的顾客,很快他便在平顶山市区购置了新房。

王先生与农信社结缘的时间还得追溯到3个月前。原来,王先生在杭州的羊汤馆虽然红火,但老家还有妻儿老小需要他照顾,为更好地陪伴、照顾家人,他转让了杭州的羊汤馆,决定回老家平顶山继续创业。经过一番考察,他最终选择了市区一处人流量相对大的小区附近作为羊汤馆的新址,但是想要盘下心仪的铺面,加上后期的装修以及人工等费用,需要一笔不小的开支。王先生把资金不足的情况对妻子说了之后,夫妻商量后就来到了新华区农信联社。该联社客户经理了解情况后,为其推荐并办理了房产抵押贷款,不到3天时间,王先生便收到了“创业”资金。

(朱亚州 纪丹丹)



情暖冬至

12月21日适逢冬至,新华区农信联社小微贷党支部举办了“情暖冬至,我们在一起”党支部主题活动。该党支部学习了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》及上级相关精神,开展了“学习强国,冬至知识竞答”活动,并举行了精彩纷呈的包饺子比赛。

王启超 摄

用爱心为生命加油

叶县农商银行
组织员工无偿献血

本报讯 无偿献血是爱的传递,也是一种社会责任。为进一步弘扬奉献精神,12月17日,叶县农商银行积极响应县献血办的号召,组织全辖员工踊跃参与无偿献血活动。

当天早上8点半,参加无偿献血的员工们在叶县农商银行副行长孔祥飞的带领下已在亿联献血点集合,在医护人员的引导下填表、排队,完成血液检测。

此次献血活动中,既有多次献血的“前辈”,也有初次体验的“新人”。孔祥飞鼓励初次献血的年轻员工勇敢迈出第一步,他身体力行,率先上阵。

由于献血人数较多,直到中午时分,还有一部分员工在等待采血。一些年轻员工表示:“我第一次献血,想到能帮助有需要的人,带给他们希望,挺有成就感的。我以后会坚持每年都无偿献血。”

(任彦民)

叶县农商银行: “三个三”,吹响开门红集结号

本报讯 面对新一年的任务目标、新一轮的机遇挑战和业务竞争,连日来,叶县农商银行以饱满的热情、昂扬的斗志、振奋的精神和“三个到位”“三个抓好”“三个强化”的扎实举措,吹响2021年开门红集结号,全力确保首季营销活动顺利开展并取得实质性成效。

“三个到位”,做好组织谋划工作。一是市场调研到位。领导班子带领不同岗位人员深入县域内市场、企业、社区、村镇,认真开展市场调研,掌握市场行情、人员动态、经济运行特点,摸清市场底数。二是人员培训到位。围绕2021年首季开门红工作,12月11日-16日,该行组织全辖300余名员工进行夺势开门红360全景营销专题培训,全面提升员工创新与营销服务能力,为开门红工作的开

展增添动力。三是任务分配到位。认真分析县域金融市场竞争形势,结合省联社、市农信办会议精神,立足辖内网点实际,与不同层次的员工召开座谈会,广泛凝聚智慧力量,细化2021年一季度组织资金、信贷投放、网络金融等各项指标任务,真正做到开年即冲刺、起步就快跑,确保开门红营销活动精准发力。

“三个抓好”,强化宣传营销工作。通过一系列温暖人心的宣传措施,全力以赴开拓、巩固业务市场。一是抓好资源挖掘。为稳定老客户,挖掘新资源,该行从“人脉圈”着手进行营销服务,对存量老客户、大客户、新发展客户进行温情动员,使其将圈内的朋友、客户、亲戚等资源转介该行。二是抓好贷款客户跟踪。利用

“商业圈”资金需求旺季特点,抢抓机遇,尤其加大对个体工商户、小微企业的对接工作。三是抓好农民工群体营销。农村网点客户经理积极对接村村两委,摸清外出务工人员底数,做好信息归集工作,为开门红活动进一步夯实群众基础。

“三个强化”提升客户服务质量。一是强化氛围营造。为营造温馨祥和的服务氛围,各营业网点从干净整洁度、便于客户分流、厅堂营销、氛围营造等方面进行厅堂内的设施布局,使客户的体验感更强、满意度更高。二是强化跟踪服务。加大客户跟踪服务力度,及时掌握动态信息,做好资料完善,结合自身特点实施分类管理、差异化服务。三是强化客户回访频度。

(赵娜)