

大麦茶无糖糖果递给老年客户

上海银行业 3·15 系列活动促客户满意度提升

保护个人信用信息, 警银联合防诈骗; 用科技提高服务效率, 为特殊群体提供更人性化服务……在“3·15 国际消费者权益日”来临之际, 上海银行业把金融消费者权益保护贯穿在日常服务的方方面面。自今年 1 月份启动以“和谐金融 敬老服务”为主题的 3·15 系列活动以来, 上海银行业的客户满意度进一步提升。

适合产品给适合的你

上海银行业首先从规范交易行为入手, 切实维护客户合法权益。在规范管理理财类业务, 提高理财信息透明度的同时, 帮助老百姓实现资产的保值增值。

南京银行下发了十份涉及理财

类业务的管理细则。销售的理财类投资产品均由总行统一准入; 在产品销售过程中, 积极做好客户的风险等级评估, 严格按照“将适合的产品推荐给适合的客户”的原则, 向客户做好产品风险提示。同时定期开展现场或非现场理财产品销售的自查工作, 及时了解销售人员对产品销售的行为, 充分保障客户权益。

随着电话、网络、手机银行的普及, 各种诈骗方式让市民防不胜防。今年, 上海银行业将加大与公安的合作力度, 积极开展网络银行等金融知识普及, 防假宣传、防诈骗知识普及等一系列公益活动, 探索银警联合防诈骗新举措。如工行上海市分行自 2009 年与上海市公安局开展“警银合作防范电信诈骗”系列宣

传活动以来, 携手区县公安局共定期举办大型防范金融诈骗主题活动, 参与群众 10 万余人次, 共同联手成功阻止了近千起电信诈骗案件。

学会做老年客户朋友

随着上海步入老龄化城市, 上海各家银行相继推出各类老年客户特色服务, 不断提升老年客户金融服务体验。

宁波银行上海分行摸索出, 老年人的金融需求主要体现在资产增值保值、业务办理方便、心灵得到关爱等方面, 并归纳为舒适感、便捷感、专业感、安全感和关爱感五方面的感受。该行普陀支行在银行大厅用柔软沙发代替冰冷铁质座椅、用温暖大麦茶代替矿泉水、提供无糖

糖果等。考虑到老年人对网银的陌生感, 他们派专人提供大堂即时咨询、网银现场演示、特殊需求上门和电话咨询解答等服务。

许多老年客户由于子女常年在外工作有孤独感, 宁波银行上海分行在他们来银行办业务时主动提供延伸服务, 学会做老年客户的朋友, 尽自己所能去关心他们。渤海银行上海分行等则为老年客户设立敬老专窗, 并为残障人士提供优先服务和上门服务。该行还启动建设养老金融支行, 对网点设施进行适老性改造(如厕所), 增设存折取款机等, 让老年客户既舒心又放心。此外, 华夏银行上海分行则持续探索和推行社区金融服务, 比如在做好宝钢二村居委会社区金融服务中, 通过关心小区建

设、关爱小区老弱病群体等公益主题, 不断推进小区金融服务建设。

据悉, 上海银行业已将金融消费者权益保护融入各项工作之中。在工行上海市分行覆盖全市共 500 多家网点的电视机、走马灯上, 每日都会不间断循环滚动播出关于金融安全方面的温馨提示。上海农商银行主动开展了“金融进社区, 文化大篷车”活动。其中, 全行共 667 家网点参与了“金融服务普惠公众服务月”活动, 客户量达 32.8 万人, 发放各类宣传材料 34.9 万份。浙江泰隆银行上海分行松江、闵行、闸北等支行利用靠近大型市场的优势在市场中开展公益宣传; 南汇、奉贤等支行派出人员深入田间地头, 与村委合作为农村居民普及知识。本报记者 谈璆

103 个上海农商银行青年志愿者服务站揭牌 “社区金融学校”送课上门

走近社区银行

今年元宵节之际, 上海农商银行金山支行开展的“骏马奔腾闹元宵, 金融知识惠百姓”活动, 拉开了新的一年志愿者服务站社区金融宣传活动的序幕。

当天, 金山临潮三村青年志愿者服务站内热闹非凡, 人头攒动, 原来是志愿者们为社区居民上了一堂别开生面的金融知识普及课。通过图文并茂的形式, 志愿者深入浅出地讲解了居民储蓄、金融投资产品、小微企业融资、养老金代理发放等金融业务, 回答了居民们提出的各种疑难问题, 并为他们详细讲解了辨别假币的多种方法、如何防范金融电信诈骗等金融公益知识。针对目前金融市场上琳琅满目的理财产品, 志愿者们还向社区居民详细地介绍了相关的产品类型、收益、风险等情况, 并特别提醒居民们一定要根据自己的实际情况, 在评估了风险等级的基础上, 购买适合的理财产品。

2013 年下半年以来, 上海农商银行组建的 103 个“青年志愿者服

务站”陆续揭牌。

据了解, 青年志愿者服务站遍布上海及昆山、嘉善、湘潭等地, 大部分设在市区居委、郊区村委以及便民服务中心, 由青年志愿者为社区居民提供全面的金融知识咨询、理财宣讲等活动。每个服务站还贴心地统一配置了书报架, 方便居民读书读报, 并配备了雨伞、折扇等日用品, 便于居民取用。

