

播植工行企业文化 打造卓越社会形象

工行焦作分行强化创新内教外宣工作促发展

本报讯（记者李冬露 通讯员蒋正忠、邱桂枝）近年来，工行焦作分行坚持以强化创新内教外宣工作为抓手，以“打造卓越社会形象，播植工行企业文化，给力业务产品推介，助推又好又快发展”为目标，锐意创新方式方法，着力丰富渠道平台，卓有成效地将工商银行的企业文化、服务品牌、业务产品、改革发展等展现于员工、呈现于客户，彰显于社会，较好地发挥了内教外宣工作促进加快构建优秀分行的传播器、扬声器、助推器作用。

强化创新内教外宣工作，是贯彻工行总省行战略部署的重要保证，是落实省行新的发展战略的重要支撑，是促进“加快发展、加快转型”的有力支持。焦作分行新一届党委成立后，十分注重强化创新内教外宣工作内提精神凝心聚力、外拓发展铸魂塑形、营造舆论竞争发展，一手抓各项业务全面加速发展，一手抓“铺天盖地强化创新内教外宣全面发力”，分行办公室、党委宣传部、组织部积极发挥组织牵头作用，在各支行和各部门的积极协同下，将内教外宣工作纳入支行行长经营绩效考核和部门执行力考核，纳入对员工的物质与精神激

励，并着力在抓培训、重辅导、培育人、搭平台上持续组织推动，初步走出了一条强化创新内教外宣工作之路。

经过积极运作和实践，工行焦作分行目前已与当地的主流核心宣传媒体、多种媒介建立了良好的合作关系，比较强势地形成了“报纸经常有文，电台经常有声，电视经常有影，网络经常有字，广告广泛有位，内教形式多样，业务推介连绵不断”的全方位、多层次、立体化宣教态势。报纸经常有文：积极和当地纸质媒体合作，在《焦作日报》定期不定期综合宣传工行或进行业务产品推介；与《城市金融报》、《东方今报》等省内外媒体友好合作，宣传推介工行，在全国、全省性报纸读者中产生了重要的综合宣传作用。电台经常有声：在焦作广播电台定期进行宣传报道，行领导轮番上线行风效能热线，为客户答疑解惑，宣传工行业务、产品和服务和优势。电视经常有影：连续三年独家冠名焦作电视台《读报》栏目，每天读报工行2-3条报摘，不停滚动工行形象宣传；在《焦作新闻》栏目以电视新闻的形式不断宣传工行支持地方经济发展的贡献、优质金融服务的事例、工行风

尚风采等。网络经常有字：将工行推出的新业务、新产品及时在焦作网进行发布，向公众客户推介宣传。广告广泛有位：在火车站、汽车站、高速公路、重要标志性建筑、公交车黄金线路车体等媒介上发布宣传广告，广泛宣传工行的品牌形象和业务产品等。内教新式多样：实施主题教育活动，开展党课教育、网络教育，建立职工之家、图书室、电教室、文体活动室等，成立摄影、书法等协会，走出去请进来广泛开展拓展训练等。业务推介连绵不断：除了每年进行20余场综合业务推介会、客户答谢会外，组织各个业务条线进企业、到机关，下部队、走学校、入商场、跑市场，营销推介宣传业务产品。

近年来，在“网讯”等内宣内教综合宣传作用。电台经常有声：在焦作广播电台定期进行宣传报道，行领导轮番上线行风效能热线，为客户答疑解惑，宣传工行业务、产品和服务和优势。电视经常有影：连续三年独家冠名焦作电视台《读报》栏目，每天读报工行2-3条报摘，不停滚动工行形象宣传；在《焦作新闻》栏目以电视新闻的形式不断宣传工行支持地方经济发展的贡献、优质金融服务的事例、工行风

尚风采等。网络经常有字：将工行推出的新业务、新产品及时在焦作网进行发布，向公众客户推介宣传。广告广泛有位：在火车站、汽车站、高速公路、重要标志性建筑、公交车黄金线路车体等媒介上发布宣传广告，广泛宣传工行的品牌形象和业务产品等。内教新式多样：实施主题教育活动，开展党课教育、网络教育，建立职工之家、图书室、电教室、文体活动室等，成立摄影、书法等协会，走出去请进来广泛开展拓展训练等。业务推介连绵不断：除了每年进行20余场综合业务推介会、客户答谢会外，组织各个业务条线进企业、到机关，下部队、走学校、入商场、跑市场，营销推介宣传业务产品。

