

黄河新闻网大同讯 2022年以来，工商银行大同分行坚定不移的把私人银行业务定位为提升打造“第一个人金融银行”核心竞争力的重要抓手、经营效益的增长点，围绕“客户、资产、中收”三大主线开展工作，充分发挥“全行办”的效能，分析明确市场所在，细化阶段性目标，加强私人银行业务的序时推进，私人银行业务开创发展新局面。

**精准考核。**考核贵在精准，为探索私人银行业务发展考核新路径，该行出台《关于开展私人银行业务专项营销活动的通知》，明确活动时间、目标、对象、激励标准和工作要求，把推动高质量发展作为考核主要内容，从重规模到重发展质量，优化考核内容、改进考核方式，发挥考核指挥棒风向标的作用，以奖优激励管理者担重任，打硬仗、创实绩。

**优化配置。**该行努力提高个人产品组合服务能力，深挖存量客户潜力。统一产品视图，将个金产品作为私人银行客户产品配置的组成部分，针对客户需求提供综合化金融产品配置。通过财富中心、贵宾理财中心等渠道，发展和维护客户，进一步提高客户的产品持有率，以“资产组合配置报告+综合化产品”服务模式为抓手，对到期资金、新拓行外资产，提高理财、遴选、保险的客户覆盖率、资产渗透率和财顾出单率，持续做好组合产品营销推广等业务多方位、多角度稳定客户，争取成为高端客户一揽子业务的主办银行，批量提升潜在客户，提高客户的资产留存率、回归率和提升率。

**联动发力。**为提高私人银行业务联动营销的积极性，该行制定《2022年大同分行个贷业务与私银业务联动营销方案》《2022年大同分行私银业务与信用卡业务联动营销方案》，家与个贷项目的联动营销，实现“优质项目开发—按揭贷款—私人银行业务”一体化营销和封闭运作，发挥联动优势撬动多方资源，加大对按揭贷款项目预售资金监管账户开立的营销工作，促进开发企业及投资人在该行存款提升；与普惠条线联动，聚焦个体工商户和小微企业主，实现客户接续服务和精准渗透；做好与信用卡业务的联动，完善房贷客户信用卡配备服务，做好家装分期、综合消费分期联动营销，实现对有需求的房贷客户100%尾随营销家装分期。

**强化帮扶。**依据客户数据信息，对未签约、可提升、未配产品等客户名单，私人银行分中心人员深入各支行，帮扶配合督导实施精准营销，对签约未配产品客户，与支行分管行长、客户经理共同分析研究，因人制宜有的放矢为客户制定产品配置方案、递送投资回顾报告，并与支行客户经理共同实施，提升客户资产和产品配置；对于有些没有配备私人银行客户经理的支行，私人银行分中心财富顾问深入基层直接面对客户、营销维护客户，以更强的专业知识无缝对接客户，以敏锐的市场前瞻性把握机遇，赢得私人银行业务的高成效。并综合运用产品、服务、场景、功能吸引客户建立账户，通过良好的体验、互动，从而推动普通客户向价值客户转变。秉承“以心相交，成其久远”的精神，从投资理财的角度为客户做好财富的保值、增

值、传承、避险等管理，以财富顾问、资产配置为引领，实现从产品销售驱动向客户关系驱动的根本转变。以客为尊、破壁联动、综合服务、贡献为本，存款与理财、基金、保险等其他金融资产协调发展，协同推进，做大资产规模，提升收入水平。

合规发展。该行理顺业务发展与风险防控的关系，引导员工树立正确的价值观、发展观、风险观、业绩观，开展案件警示教育，从案件中汲取教训，确保专业条线工作人员熟知规定，提升风险意识和规矩意识。围绕产品、销售、客户发展，加强各个岗位的分离制衡，建立事前防范、事中控制和事后监督的内控机制。严格执行产品销售管理办法，本着将合适的产品销售给合适的客户的原则，由具备销售资格的人员开展产品销售，规范产品营销流程与制度，全面准确地开展客户准入、严格落实风险评估、风险揭示，做好产品报备、售后报告和客户回访等工作。