

黄河新闻网长治讯：

今年以来，潞城农商银行公司事业部以“控风险、归主业、增效益”为发展目标，以“控成本、扩规模、优存量、强增量”为举措，以党建引领紧抓“三全”营销，奋力打赢打好贷款业务提质增效攻坚战。

公司事业部确定“走出去”的基调，客户经理划分区域，制定计划，以“企业地图”为基础，开展全区域营销走访；截止目前，该事业部实地走访中小微企业176户，电话营销1055户，同时依托政府、担保公司等获客渠道主动对接区内重点项目，积极开展送贷上门。为全力完成首季投放目标，该事业部提出紧紧围绕“两个明确，四个依靠”来加快贷款投放工作。

明确目标，该事业部首季投放目标是净增2500万元，每个客户经理每月的新增目标为200万元，每月至少实地走访新客户5个、营销成功1户开户企业、发放1笔新增贷款，按月分解目标，按周督导推进，确保按进度完成；二是明确客户，针对客户划分为“红黄绿”三类，对于“红线客户”坚决说不；针对“黄线客户”还需培养和成长，则留存联系方式，做好客户储备，在具备条件的时候进行办理；“绿线客户”则积极对接，重点营销！使客户经理在营销中目标更明确，客户更清晰。

依靠区委区政府重点推进项目。行领导多次与区领导、主要部门进行沟通，对区内的一些重点规划、重点项目、重点企业积极对接，全力在信贷投放、对公营销方面给予大力支持。同时，该事业部也主动与中小企业局、农业局、发改委等部门对接

，  
实行

上门营销

，主动服务；二是

依靠纳税企业白名单，通过税务部门

拿到去年潞城区

所有正常纳税企业客户的名单，分组、分类、分片逐户拜访，主动营销推介产品；三是依靠支行开户信息，通过对公客户的开户信息、业务频度、资金流水等，掌握分析开户企业的真实情况，从中筛选有价值的客户，主动上门营销，实现了精准对接；四是依靠优质客户转介和社会团体推介，通过优质客户介绍，及其合作的上下游客户情况来开展营销，同时该事业部主动走访各类社会团体、协会、商会等集中获客，一季度通过潞城建材协会、女企业家团体、河南商会等，在获客方面取得了不错效果。

突出成本核算增效益。一是在新增贷款的投放上力求早，努力实现早投放早收益，针对确定要做的优质客户，部门随时召开贷审会议，尽可能缩短办贷时间，能前半个月投放的贷款绝不放到后半月，面对每月投放目标，要求客户经理提前一个月储备客户，提高办贷效率，实行上门服务；二是在贷款利率的核定上力求精。今年在

贷款的投放上，针对每一个客户尽可能做到精打细算，按照财务部的核算成本，以及信贷部的利率定价办法，该行会根据不同的客户贡献度测算不同的利率，在风险可控的前提下，实现一个客户一个利率，坚持贡献度越大利率优惠越多的总体思路，同时附加全产品营销，对公户账户资金流水、代发工资业务、银行卡、晋享E付、车险、贵金属等，尽可能实现产品全覆盖。

加强贷款管理控风险。针对存量正常类客户划分不同的风险等级，分为：优质类、一般类、关注类三个级别，按不同级别实行客户经理包户跟踪，优质类客户每月电话问询为主，实地走访为辅，用数据为贷后依据；一般类客户必须按月实地走访，并做好贷后跟踪情况，用经营情况为贷后依据；关注类客户每月至少实地走访两次且必须与实际控制人见面掌握客户风险底数，全方位贷款风险状况；针对已经逾期或已形成不良的客户，重点关注风险恶化情况，每月与特资部研究处置方法，一事一议，采取增加新的风控措施、有效资产或起诉程序等，逐级推进，尽可能把风险降至最低。针对新增类客户，严把准入关，主调客户经理为第一责任，贷审小组为最终决定人，同时公开办贷流程，主动接受客户的监督，严肃问责程序。（孙煜超）