近年来，在“网讯”等内宣内教综合宣传作用。电台经常有声：在焦作广播电台定期进行宣传报道，行领导轮番上线行风效能热线，为客户答疑解惑，宣传工行业务、产品和服务和优势。电视经常有影：连续三年独家冠名焦作电视台《读报》栏目，每天读报工行2-3条报摘，不停滚动工行形象宣传；在《焦作新闻》栏目以电视新闻的形式不断宣传工行支持地方经济发展的贡献、优质金融服务的事例、工行风

尚风采等。网络经常有字：将工行推出的新业务、新产品及时在焦作网进行发布，向公众客户推介宣传。广告广泛有位：在火车站、汽车站、高速公路、重要标志性建筑、公交车黄金线路车体等媒介上发布宣传广告，广泛宣传工行的品牌形象和业务产品等。内教新式多样：实施主题教育活动，开展党课教育、网络教育，建立职工之家、图书室、电教室、文体活动室等，成立摄影、书法等协会，走出去请进来广泛开展拓展训练等。业务推介连绵不断：除了每年进行20余场综合业务推介会、客户答谢会外，组织各个业务条线进企业、到机关，下部队、走学校、入商场、跑市场，营销推介宣传业务产品。

近年来，在“网讯”等内宣内教综合宣传作用。电台经常有声：在焦作广播电台定期进行宣传报道，行领导轮番上线行风效能热线，为客户答疑解惑，宣传工行业务、产品和服务和优势。电视经常有影：连续三年独家冠名焦作电视台《读报》栏目，每天读报工行2-3条报摘，不停滚动工行形象宣传；在《焦作新闻》栏目以电视新闻的形式不断宣传工行支持地方经济发展的贡献、优质金融服务的事例、工行风

尚风采等。网络经常有字：将工行推出的新业务、新产品及时在焦作网进行发布，向公众客户推介宣传。广告广泛有位：在火车站、汽车站、高速公路、重要标志性建筑、公交车黄金线路车体等媒介上发布宣传广告，广泛宣传工行的品牌形象和业务产品等。内教新式多样：实施主题教育活动，开展党课教育、网络教育，建立职工之家、图书室、电教室、文体活动室等，成立摄影、书法等协会，走出去请进来广泛开展拓展训练等。业务推介连绵不断：除了每年进行20余场综合业务推介会、客户答谢会外，组织各个业务条线进企业、到机关，下部队、走学校、入商场、跑市场，营销推介宣传业务产品。

近年来，在“网讯”等内宣内教综合宣传作用。电台经常有声：在焦作广播电台定期进行宣传报道，行领导轮番上线行风效能热线，为客户答疑解惑，宣传工行业务、产品和服务和优势。电视经常有影：连续三年独家冠名焦作电视台《读报》栏目，每天读报工行2-3条报摘，不停滚动工行形象宣传；在《焦作新闻》栏目以电视新闻的形式不断宣传工行支持地方经济发展的贡献、优质金融服务的事例、工行风

本报讯（记者李冬露 通讯员赵亮）今年年初以来，工行焦作分行把发展第三方存管业务作为拓宽优质客户、扩大客户数量、优化客户结构、提升品牌形象的重要举措，依托渠道优势和券商传统合作关系，广泛开展营销宣传活动，深入发掘存量客户潜力，着力提供优质金融服务，实现了第三方存管业务的持续快速发展。截至10月末，该分行存量第三方存管个人客户达5.6万户，客户数全省系统排名第六、可比银行同业第一；管理客户银行账户资产2.2亿元，户均余额3900多万元。

加强沟通协调，密切银证关系。该分行以营销券商为着力点，积极与券商沟通，拓展双方合作领域和方式，全力推进第三方存管业务顺利开展。首先，该分行注重与在我市有营业部的券商加强合作，周边有券商营业部的支行加大对口服务和营销工作力度，建立良好的业务合作关系，其他支行积极指导客户通过网上银行自助注册等方式，展开第三方存管业务客户的营销，不断提高该分行第三方存管客户在东海、中原和山西证券等3家区域券商的客户总量占比。其次，该分行加强与全国性异地券商的合作，积极与总行建立战略合作关系的国泰君安、广发证券、海通证券、银河证券、华泰联合等全国重点证券公司开展合作，将客户新增计划分解落实到辖属支行，着力提高异地券商的客户占比。

