

襄垣农商银行多举措推进适老化金融服务工作

“农信绿”情暖最美“夕阳红”

□ 郎逸群

敬老爱老，善德之始。近年来，襄垣农商银行充分发挥点多面广的服务优势，多渠道畅通适老化金融服务，将提升金融服务适老化水平融入日常工作，不断强化尊老、爱老、敬老服务理念，持续为老年客群营造安心便捷的金融服务环境。

激发主题银行优势

在平时的工作中，襄垣农商银行紧密结合主题银行优势，创建老年文化活动阵地，配备爱心座椅、放大镜、雨伞等便民物品。并围绕节日特点，定期开展特色活动，形成了“声音大一点、问询多一点、语速慢一点”的“三个一点”工作方法，持续营造敬老、助老、扶老的浓厚氛围，切实推动适老化工作融入金融服务每一步。

优化网点服务效能

为了更好地满足老年客群的服务需求，该行常态化开展上门服务、零币兑换等便民服务，定期邀

请网点周边老年客群，结合其日常生活中遇到的常见银行业务问题，积极开展“金融知识微沙龙”活动，广泛征求意见建议；同时，现场指导老年客群操作使用厅堂智能机具，手把手教他们如何使用手机微信银行查询账户余额和交易明细等常见线上银行服务，进一步拓宽了老年客群线上业务的应用场景。

搭建金融服务桥梁

为提升老年客群反诈识诈能力，该行定期组织开展送金融知识下乡活动，工作人员结合常见养老诈骗案例，组织开展金融知识宣传讲解，切实增强广大老年朋友对电信网络诈骗、非法集资的识别能力，帮助老年客群守护好自身“钱袋子”。

多年来，该行高度重视适老化金融服务工作，积极履行行业责任担当，持续搭建与老年客群的纽带桥梁，做实、做细老年客群服务的各项服务。

今后，该行将进一步打通养老服务和金融服务的“最后一公里”，为县域经济发展不断贡献金融力量。

农信镜头

传统产业焕新



近年来，壶关农商银行积极推动传统产业转型发展，将金融服务从西红柿种植向西红柿深加工、销售等产业链持续覆盖。图为壶关农商银行工作人员走访调研西红柿酱生产企业。 王珊 摄



近日，漳泽农商银行漳村支行开展了“蔬菜优惠购”活动，用实际行动把温暖送到居民心坎上，把服务延伸到客户生活的点点滴滴，让客户在家门口就能享受到便利与实惠。 郭彦鑫 摄

农信快讯

武乡农商银行

多措并举 助力业务提质增效

本报讯 今年以来，武乡农商银行坚持把“服务三农、支持地方经济”作为主方向，充分把握市场资源，深挖客户金融需求，持续提升服务水平，强化储客营销，助力各项业务提质增效。截至目前，各项存款较年初净增8.86亿元。

为进一步推动各项业务稳步提升，冲刺年关和决胜2025年“首季开门红”，该行多次召开工作会议，为“旺季营销大走访”活动打下坚实基础。同时，利用每“周三”全员营销日，机关部室下沉包联网点，结合区域特点，以辖内网格为半径，了解掌握客户的经营状况和金融需求，推动储备客户营销快速转化落地。

除此之外，该行做深市场拓展、做优客户服务，不断提升现代金融服务质效。通过面对面交流的方式与客户建立良好的沟通关系，全方位收集客户信息，给客户推荐适配的贷款产品。并在各网点以晨会展示、情景演练等形式，有效提高营业网点规范服务水平。在客户等待间隙，组织开展“厅堂微沙龙”活动，将最新金融产品送到客户手中，不断提升客户的满意度。 (张霞)

平顺农商银行

奋力冲刺“收官战” 精准蓄客“开门红”

本报讯 近日，平顺农商银行抢前争先、多措并举、紧盯市场、聚焦客户，通过开展形式多样的蓄客准备工作，为全力迎战2025年“首季开门红”精心布局，奠定坚实基础。

该行充分发挥全员特长，深入剖析市场态势，以“旺季营销大走访”活动为契机，精准锁定营销对象，主动与辖内的中小微企业及个体工商户搭建沟通桥梁，积极开展无缝对接。同时，该行各营业网点以厅堂为阵地，利用线上线下渠道邀约回访，加大存量客户的营销力度，积极配合提供存款、保险、收单商户等“一揽子金融服务”，第一时间解决客户难点问题，增强客户的认可度和满意度，提升营销的精准度。

此外，该行还将存量客户作为“开门红”营销的“稳固基石”，开展“存量客户认领，确保户户到人”活动，通过电话营销、厅堂邀约等方式，拉近与客户的距离，做好客户分类，保障存量客户效益持续上升，力争实现首季客户数量和业务质效的快速提升。 (白茜)

沁源农商银行

旺季营销抢机遇 全员走访奋战忙

本报讯 12月以来，沁源农商银行强化安排、统筹谋划，抢抓年末机遇，凝聚中小微企业协调融资机制、千企万户大走访以及经营主体对接等多项工作合力，组织全员广泛开展走访活动，冲刺年末收官，全行上下掀起浓厚的走访氛围。

走访活动中，该行党委发挥把关统筹作用，对抢抓旺季营销工作进行系统谋划，制定旺季营销市场拓展方案，明确了走访对象、走访频次以及对接举措。各支行、部室进一步细化分工及对接对象，做到了层层落实，为开展旺季营销打好了基础。

同时，全员手持对接清单，对自身需走访客户进行科学规划，对金融需求意向客户进行详细登记，明确需求事项、需求金额，做好跟进回访。除此之外，全员每日总结自身对接情况，关注营销成效，盘点薄弱项目。总行、支行和部室每周召开专题会议总结对接成效，盘点各项指标增长进度，凝聚合力商讨提升计划，做到动态完善、动态跟进，旺季营销工作取得明显成效。 (贺晓庆)