

中国江苏网4月19日盐城讯 今年初，工商银行盐城分行营业部面对市场竞争进一步加剧的态势，及时调整营销策略，制定有效的稳存增存工作措施，突出抓好新开户拓展和重点户营销，强化客户分层维护，助推存款稳存增存，存款业务市场占比进一步得到提升。3月末，三项存款余额达61.6亿元。时点比年初增加11.3亿元，完成市行下达计划的161%；日均比年初增加9850万元，完成市行下达计划的182%。存款余额和新增额在全市系统内排名均名列前茅。实现了存款首季“开门红”。

抓新户拓展和重点户营销，抢占存款市场源头。年初，该部紧紧抓住旺季资金充裕的这一揽储有利时机，集中力量认真分析同业和市场情况，深入开展市场排查，锁定目标客户和项目，排好批量项目，对测排出的批量项目，组织营销小组，强化责任落实。加大项目营销，争取获得资金源头。通过拆迁街道、村部关键人的营销，锁定目标客户，采取“一对一”跟踪策略，营销个人客户，做好旺季批量市场的营销。同时，狠抓新开户和重点项目攻关。积极加强与招商办、工商、税务、发改委等相关部门的联系，抓好新注册企业、新落户企业的资本金归集，开拓新客户，以各大园区的招商引资项目作为营销重点，落实注册资金、资本金营销，抢抓对公存款资金源头。重点加强对新开工项目、新入驻企业等优质客户的沟通，建立系统联结，抢抓企业注册资金验资账户，拓展新开账户。

抓客户的分层营销维护，深度挖掘存款潜力。一方面，该部对私银客户、财富客户、代发工资客户进行了拜访和回馈活动，通过上门拜访、理财沙龙、赠送礼物等多种形式，进行宣传营销，并加大力度做好高净值客户的拓户提质工作，针对私银客户和私银目标客户开展了一系列客户维护活动，进一步联络了与客户的感情，拓展了合作的空间，加深了彼此的情谊。切实做好这些客户的营销和维护。另一方面，对公存户实行分层维护，存款余额前30名的公存大户由部班子成员带头确认维护。将日均金融资产5万元以下、5万元—50万元、50万元以上的账户清单分别下发到网点，落实网点负责人、客户经理、理财经理、网点柜员进行认领，分户到人，对账户实行分层营销维护，责任明确到人，整体联动，确保每个账户有人管，维护到位。落实客户营销维护责任，做到“谁的客户，谁维护、谁负责”，推进了无贷户对公存款的深度挖掘和低效户的有效激活。一季度，日均金融资产5万元以上客户净增38户。

抓重点产品和市场的营销，以优势产品吸引带动存款增长。全面梳理辖内目标市场，充分利用商户盈1号、e支付等优势产品，通过扫街行动、职场营销活动大力拓展新客户，争抢行外资金。通过优势产品做好专业市场的宣传营销，批量建立客户关系。通过代发工资业务提高工资存款的留存率。同时，做好新兴市场的拓展。积极对接信息中心、医保中心，做好市直学生社会保障卡发放工作。充分利用线上渠道，通过码上荐等方式办理信用卡等产品，提高年青客户的粘性。进一步提升客户和产品对存款的贡献度，实现存款的稳定增长。

抓旺季存款工作考核督导，增强增存工作的责任感。该部制定了旺季存款活动考核办法，加强对旺季工作的考核，明确各网点、客户经理的旺季存款目标，提高旺季存款目标考核在季度绩效分配中的权重，严格奖罚措施，对新开基本户、激活低效户等按户数和贡献度进行奖励。定期召开旺季工作督导会，存款管户客户经理业绩排名通报，对未能完成旺季存款目标的明确问责措施，使营销人员既有压力，又有动力，提高营销人员的主动性和积极性，促进了存款营销工作的开展。（徐海平）