加大宣传力度，提供优质服务。该分行积极做好第三方存管业务的宣传工作，通过在营业网点摆放宣传折页、张贴第三方存管宣传海报等多种方式，使客户了解和掌握该分行第三方存管业务的优势，进一步提升该分行第三方存管业务的市场认知度和影响力。同时，该分行重视做好服务管理，建立办理银证业务绿色通道，努力为客户提供优质高效的服务；对客户在办理业务中遇到的困难和问题，及时进行协调处置，以优质服务推动第三方存管业务发展。

加强业务合作，开展互动营销。该分行强化落实券商营业部对口支行服务制度，要求对口支行认真做好对券商营业部联合营销的具体沟通工作，加大与各券商的合作力度，争取券商更多的资源支持和营销配合。各支行积极加强对第三方存管业务的驻点管理，网点资源分配上向重点券商倾斜，一方面要求为券商营业部选派营销能力强的客户经理进驻网点开展营销工作，另一方面到券商营业部上门服务，加强与券商的营销互动，努力扩大第三方存管账户规模。

营销优势产品，推动协调发展。在营销过程中，该分行注重以优势产品吸引客户，将发展第三方存管业务与手机银行、网上银行、个人理财等紧密结合，重点向存量客户营销灵活快捷等现金型理财产品，做好客户和产品两个互动，帮助客户获得较高收益。各对口支行积极加强与券商高层的互访，建立业务合作关系，借助券商营业场所、券商员工以及券商自身开展的培训与活动，与券商营业部客户经理“结对子”，联合开展理财产品营销，取得了显著的营销成果。

工行焦作分行拓展第三方存管业务同业第一

深化银证合作 优质服务客户

新增三网点 服务便民众

工行焦作分行将优化网点布局、提升网点服务功能作为改进服务工作、提升质量的重要途径，近期新增三个营业网点相继对外营业，服务广大客户。9月30日孟州桑坡支行（右图）、12月15日焦作新区支行（下图）、12月20日解放路支行都市花园分理处（右下图）正式对外营业。这些新建网点环境优美、功能齐全、设施先进、服务优良、便民利民，客户可尽情享受现代化的金融服务。

王军喜 吴明 摄



◆基层快讯

工行博爱支行：中间业务创佳绩

本报讯（记者李冬露 通讯员李仁立）今年年初以来，工行博爱支行认真落实省行提出的“全面发力、重点突破、巩固优势、加快创新”的中间业务发展战略，积极构建中间业务发展机制，持续保持中间业务快速发展。截至11月末，该支行实现中间业务收入超千万元，同比增加570多万元，增幅124%。

该支行认真分析适合市场和客户的新产品，努力开拓中间业务收入来源，拓宽中间业务收入渠道；开展专项服务营销活动，突出抓好个人理财、个人结算、贵金

属、灵通卡等潜力产品的增收创收；积极做好对公理财业务的拓展，努力实现对个人、公司、机构优质客户中间业务的覆盖；注重引导客户熟悉和使用网上银行、自动柜员机等离柜业务产品，提高客户使用中间业务产品的主动性。另外，该支行加大中间业务考核倾斜力度，本着“谁营销、谁受益”的原则，按产品逐项计价兑现到营销人员。在考核激励分配机制的推动下，全行呈现出“比业绩、比贡献”的良好竞赛氛围，推动了中间业务的快速发展。

工行孟州支行：拓展训练收益多

本报讯（记者李冬露 通讯员汪虹昱）为进一步培养团队协作精神，提高队伍凝聚力，近日，工行孟州支行利用业余时间，组织全体员工开展了拓展训练活动。

此次拓展训练共用两天的时间，有信任背摔、盲人方阵、生死电网、高空断桥、坎坷人生路和攀登毕业墙六个项目，让员工在积极沟通、相互信任、主动配合、自动自发中完成各项任务。通过拓展训练，磨炼了员工的个人意志，培养了面对困难的勇

气，增强了自信心；提高了面对陌生环境的适应力，从容应对压力与迎接挑战的战斗力；培养了团队合作精神，增强了对团队的责任心和荣誉感。拓展训练结束后，该支行组织员工进行了心得体会大讨论，每位员工都深刻体会到：个人的成功只是小成功，团队的成功才是真正的成功。此次拓展训练激发出了每位员工的工作热情，他们纷纷表示，要把这种团队精神潜移默化到未来的工作中，为孟州支行的发展贡献力量。

