

增户扩面之路,既是学的过程,又是稳的过程,也是增的过程。面对改革、发展、稳定的考验,2022年6月,如东农商银行启动“增户扩面”精准对标专项赋能。项目实施一年多来,该行聚焦增户扩面干什么、怎么干,加快动力转换、方式转变、发展转型,在推动经营发展提质、扩量、增效的同时,进一步深化了对做好增户扩面工作的规律性认识。

坚定做小做散

做小做散是一项“不得不做、必须做、必定能做”的系统性工程。如东农商银行坚持从大处着眼、小处着手,沉下心来做打基础、利长远的苦事难事,切实扭转贪大求快的发展思想。

在战略上抓主动。围绕大零售转型主航道,制定三年发展规划,确定“七纵四横五银行”战略体系和“三个阶段”发展目标,班子成员带头宣贯,逢会必讲、逢人必说、逢事必提,引导全员转变理念、坚定方向、不再迷茫。将战略目标细化量化为年度十项重点工作,由分管领导任组长实施项目化管理,确保战略规划阶段性任务落实落地。截至9月末,全行信贷客户数35763户,较2022年6月末净增5583户,增幅18.50%;各项贷款余额372.11亿元,较2022年6月末净增50.82亿元,增幅15.82%。

在战术上见行动。开展“支农支小 增户扩面”三年攻坚战行动,推动县政府将普惠金融纳入全县高质量发展考核,在“二次评议”深化整村授信基础上,集中力量推进“阳光信贷”授信签约会,通过下沉、再下沉,融入、再融入,巩固“人熟地熟事熟”优势,深耕普惠金融蓝海。今年7月以来,举办“阳光信贷”签约会849场,用信体验1951户,普惠贷款余额较年初净增19.89亿元,增幅13.69%。

在策略上强支撑。围绕向小、向快、向信用、向场景,制订差异化经营策略,将100万元以下贷款投放作为重点提升指标加压推进,配套设计“如一·零钱包”等明星产品,优化“阳光E贷”“如意快贷”等线上产品,以小额促体验,以信用促扩面,提升客户获得感和市场占有率。截至9月末,100万元以下贷款余额70.37亿元,较2022年6月末净增11.44亿元。



以金融力量守护一江碧水

如东农商银行：坚定做小做散战略定位 推动增户扩面赋能增效

强化科技引领

顺应数字化转型发展趋势,如东农商银行盘活数据资源、做好应用落地、强化人才支撑,使数据不再是深藏的未知财富,提高科技向生产力转化的效率、效能和效益。

发挥内外部数据综合效能。整合部委办局获取的“大数据”和外拓走访获得的“小数据”,建立客户标签体系,赋能客户分层分类,形成精准化客户清单,推动“数据跑”协助“人工跑”,为支行走访营销提供强有力的数字装备。

研发“小而美”系统应用。上线“如一微办”走访营销系统,通过打卡建档、过程管控,推动客户走访行在实处。依托系统开展流失客户“找回行动”、存量客户“唤醒计划”,提高营销精准性,放大效率优势。研发绩效管理系统,策应内部考核需求,在工作量和成效方面实现更加细化、更加快捷的数据展示,让员工办理每一笔业务做到心中有“数”。

做实专业人才保障。通过社会招聘聚才引智,以人才“软实力”助力发展“硬支撑”,赋能项目实施以来引进科技专业人才8人。加强人才内部培养,通过员工双向交流锻炼、组建数字化兴趣小组等,推动科技与业务深度融合。常态化开展同业对标学习,选派科技骨干到省联社跟班锻炼,通过“大手拉小手”,提升科技攻关水平。



护航“专精特新”驶上快车道

深化党建领航

坚持党的领导是最大政治原则。如东农商银行以党建引领回归本源、专注主业,在结对共建、干部挂职、品牌创建上“握指成拳”,护航高质量发展行稳致远。

筑牢党建共建桥梁纽带。把党建共建作为促进营销发展的关键一招,先后与县妇联、交通运输局、住建局等23家单位签订战略合作协议,共推乡村振兴巾帼贷、交运易贷、富民安居贷等专属产品,以“党建链”赋能、带动异业联盟,把政治优势、组织优势与资金优势、平台优势有机融合。

真挂实干融入社会治理。选派16名中层骨干挂职副镇长,16名青年骨干挂职镇团委副书记,赋予员工“新身份”,融入社会治理,与地方政府重点工作贴得更紧、和基层百姓走得更亲、跟大客户靠得更近。制定挂职干部专项考核办法,将整村授信、项目对接等工作与挂职干部绩效挂钩,推动做实功、求实绩、出实效。

打造特色品牌体系。围绕“如东人的首选银行”企业愿景,打造“如一金融”“如一党建”“如一清风”品牌体系,传导“为您,始终如一”的服务理念,以实际行动传承服务“三农”情怀。突出行业特色,将自身党建品牌与工商联非公企业党建品牌有机融合,营造与服务对象之间相知相伴、共生共荣的亲密合作关系,推动政治效益、经济效益、社会效益整体提升。

·印良钰·

(作者系江苏如东农商银行行长)



客户经理深入田间地头



“贷”动养殖户走上致富道



助力渔民实现致富梦



助力家庭农场喜迎丰收