农行合肥分行：注重客户体验，倾情为民服务

近年来，农行合肥分行以支持地方经济社会发展为己任，贴近生活、贴近百姓，接地气、添活力，注重客户体验，倾情为民服务，高度重视优质文明服务创建工作，持续开展产能提升、网点转型活动，通过公私联动、银客互动，力促营业网点提升服务水平和服务效率，不断提升客户舒适度、满意度和美誉度。 □ 唐朝

A 窗口联系万户 服务温暖心田

1月25日，农行合肥巢湖开发区支行大堂经理高云正在大厅分流客户并引导客户办理各项业务。大厅的等候区坐满了等待的客户，其中有一位挺着大肚子的年轻准妈妈，引起了高云的注意。经过了解，原来这位客户的定期存单密码忘记了，只能通过现金柜重置密码。高云一边安抚着客户，一边并给她端来了一杯热腾腾的茶水，缓解了客户焦躁的情绪并耐心地等待排号。

等到这位“准妈妈”办理完业务准备离开时，高云突然发现其脸色苍白，身形不稳，就赶忙跑过去搀扶住这位客户，并照顾她休息。得知孕妇要去镇上的财政所后，高云毫不犹豫的拿起雨伞、外套，将孕妇安全送到地点，并再三叮嘱她注意安全早点回家。临别时，这位孕妇紧握高云的手说：“谢谢大姐，你们农行人真好”。小窗口联系千家万户，小服务温暖百姓心田。而这次便民之举只是农行合肥分行优质高效服务的一个缩影。

B 固化服务理念 构建长效机制

“金杯银杯，不如老百姓的口碑”。在同业竞争激烈、客户理财渠道增多、产品选择余地较大、互联网金融风生水起的大背景下，要吸引客户、留住客户，对内必须加强教育，对外必须加大宣传。据了解，为大力弘扬农业银行“客户至上，始终如一”的服务理念，农行合肥分行坚持典型引路、案例剖析，盯他行服务细节、找自身服务差距。通过开展“我的服务故事”演讲比赛、优秀服务案例展示、服务明星评选、“微笑天使”评选、晨夕会点评等一系列活动，在全行营造比学赶超的浓厚氛围，让“服务是农行的名片”从口号变成行动，增强了员工以行为家、以客为尊的归属感和荣誉感。

为强化规范文明服务，农行合肥分行以银行业协会五星级网点验收标准为目标，倾力打造硬件设施齐全、服务水平优秀的城区和县域标杆网点。一方面，通过坚持自查自纠常抓不懈，集中精力解决服务存在的诸如服务投诉、服务回潮、服务疲劳等问题，重点关注网点为客服务的规范性和产品营销的合规性。另一方面则强化服务培训，不断激发基层员工服务热情。通过定期开展多层级服务培训工作，将总行、省市分行关于服务管理的各项要求及时传导至基层网点。特别是对服务回潮反复、精神状态不佳的个别营业网点，通过本部部室与网点结队帮扶、二次导入等方式，压实责任，限期整改，确保成效。

C 充实一线力量 永葆服务品质

在营销旺季和关键时期，农行合肥分行还举全行之力，全力保障一线服务。行领导划片包点，各部室派员进点，机关干部报名驻点，为基层员工减负、加油、鼓劲。据悉，农行合肥分行通过全面落实大堂主任（大堂经理）管理办法，规范其职能行为，将大堂主任（大堂经理）纳入基层网点管理序列，与网点负责人、运营主管共同组成网点管理团队，充分发挥管理职能。另一方面，通过科学设置网点功能分区，确保客户动线始终处于厅堂服务人员管控范围，及时响应客户需求、及时处理突发情况。这样的举措，既为客户留下了最初的“第一印象”，也为争取“回头客”打下了良好基础。

除此之外，为抓细抓实抓常文明服务工作，农行合肥分行坚持内外结合、取长补短、立行立改。在“神秘人”检查中，针对三大岗位、九大关键点，知责守责、明责问责地开展文明服务非现场检查，并每日通报结果，按月兑现考核，形成服务管理常态化机制。同时，抽调内训师按季开展网点6S现场检查，固化6S管理，并健全客户投诉快速处理机制，加强投诉处理和反馈，确保投诉总量和点均投诉率大幅下降，客户体验大大提高，树立了农行良好的品牌形象。