工行焦作民主路支行：创先争优收好官

本报讯（记者李冬露 通讯员尹翔）为实现全年各项业务新突破，近日，工行焦作民主路支行紧紧围绕省行“六个全力”的工作要求，结合支行自身所处的经营发展环境，全力扩大同业市场份额，采取强力措施打好年终收官战。

该支行持续将拓户揽存作为一项重中之重工作抓好抓实，全力做好旺季营销工作，狠抓源头营销，完善客户维护机制，创新客户发展模式，夯实对公、储蓄两大存款均衡稳定增长的基

为民服务创先争优 建设群众满意银行

工行焦作环城东路支行

拓宽活动载体 扎实创先争优

本报讯（记者李冬露 通讯员原思兰）工行焦作环城东路支行结合自身实际，找准切入点，不断拓宽“为民服务、创先争优”活动载体，采取业务竞赛、行风评议、服务体验等形式，扎实推进创先争优工作，进一步提高员工的工作积极性，为各项业务可持续快速发展奠定了扎实根基。

该支行深入开展“比、学、赶、帮、超”业务竞赛活动，有效提升员工的服务质量，不断增强服务大局、服务群众、服务发展的能力。针对一线人员紧张的现状，该支行进行行之有效的劳动组合，合理调配网点人力资源，同时认真落实服务管理各类奖惩制度，不定期召开服务分析会，全面提升柜台整体服务水平。为扎实推进创先争优活动深入开展，该支行制定了严格的工作责任制度，一把手对行风评议工作负总责，主管行长负领导责任，全行上下把行风评议作为衡量工作、体现竞争实力、关乎持续发展的重要标志来抓，特别是针对支行服务工作中存在的问题进行重点研究并加以改进，从根本上提升该支行的行风建设水平。

另外，为切实提升网点员工的服务水平，更好地为客户提供优质服务，该支行利用工作之余，积极开展客户服务岗位反串训练，设置不同场景，设定特别业务，让每位员工都亲身体验做一次大堂经理、做一次客户经理、做一次柜员和做一次客户的角色。通过角色反串有力增强了全员的团队协作精神，促进了全行服务质量和客户满意度的进一步提高。

工行焦作三八支行

提升服务品质

本报讯（记者李冬露 通讯员郭红云、湛冬梅）工行焦作三八支行坚持服务为本、服务创造价值的理念，着力提升服务品质和社会形象，取得了显著效果。今年年初以来，该支行实现了服务零投诉，并被市政府评为群众满意基层站所。

增强全员服务意识。该支行先后组织开展了“为民服务创先争优”、“我为优质服务献良策”等主题活动，



12月20日，工行焦作分行举办贵金属投资高端论坛，邀请北京大学教授现场授课，近200名优质客户应邀参加。杨杰 摄

塑造行业形象

引导员工树立主动服务、高效服务、优质服务、安全服务的意识，进一步增强责任感和紧迫感，真正从思想上牢固树立“以客户为中心”的现代商业银行服务理念，提高服务工作水平。

完善服务工作机制。在认真执行省市行服务工作规章制度的基础上，该支行从自身实际出发，制定了《服务行为规范》、《服务工作考核办法》等规章制度，并率先建立了以人定岗、以岗定责、量化考核的服务工作考核激励机制，将每名员工的服务质量与绩效考核挂钩，充分调动了员工自觉搞好优质服务的积极性。

提供超值增值服务。该支行确立了“丰富扩大服务内涵，用心创新特色服务，打造服务精品网点”的工作目标，在原有服务的基础上，着力为客户提供超值增值服务。一是践行“礼、快、准、帮”四字服务方针，即临柜服务突出“礼”，做到开门迎宾，接待文明；办理业务突出“快”，体现娴熟的业务素质；规范操作突出“准”，体现高质量的网点管理水平；特殊服务突出“帮”，体现员工的融融爱心。二是推行上门营销服务。该支行员工直面市场抓服务、搞营销，将工行的服务品牌和新业务、新产品及时广泛地推介给客户。三是实行个性化细节服务。该支行针对不同客户不同的贡献度等级，推行个性化、差别化服务。今年年初以来，该支行的团队服务能力显著增强，客户美誉度不断提升。