

高要求标准 高质量完成 高水准服务

——记江苏银行镇江润州支行“服务之星”沈海潮



江苏银行
BANK OF JIANGSU

本报记者 俞佳融

“服务之星”沈海潮是江苏银行镇江润州支行的对公客户经理。对工作，他一丝不苟；对生活，他充满热情。工作之余，他喜爱书法，“书法修炼我的心性，也磨炼我努力成为一名有着专业精神和职业风范的出色银行职员。”

在沈海潮的身上，同事们能感受到他的“三高”——“高要求标准，高质量完成，高水准服务”。

高要求标准。就像泼墨之前的“胸有成竹”，在做任何一项工作之前，沈海潮都尽可能地学习并制定高要求标准。作为一名银行的老员工，为了跟上银行业的发展步伐，他一直积极寻求学习和提升的机会，以适应金融市场的不断变化和企业需求的不断升级，更好地服务于客户。他积极主动地学习新的金融产品、服务和市场趋势，不断提升自己的综合素质和专业水平。“可能出于我平时，练习书法注重细节的原

因。我在工作中也尽可能的从细节着手，让客户满意。”沈海潮举例说道，他为工作设计高效的流程，尽可能地提高客户体验。

高质量完成。无论是处理客户的交易请求，还是提供咨询服务，他时刻将客户满意度为核心，确保每个步骤的精准性。在处理细节时，他时刻关注客户需求，尽可能为他们提供最优质的服务。沈海潮所在的岗位也讲究团队精神，他说，“尽管许多工作都可以独立完成，但我认为团队的力量不可忽视。”在行内的协调合作下，大家共享信息，协同解决问题，高质量完成各项任务。

高水准服务。谈吐颇为儒雅的他，对待客户也彬彬有礼。他对客户的需求反应迅速，即使面对复杂的任务，他也保持着耐心，展现出极为专业的精神。他根据不同企业的需求，了解企业的经营模式、行业特点和市场情况，为其提供符合企业发展需求的金融产品和服务，同时还根据企业的特殊需求，随时调整和优化服务内容，提供各类个性化的金融服务方案。

提及书法这一爱好，沈海潮以点画形态和运笔来比喻工作，“不同的笔力可以带来不同的美感，或是峻峭瘦硬，或是圆劲道美，万变不离其宗，最重要的是章法结构，在工作中也是一样，好的章法结构就是认



真的准备态度，有了高标准严要求，再加上孜孜不倦的学习态度，就能做到事半功倍。”



视频制作 俞佳融

交通银行镇江分行开展反假货币宣传月活动

本报讯(俞佳融)近日，交通银行镇江分行丰富宣传方式，拓展宣传范围，向市民传递“反假货币，人人有责”的理念。

在做好厅堂宣传的同时，工作人员走出厅堂，深入企业、社区、校园、市场针对重点人群进行精准宣传，向社会公众讲解人民币真伪识别方法、常见假币骗术识别方法。

在社区行活动中，交通银行镇江分行组织老年群体进行座谈，通过开展金融知识宣讲，让更多老年人了解人民币知识，保障老年人金融权益。“通过讲座我们学习到了，原来拒收现金是违法的。”现场参加座谈的市民王阿姨告诉记者。

在校园行活动中，交通银行镇江分行利用开学契机，对江苏科技大学报到学生开展反假货币、防范诈骗宣传，上好新生“金融第一课”。同时通过发放宣传折页、悬挂宣传横幅、微信扫码答题等多种手段，引发了大学生群体的广泛关注。

交通银行镇江分行营运部负责人刘伟民表示，该行将积极开展反假货币宣传月活动，持续增强全社会反假货币意识，提升公众防假识假能力，为营造良好的人民币流通环境贡献交行力量。

泰康人寿全面启动2023“金融消保教育宣传月”活动

朱燕 包建华 俞佳融

记者从泰康人寿镇江中心支公司获悉，9月15日，泰康人寿召开2023年“金融消保教育宣传月”启动会，积极落实监管要求，围绕“汇聚金融力量，共创美好生活”主题，展现对金融消费者权益保护新担当。

