

时移则世异，世异则俗变。“以客户为中心”的价值转型，在新华保险山东分公司正如如火如荼地展开。“转型的过程会很痛，而且会是一个很漫长的过程。”新华保险董事长康典说，循着这样的理念采访发现，新华保险泰安中支“实战化”展业呈现出一幅崭新图景。

巍巍泰山，秋风习习。9月25日上午，我们一行走进了新华保险泰安中心支公司，同保险代理人刘东华一起进行展业。初见刘东华，一身干练的西装、精致的妆容，专业可亲的笑容。“好专业”是对她的第一印象。在去往客户家中的路上，刘东华都在翻看手中的文件夹，默默地做着准备。这个文件夹装的是什么“宝贝”呢？一路纳闷。很快在泰山区某宿舍，我们见到了客户李女士。

“进门难”曾是保险业“老大难”。而本次展业有点让她们诧异。一进门，55岁的李女士与刘东华亲人般地打招呼，好像是亲人间的神门。李女士介绍，早在2007年，就经朋友介绍认识了刘东华。“在接触之后觉得她很不错，人品好；新华保险在泰安当地的知名度高，品牌好，所以我给自己和老伴购买了两份健康险。”

“买保险，就是买服务。”李女士说7年以来，每每新华保险有新产品，刘东华都会来介绍，而李女士每年也都支持刘东华的工作，到现在共有7份保单了，每年共缴费一万多元，涵盖了健康险、分红险、养老险等。

在现场，刘东华向李女士介绍了新华保险的“好利年年”产品，从产品特性到产品收益，从保险细则到免责条款，刘东华细致地向李女士介绍着。现场，李女士对好利年年产品表现了极大的兴趣，当场签订意向合同。“买保险需要慧眼识利”，李女士抬了抬老花镜边签字边说。

下楼时我把我的纳闷告诉刘东华，她笑着翻开文件夹，全是展业的“要素”：产品介绍、展业提要、客户背景……我恍然大悟。真是专业在细微处见光芒。“要做设计产品一样设计展业，别小看这册子，正是它创造了很多的‘不可思议’。”她自信地说。

毋庸置疑，这个“实战化”的展业，其含金量是大不一样的。一路“鏖战”，亮点频频。从“精兵夺要”到“一览众山小”，泰安中支共用了11个年头。一组组数据展示着泰安中支营销服务水平的跃升。“至6月份，泰安中支总保费收入3.12亿元，当地市场规模11.5%，市场规模排名稳居第二，柜面客户满意度达到98.4%，理赔客户满意度97.9%。市场份额稳居泰安寿险市场第二位，全国三级机构前三位。”泰安中心支公司副总经理张建军介绍说。

“我们要拿明天的‘尺子’，量今天的‘步子’，价值转型，需要新‘能力观’；将‘实战化’展业进一步引向深入，就不能‘头痛医头，脚痛医脚’，‘实战化’展业，需要新的‘度量衡’。”说起这次展业，泰安中心支公司总经理张营表示。

招行服务“10大升级”

优质体验成就“客户之悦”

招行在“快捷系”、“新潮系”、“专属系”和“贴心系”四大板块开展了一系列服务升级。随着服务不断地升级，招行“重视客户体验、提升服务价值”的理念也逐渐见成效。服务10大升级是招行近期提升服务水平的一揽子措施，追求高品质的服务是招行与生俱来的“基因”，也是招行与同业最根本的差异化竞争力之一。

“快捷系”3大升级

“快捷系”升级就是招行希望通过流程优化，服务已经完成了“网点预约服务”、“网上银行自助填单”和“3G项目”等3大升级。除此以外，招行的“3G项目”开发工作已完成，目前开始在招行各地分行逐步上线运行。“3G项目”是招行对第三代业务系统进行一次全面的升级，主要针对柜面流程进行优化，将在很大程度上提升服务效率和客户服务体验。

据了解，“3G项目”开发完成后，业务的操作流程将得到优化。

“新潮系”3大升级

招行陆续推出了4大“新潮系”体验升级。除此以外，招行近期推出了“可视柜台”，该自助设备集成了二代身份证联网核查、高清摄像头、加密数字键盘等模块，借助先进的网络视频技术，客户可通过VTM与后台运营中心的远程柜员进行“面对面”沟通，替代传统网点高柜办理原来只能在网点柜台“面签”的复杂业务。

