

■今年是日照银行进驻济南的第五个年头。为应对利率市场化挑战，日照银行济南分行找准自身定位，走出了一条差异化的竞争路径。本报自本期起推出相关报道。

排队叫号老年优先 窗口单设老年专用 增值服务老年独享

“敬老银行” 打造错位竞争优势

□ 本报记者 孟佳 王爽
实习生 刘姝彤

在位于济南市经八路的日照银行济南分行营业大厅里，有一台设置为老年优先的排队叫号机，老年人按下叫号机后，就可到老年专用窗口办理柜台业务。大厅中还有一些便利老年人使用的工具，例如老花镜、血压计等。

在日照银行济南分行大厅之上的二楼，有一个免费开放的书画院，周围社区的不少老人定期来写画画，参加公益讲座、健康沙龙等。该行工作人员介绍，老年人记性不好，经常存款到期了忘记取，工作人员会带上移动业务处理终端，到小区帮老人办存取款业务。

近期，日照银行济南分行推出“逢六发六”活动，即每月6号、16号、26号发售预期年化收益约6%的理财产品，资金投向国债、央行票据等低风险产品，这适用于以中老年人为主的风险厌恶型客户。

在利率市场化日趋激烈的今天，提升服务质量似乎成了各银行普遍的选择，但在老年人身上花如此多精力的，似乎并不多见。

老年人群体在多数银行是被边缘化的客户群体。“老年人不买基金、贵金属，只是存款，在银行排队最多。在一般银行看来，老年人利润贡献是很小的，从‘二八’定律上讲，老年人肯定是要被边缘化的。”日照银行济南分行个人业务部相关负责人表示。

不过，经过认真分析，日照银行济南分行将“敬老银行”作为个人业务的重心之一。

“济南700万人口中，60岁以上的有120多万，是一个庞大的群体。我们是外来的城商行，品牌等方面没有大银行有优势，需要走差异化市场战略，专门做老年客户服务。”该负责人

说，敬老文化是传统文化，这样也弘扬了美德、践行了社会责任，益于品牌形象。

在银行网点内，除了书画院、健康讲堂等活动，日照银行济南分行还在各支行营业网点内组织大厅舞。该行工作人员解释，以前大爷大妈在外跳广场舞，但天气比较冷，银行晚上就每周开放2天营业大厅，跳广场舞的老年人可刷卡进入。

以老年人为重要客户服务群体，自然也需要及时“下沉”到老年人密集的小区。

上述负责人介绍，该行工作人员经常到小区巡演，节目由银行员工主创、专业团体表演和社区自荐表演三部分“混搭”而成，这密切了

和社区群众的关系，表演过程中可以穿插一些银行产品介绍、收集客户信息等。

据了解，今年以来，日照银行济南分行先后举办了迎新年音乐会、书画比赛、趣味运动会、阳光贷讲座、广场舞活动、养生讲座、插花讲座等社区活动81场。

围绕老年人客群打造的流程服务收到了积极效果。以理财产品为例，日照银行济南分行50岁以上的客户理财产品购买额，占全部购买额的70%到80%，“敬老银行”战略正发挥效果。

上述负责人介绍：“相比年轻人群体的高开支，老年人群体的余钱更多，资金更宽

裕。而且，老年客户忠诚度非常高，自己对银行服务满意后，更愿意在邻里之间分享，对银行品牌是最好的宣传。”

另外，和市面上多数银行不同，日照银行的网银、手机银行、短信银行、微信银行等业务均是免费，甚至跨行汇款也不收取任何手续费。日照银行是“柜面通”会员行，客户持卡到其他银行柜面存取款也免费。这些优惠和便捷是老年客户比较看重的特点。

“未来，我们将把‘敬老银行’模式推向更多网点，进一步完善服务体系，把我们在老年客户群体中的差异化服务优势扩大为长久的竞争优势。”上述负责人说。



□ 近日，日照银行济南分行举办公益讲堂，该行工作人员为老年人讲解金融知识。

□ 陈杰 报道

直销银行竞争力 在于产品和服务

□ 记者 李铁 报道

本报济南讯 直销银行正在快步进入百姓生活，和讯网最新发布的一则调查报告显示，33.76%的受访用户很熟悉直销银行，43.95%的受访用户已在直销银行开户。目前，国内银行纷纷加入直销银行军团，直销银行数量已扩容至19家，互联网银行争夺战日趋激烈。

该调查报告同时显示，在已经上线的19家直销银行中，61.1%的受访用户选择了民生银行。“直销银行的竞争力，靠的是产品和服务。”民生银行直销银行有关负责人表示，该行坚持走“产品驱动+优质服务”的提升之路，不仅为广大消费者提供更加方便快捷的服务渠道，还带来更加贴心个性化的服务体验。