全员参与，汇聚向善力量

泰康保险集团党委书记、董事长兼CEO陈东升向全体泰康人发起号召：“自觉做好消费者权益保护工作，参与到消费者权益保护宣传教育，成为消保知识的学习者、传播者和践行者，汇聚向善力量，共建诚信泰康，共创美好生活。”泰康人寿党委书记、泰康保险集团执行副总裁兼泰康人寿总裁程康平作为本次活动负责人，提出明确要求：“各级机构要提高思想认识，提高政治站位，强化政治担当，立足大局，高度重视，聚焦消费者对金融知识的迫切需求，扎实做好教育宣传，切实推出利民惠民举措，提高活动吸引力、影响力。”

各分公司、各中支公司比照总公司成立一把手负责的工作组，同一时间、统一开展，因地制宜，组织开展形式多样、内容丰富的宣传教育活动，贴近真实业务场景，切实提升本次“金融消保教育宣传月”活动的公益性、针对性、覆盖面和影响力。

深化教育，共建诚信泰康

泰康人寿本次活动的一项重点就是加强内部教育学习。强化从管理层到基层员工全体系履行金融消保教育培训的义务，广泛开展内部宣教活动，提升内外勤员工诚信意



识，将诚信文化和消费者权益保护理念融入公司经营全流程。

一方面进一步完善消保体系化建设。从产品的设计、开发和销售源头做起，贯穿业务全流程的方方面面，真真切切站在消费者立场，考虑消费者需求，解决消费者困难，保障消费者八大权益，增强消费者的安全感、获得感、幸福感。

一方面进一步加强销售团队的消保培训。泰康人寿在营销一线早夕会上，着重增加了消保法规、知识等有关内容，鼓励全体员工进一步做好本职工作，进一步增强责任意识，真正把诚信服务意识和专业服务精神落实到工作各个环节之中。

求实创新，共创美好生活

泰康人寿将发挥“保险+服务”，“支付端+服务端”的独特商业模式，依托公司大健康生态资源，聚焦“一老一小一新及特殊人群”，集中开展“五进入”(进农村、进社区、进校园、进企业、进商圈)教育宣传。

“适老化打造”，在柜面上线适老化海报、折页等宣传物料，开通适

老化特色柜台，适老化专属通道，配置放大镜、轮椅等设施。

“新市民服务”，提供新市民专属保险解决方案，为新市民捐赠物资、保险保障等。

“敬老送温情”，走进福利院和社区探视老人并进行宣传，利用溢彩“一根拐杖”公益捐赠活动，与各地养老机构联合，进行健康义诊、健康讲座。

“少儿金融知识普及”，通过少儿财商知识讲座等现场活动开展金融知识教育宣传，提升小消费者们金融知识。

“重点帮扶”，针对独居老人、留守儿童、偏僻农村地区困难人口等重点人群，各机构发挥自身优势，到乡镇小学、留守老人集中的村镇开展送温暖服务。

“内外合力加强消保宣传声量”，充分借助新闻媒体、公司自媒体矩阵，及时发布各类消保活动信息，持续面向社会公众传播保险金融教育内容，引导客户及公众关注活动主旨及理念，提升广大消费者的金融保险意识。

丹阳农行访仙支行暖心服务客户

本报讯(俞佳融 华元成)近日，丹阳农行访仙支行一老年客户突发疾病，在银行工作人员的及时帮助下转危为安。

大堂客户经理回忆，当时客户在休息区，身体斜靠在椅背上，扶着椅子把手，眼睛微闭，十分虚弱的样子，他第一时间跑到客户面前查看情况并将其扶正，只见客户面色苍白，浑身冒冷汗。

在轻声呼喊下，老人慢慢清醒。经询问，老年人有心脏病史并伴有低血糖，之前突感胸闷、头晕。大堂客户经理和大堂保安两人相互配合，一边以最快的速度将客户随身携带的速效救心丸给客户服下，一边联系其家人。休息片刻后，老人感觉症状有所缓解，家人也已赶到银行，在客户及其家人的连声道谢下，老人被家人接回。

丹阳农行按照“用心服务常态化、升温服务品牌化”的要求，持续推进“浓情暖域”网点服务品牌建设，培育有温度、有情怀、有担当的网点服务文化和服务精神。