目前，招行今年推出全国首家“微信银行”，不仅可以实现借记卡账户查询、转账汇款，信用卡账单查询、还款等卡类业务；还可以实现网点查询，贷款申请、生活缴费、预约办理和跨行资金归集等多种便捷服务。

“专属系”2大升级

“专属系”是最能体现招行“因您而变”理念的服务之一。招行一直为高端客户提供着国内最为专业的财富管理，一方面推出了一系列专属的理财产品满足客户需要，另一方面还在“全球资产配置模型”的基础上，特别为高端客户开发了以WMS系统为依托，按照国际先进的资产配置方法和理念集合而成的“新一代财富管理系统”。

该系统在国内实属首创，它根据客户生命周期、风险偏好与投资目标，对客户持仓进行及时的盈亏提醒，并对资产配置进行定期深入地检视，从而为客户提出针对性的调整建议，以实现客户的财富目标。

“贴心系”2大升级

招行“贴心系”服务再次大步向前迈进，网点“错峰提示”和“晨迎夕送”、“随心享”贵宾礼遇等贴心关怀服务举措应运而生。招行零售部门人士表示，“错峰提示”是非常便民的一项服务升级，目前全国各营业网点都对本网点客流“峰谷时刻”进行提示、引导客户“错峰”办理业务。除此以外，招行还推出了“随心享”贵宾礼遇，达标客户可以轻松享受商旅出行、贵宾登机、汽车租赁、高尔夫球打、海外游学、艺术培养、收藏品鉴赏等方面的“十大贵宾礼遇”，尊贵礼遇再度升级。（赵光远）

科技立行 服务先行

根植山东的“广发模式”（下）

□本报记者 孟佳

智能银行：

拉开银行业“体验为王”大幕

时尚，好玩——这是客户使用广发银行济南分行“24小时智能银行”后，给出最多的评价。今年5月份，广发银行济南分行“24小时智能银行”推出后，很快受到了上班族尤其是年轻人的追捧。

“24小时智能银行”提供全天候的远程人工服务，不但能实现传统ATM的存取款和转账功能，还能自助开户、自助申领储蓄卡和信用卡。记者在智能银行体验发现，储蓄卡申请成功后当场拿到卡片，整个过程只需要几分钟。

一直以来，银行简单依靠增加收费项目来支持中间业务收入提升的盈利方式也饱受舆论争议。各大商业银行在发展路径上趋于同质化，个人信贷、企业业务、理财产品相似度高。

分析人士认为，中国银行业已经走过国有商业银行城乡两条线大规模建服务网点的“网点为王”和股份制商业银行所推崇“标准化服务”理念的“服务为王”两个阶段。在移动互联网时代，银行服务模式和销售渠道正被重新打造，以适应现代社会主流人群的生活节奏和体验需求。基于此，“体验为王”的时代应运而生，不少银行已着眼未来，探索“体验为王”的新时代。

广发银行济南分行入驻山东仅一年，在网点数量上处于劣势，如何克服网点在密度上的劣势，成为摆在广发人面前的一个问题。广发银行济南分行行长庞新锋表示，克服劣势必须用自身优势产品、拳头产品来吸引客户，让客户主动来办业务。“24小时智能银行”就是一种拳头产品。

庞新锋认为，现在和未来的银行，需要打造智能产品，让客户在体验中用脚或者是网络流量为银行投票。对银行而言，必须进行服务流程再造。传统银行转型为智能银行，撬动客户体验离不开科技杠杆。

在广发银行的“五年战略规划”里，“打造中国最佳零售银行”是其竞争突围的核心战略。通过对个人客户需求的关注，广发银行济南分行以智能银行等民生金融产品，推动了广

随着我国金融领域不断开放、利率市场化进程加快，银行简单依靠存贷利差扩大来支持经营业绩提升的发展模式已经难以继续。金融互联网风潮来临，传统银行如何跟随科技日新月异的变化、抓住客户体验时代的脉搏，成为各银行关注的焦点。

近年来，广发银行在打造科技银行、追索时尚元素上不遗余力，并收到了实实在在的效果，从近乎白热化的银行业务竞争中找到了一片蓝海。自去年成立以来，广发银行济南分行将时尚科技元素带到齐鲁大地，为山东金融界注入了一泓活水。