据悉, 青年志愿者服务站是上海农商银行进一步落实服务社区、服务“三农”、服务小微的“社区型零售银行”战略目标的具体体现。志愿者服务站成立后, 对内充分依托金融便利店延时错时的服务模式, 发挥贴近社区的优势, 体现服务站便利、便捷、人性化的特点; 对外与城郊各个社区开展对接, 搭建多样的服务渠道, 为居民提供各类金融产品与服务; 同时, 志愿者服务站还将组织青年员工开办社区金融学校, 讲授各类金融知识, 帮助居民们提高金融风险识别能力, 为建设和谐金融环境尽一份社会责任。

尚依
上海农商银行 SRCB



安盛天平财险 力拓网销渠道

安盛天平财产保险股份有限公司于近期宣布正式成立。安盛天平由天平汽车保险与全球最大保险集团 AXA 安盛集团在华全资财产险子公司合并而设立。新公司总部设在上海浦东陆家嘴金融区, 注册资本 8.46 亿元。

截至 2013 年, 天平已拥有在中国 18 个省市经营财险业务的营业执照, 并获得了全国首批直销牌照, 业务主要集中于汽车保险, 直销渠道业务目前占公司总保费的近 30%。

预期 2020 年中国新车销量将占全球销量三分之一。与此同时, 中国保险电子商务市场在线保费收入过去三年中每年的增长率都超过 100%。这个市场趋势恰与埃森哲日前发布的调查报告相吻合, “有 93% 的中国受访者表示已准备好通过网上渠道购买保险产品与服务”。积极乐观的形势将促使安盛天平继续大力发展其在中国的财险业务, 包括汽车保险和其他零售非车险等。

江玲

平安集团落子 二手车市场

用金融服务思路做二手车业务, 平安集团旗下子公司“平安好车”董事长兼 CEO 杨铮和他的管理团队前天首次公开亮相。相较于其他的二手车品牌, 平安好车力求打造一个为汽车生活各项需求提供整体解决方案的平台, 目前在全国 12 个重点城市设立了分公司, 计划今年覆盖 26 个主要城市。

平安好车董事长杨铮表示, 平安好车未来战略将是一个汇聚交易服务、金融服务以及车主服务三大支柱为一体的 O2O 个人综合金融电子商务平台。在业务模式上, 整合线上线下, 还开设了移动 APP, 实时提供车况和车辆保养的信息, 并推荐质优价廉门店。如果客户选择自驾车, 平安导航将根据道路状况, 提供最佳路线。

杨铮说: “希望能够打造一个线上、线下的闭环系统: 从计划购车者、车主到汽车制造商、经销商、零配件供应商、维修厂商、各种配套设施供应商, 形成一个完整的汽车交易生态链, 平安为他们提供融资、信贷、租赁、保险等金融服务。”全晶妍

金融创新

一台终端搞定各类缴费支付

从最“鸡毛蒜皮”的水电煤缴费、手机充值、信用卡还款, 到颇具特色路桥通行费缴费、长途车票购买以及税费缴纳……如今, 越来越多的市民习惯通过一台终端搞定各类缴费、支付事, 银联商务的“全民付”产品也由此荣获“2013 年度上海金融创新成果奖”二等奖。

截至目前, “全民付”终端已覆盖全国 200 多个城市, 布点 100 余万台; 接入的业务内容品种达 37 个, 账单号支付入账机构近 3000 家, 去年全年交易 1.6 亿笔, 总交易额达 3800 亿元。

自助办理“零门槛”

对 10 余年内“攒”下 270 万 POS 机商户及 360 余万台 POS 机终端的银联商务来说, 在传统自助

终端上加载“全民付”业务, 或是在银行网点、中小超市、写字楼等商户那里布放“全民付”缴费终端, 都可谓“水到渠成”。

相比到银行“排长队”, 自助办理无疑更加便捷。据银联商务介绍, 这一创新服务基本上是“零门槛”: 首先, 其多媒体自助终端的缴费过程, 提示清楚、操作简单, 即使是不会使用互联网、移动互联网的老年人也能操作; 与此同时, “全民付”的终端形态包括家庭使用的电话 POS、个人手机上的手机刷卡器、手机客户端、网上便民平台等, 持卡人可以不受网点、地理位置、时间的限制, 随时、随地完成缴费。

特色业务“开小灶”

百姓日常生活中的便捷缴费、

便利支付需求层出不穷, 如何不断做“加法”? “全民付”在全国性“普适”的功能外, 不同城市和地区都有特色业务接入: 在上海等地, “全民付”提供有线电视缴费、宽带缴费、车险购买等自助服务; 在江苏、天津等地, 可随时随地通过“全民付”缴纳交通罚款; 北京地区推出的公交卡、ETC 充值及身份证信息查询服务等, 吸引了众多用户来“尝鲜”。

在偏远的乡镇, 村委会、农村供销社乃至村里的小超市, 都因“全民付”的布点而变身便民“缴费站”和“小银行”——村民们不仅可以享受“一站式”缴费、充值、买机票等服务, 还可随时小额取款、转账、汇款。此外, 各地还加载了本地化的新型“惠农”服务。

未来覆盖更广泛

随着业务发展和规模壮大, “全民付”的触角伸向线下、互联网、移动互联网以及未来新兴渠道的立体网络。

在移动支付竞争大潮中, “全民付”相继推出手机客户端的各类应用产品, 持卡人通过一个账户就能在互联网和移动互联网间、在有形的银行卡和无形的电子钱包之间灵活切换使用。

“全民付”还在家居行业掀起产销“革命”, 以 IPAD 作为载体, 实现家居卖场的展示、销售、收款及客户信息管理等一站式服务。据透露, 作为导购、支付工具的“全民付”, 未来将应用于保险、物流、餐饮等行业领域。 本报记者 鲁雁南