作为国内首家试水直销银行的金融机构，民生银行在2014年2月28日正式上线直销银行，一年多来，该行秉承“简单的银行”服务理念，围绕互联网用户需求和习惯，开展平台建设和产品服务创新，迅速奠定了明显的领先优势。

据了解，在产品方面，民生银行深入挖掘互联网客户需求，相继推出了随心存、如意宝、定活宝、民生金、称心贷、薪资贷等产品，形成了集“存贷汇”于一体的金融服务体系。截至目前，民生直销银行资产规模达到246.20亿元，客户数达到160.4万个，其中，如意宝申购额达到3035.6亿元。

在服务提升方面，民生直销银行借鉴优秀互联网企业的先进经验，在渠道、流程上广泛搜集互联网客户的意见和建议，在操作流程、响应速度等方面持续优化和改进，不断提升客户体验。同时，根据客户不断更新的金融需求，打造了专属网站、手机APP、微信银行、10100123客服热线，为客户提供多样化的纯线上互联网金融服务。

此外，还在个人版和小微版手机银行、个人网上银行、微信银行中植入直销银行，实现直销银行与传统电子渠道和微信银行新平台的互联互通，让广大用户“一站式”了解和享受直销银行的产品与服务。

“互联网金融市场需求巨大，直销银行前景十分广阔。”该负责人表示，民生直销银行将继续秉承开放、简单的互联网精神，围绕客户需求陆续推出银行理财、贵金属、小额消费贷款、公共缴费等产品，有效满足客户多元化互联网金融需求。

润昌农商银行： 抢占县域电子银行市场

为满足城乡金融服务需求，抢占县域电子银行市场，润昌农商银行建立全员营销机制，加大宣传力度，普及电子银行专业知识，提高城乡客户认知度。

以开户办卡为基础，实施“一揽子”营销服务。积极引导客户主



动办理电子银行产品，亲自教会客户如何操作和使用。以开展社区银行为抓手，实施自助金融服务进社区战略，大力布放ATM、农金通、银联POS机等自助设备，搭建金融自助服务平台，方便客户就近办理业务。利用移动终端，为客户提供上门服务。开展金融服务进社区、进企业、进村入户活动，争取代收代付业务，扩大有效客户群体，开立网银、手机银行、金融IC卡等产品。今年以来，该行新增电子银行客户数9510户，新增银联POS机132台，有效银行卡发卡量达470330张。（张相俊）

济阳农商银行：“贷”熟富晒西瓜

春风徐徐4月天，富晒西瓜上市来。在济阳农商银行信贷资金支持下，济阳县仁风镇又添三个“种瓜村”。自去年6月份以来，该行陆续为仁风镇东街、官王寨、刘家三个村20多户村民集中授信230余万元，总投入430余万元，新建西瓜大棚34个，新增大棚预计今年总产量达40万斤，促进农民增收320万元。该行还不断延伸服务范围，建设立体化金融服务网。截至目前，该行在仁风镇共布放农金通4台，POS机具

103台，拥有电子银行客户达到3411户，总交易量达36752笔、5000余万元。（修丽萍）

邹平农商银行： 召开信息宣传员座谈会

为更好地发挥信息宣传在邹平农商银行工作中的重要作用，及时传递改革发展信息，推动信息宣传工作进一步上台阶、上水平，近日，该行本着相互学习、相互提高的原则，召开了40人参加的信息宣传员座谈会。会上各信息宣传员畅所欲言，积极将信息宣传工作中的经验与做法进行广泛交流，并就如何做好2015

年度信息宣传工作建言献策。（刘振）

无棣农商行： 搭建Wi-Fi平台 推广电子银行业务

为全力抓好旺季电子银行业务的拓展，无棣农商行积极创新思路，拓展宣传渠道，以科技手段创新宣传方式，在全辖20个营业网点大厅安装无线网络平台，合行科技部从后台将宣传信息维护后，客户在营业大厅内通过手机无线上网，便能及时了解本行的产品宣传信息。平台搭建以来，进一步提高了宣传效率以及形象，收到良好宣传效果，受到客户好评。（李承霞）

“讲文明 树新风”公益广告



为了一片茂密山林 他一守十五年

杨义才

自1999年5月，淄博市淄川区罗村镇河东村村民杨义才和妻子王丽华住上了老虎山，开始巡山护林。15年了，无论刮风还是雨雪天，他已数不清巡过了多少里山路。“每天早上4点半、上午10点、下午3点转三次，有时候晚上还要再转一遍，一天巡四次。”