发银行的战略转型。

早在2011年，广发银行就加快了建设智能银行的步伐。继2011年在广州推出国内银行业首家智能网点后，广发银行很快将“智能银行”概念带到北方经济中心环渤海地区。今年5月，广发银行济南分行“24小时智能银行”正式上线，正是这一战略扎根山东的一大举措。

SMART-E系统：

再造信用卡服务流程

广发银行卡是广发银行一张亮丽的名片，也是广发银行的品牌业务。和广发银行的品牌形象一脉相承，广发银行信用卡，尤其是信用卡，亦主打时尚、科技牌，围绕“轻消费”时代打造特色客户服务。

庞新锋认为，在经历了跑马圈地的大规模发卡后，信用卡行业已逐步迈入精细化经营阶段，增加客户黏度成为行业竞争制胜的关键。为此，各银行纷纷施展解数，通过加快对客户需求的响应速度、提高卡片安全性，以及增加用卡的实惠便捷，来提升持卡人的满意度。

广发银行济南分行自开展信用卡业务以来，通过产品宣传和客户营销，辅以持续的具有较强吸引力的发卡、商户优惠等市场体验活动，逐步打开了广发银行的市场认知。

截至今年7月末，入驻山东仅一年的广发银行济南分行，在该地区的信用卡发卡量已突破9万张。据了解，广发信用卡率先开发应用了可即时满足消费者分期、调额申请的SMART-E系统，在精细化服务模式的业务响应速度上再进一步。

SMART-E系统通过对整个流程进行整合，将在线实时受理与需人工批核流程结合起

来在一个系统平台上实现，并运用以客户为中心、多渠道整合、统一流程的建设理念，搭建起更为灵活、高效的信用卡服务平台。

通过该系统，持卡人申办调额、分期业务，调额仅需最短3秒即可收到审批结果，而分期业务的审批结果也仅需3分钟就可发送至用户手机。目前，消费者可通过网银、手机银行、自助渠道等多种方式申请分期业务，调额业务也在一般银行实行的电话申请外，增加短信、网银等即时办理渠道。

广发银行卡还推出“交易安全卫士”服务，挂失前48小时全额失卡保障，其赔付不限是否“凭密交易”、不限盗刷交易类型且资金保障时间无限制，保障金额高达信用全额，成为国内首个推出全面保障客户资金安全服务的银行。

此外，广发卡新开卡首年免年费，多数信用卡刷卡消费及提现合计6次或以上自动免次年年费；广发银行柜台境内异地存款、本行网银异地存款免手续费；另有自有存款境内异地(含跨行)取现免手续费等多种费用减免政策。

在济南地区，广发银行济南分行已与200多家商户签约，一年四季不间断推出能让持卡人享受到实惠的优惠活动。目前，广发银行济南分行正在开展“加油返金”、“优惠精彩季”等活动。

转型先行者：

剑指社区银行

未来的银行网点会是什么样子？业界众说纷纭，不过，总的认知是网点的面积会更小，功能会更加强大、完善，中国会出现与发达国家类似的社区银行，社区金融服务也会成为银

现金管理轻松搞定

浦发银行升级开放式理财产品

近期，伴随市场资金面的大幅波动，浦发银行不断进取，在稳健的基础上不断把握投资机会，引领整个开放式理财产品预期收益率走上了新的高点。天添盈1号产品预期年化收益率达到了4.5%，周周享盈1号产品预期年化收益率达到了4.6%，成为市场上当之无愧的NO.1，产品销量已经突破2000亿元。后续浦发银行还将进一步创新，推出按照持有期限长短提供更多差异化产品。

在经济快速发展的今天，不理财，你就OUT了。如果想要成为新一代的理财达人，不如拿起手机，现在就咨询浦发银行95528客服热线或各网点，了解浦发开放式理财产品大家族，让天添盈成为你时尚理财的勋章。

步推出了周周享盈1号、随心享盈14天理财产品、随心享盈21天理财产品等多款开放式理财产品，为投资者提供了理想的1天、7天、14天、21天的超短期理财产品工具。天添盈1号申购随心、赎回实时到账的T+0超快流动性，受到炒股一族、资金流动性需求高的客户的广泛青睐；而周周享盈1号7天周期运作，一次购买、次次参与，每个周期分配收益的特色，也吸引了“礼拜族”的追求，每周二浦发见，来买周周享盈1号已经成为了一段时期内客户的必备功课；而随心享盈系列满足最短持有期后T+1工作日可随意赎回的流动性，使得这两款新产品成为不少客户理财盛宴上不可或缺的一款甜点。

特色服务+流程再造

东营银行支持小微企业的特色路径

□本报记者 孟佳

通讯员 李新鹏

自2008年来，小微企业贷款难、贷款贵成为全国性的问题。作为省内城商行的领头羊，东营银行在应对利率市场化的同时，在支持小微企业方面独辟蹊径，走在了同业前列。

再造小微金融流程

那么，东营银行是如何满足钱乐群等客户快速放款需求的？答案是信贷流程再造。据介绍，东营银行将引进的微贷技术与传统信贷方式相结合，根据小微企业自身特点，创造性地设计出了一套全新的信贷流程。通过简化贷款流程，取消法人客户授信环节，建立了客户申请直接进行贷款处理的模式。

与信贷流程再造相配套的是小微信贷灵活的贷款审批机制。审贷会由具有贷款审批权的三位审贷官随机组合。如客户经理有需要审批的贷款，可以在审贷官授权额度内自主联系审贷官，随时会上审批。通过这些举措，提高了贷款处理效率，为业务处理“最快一小时，最慢一周”提供了保障。

另外，在贷款调查过程中，考虑到小微企业财务制度不健全、所提供财务信息真实程度低的情况，东营银行在引进的小额贷款的调查技术的基础上，根据当地小微企业客户的特点，制订专门的信贷调查方式，轻财务报表、重实地调查，依靠逻辑检验、不对称偏差分析等调查技术，更加客观地反映小微企业的真实经营情况。

独具特色的小微金融服务系列

进入2013年以来，东营银行面对小微企业

钱乐群是上海奥尔嘉服装在东营地区的总代理，在东营市百货大楼经营该品牌。9月24日，他在东营银行小企业专营中心办理“百贷通”续贷业务。与东营银行合作三年多的钱乐群对“百贷通”赞不绝口。

“百贷通”是东营银行专门针对以钱乐群为代表的商超供货商推出的小微贷款产品。东营银行根据供货商在东营比较规模的大型商场(如银座、百货大楼)的应收账款余额，核定相应贷款额度。“百贷通”无需担保、没有抵押，客户只需在该行设立基本账户，就可享受快捷的信用贷款。

钱乐群说，“百贷通”的手续非常简单，有时上午办完手续下午就收到了贷款。“做生意用钱最重要的是快，不能及时给供货商付款，发货速度没有保障，错过不少商机。有了百贷通，及时打款后，厂家还会给予一定价格优惠，自己享受服务的同时还获得了实惠。”

事实上，“百贷通”只是东营银行小微企业服务的一个缩影。近年来，东营银行立足本地小微企业的特点，逐渐形成了服务本地小微企业的特色路径。

提升小微金融战略高度

东营银行始终坚持专注小微的市场定位，将小微金融作为全行实施差异化、特色化转型的发展方向，今年以来，面对加快推进的利率市场化改革，东营银行进一步提高了小微金融服务的专业化和精细化水平。

早在2009年，东营银行就成立了小企业专营中心，是省内首批设立小企业专营中心的城商行。按照银监会“六项机制”和“四单原则”要求，以小企业专营中心为平台，东营银行创新小微金融产品，优化小微业务流程，完善考核激励机制，逐步探索形成独具东营银行特色的小微金融服务模式。截至今年9月底，东营银行小企业专营中心已累计放款9568笔，金额共计76.08亿元，存量贷款4159笔，其中，小企业贷款473笔，微贷和项目贷款3686笔；贷款余额为12.32亿元。全行小微企业贷款余额96.10亿元，较年初增加10.33亿元，增幅12.05%，占全部贷款余额的46.96%。

进入2013年，面对市场环境的不利变化，东营银行从市场开拓和内部管理两个方面进行业务整合调整，进一步加快了微贷业务批量化步伐，在保证批量化业务整体市场占有率不降低的基础上，优化批量贷款业务处理模式，实现批量业务的差异化处理。

今年一季度，东营银行进一步完善小微金融绩效考核体系，实施微贷和小企业两个客户经理队伍分开考核、区别管理的客户经理管理制度，并建立两个队伍间的常态化升降机制，进一步弱化了各种具有保护性质的“基础分”，将客户经理、业务经理绩效直接与业绩挂钩，进一步发挥了考核激励的导向和激励作用。