

南京银行盐城分行

积极开展“五进”集中宣传活动

□马晓丽

根据2023年“金融消费者权益保护教育宣传月”活动安排,南京银行盐城分行紧紧围绕“汇聚金融力量,共创美好生活”主题,积极开展“进农村、进社区、进校园、进企业、进商圈”等形式多样、群众喜闻乐见的宣传活动,为民办实事、做好事,提升消费者金融素养,让广大人民群众有更多、更好的获得感和幸福感。

南京银行盐城分行辖内各支行通过“五进”活动,下沉教育宣传重心,贴近金融消费者,积极围绕日常生活场景,通过“线上+线下”模式,全方位、宽领域、多渠道开展金融教育宣传。

进农村 金融知识送田间

该行建湖支行工作人员深入镇北蔬菜村,通过悬挂横幅、发放宣传资料、现场讲解等方式宣传反诈知识,向农民朋友们介绍常见的诈骗手段,如虚假投资、冒充公检法、假冒客服等;帮助消费者了解金融知识,提高反诈意识,将金融知识送到农民的村前屋后。

进社区 为民护航保安全

该行建湖、响水、东台等支行立足营业网点辐射周边区域,积极深

入社区、街道开展公益活动,如建湖支行利用金融知识宣传演出的契机走进社区,普及人民币防伪知识;响水支行联合响港居委会敬老协会开展面向老年群体的防诈骗宣教活动,牢牢守住养老“钱袋子”;东台支行在喜迎中秋、国庆“双节”时,深入东台城中花园社区、八林社区,在开展月饼制作的活动过程中,结合宣传存款保险知识分享投资理财小技巧,在“寓教于乐”中提升了居民对该行产品的信任度。

进校园 夯实基础好成长

该行大丰支行携手盐城市大丰区第一小学,立足学生年龄特点,结合学生兴趣需求,开展以“跨学科学习·研传统节日”为主题的“金融育智”活动。通过知识讲座、案例分享等趣味性强的环节,讲授实用的防诈骗常识,帮助学生群体树立理性消费观念,呵护青少年在清朗的金融环境中共同成长,充分彰显了南京银行的社会责任与担当。

进企业 银企互助获双赢

该行射阳、东台等支行深入了解企业和员工的金融知识需求,有针对性地开金融政策和知识普及

等活动。如射阳支行走进江苏某科技有限公司,向单位员工详细科普信用卡安全、个人征信、反洗钱等实用基础金融知识,同时对手机银行使用、消费贷款办理等业务进行了耐心解答,用实际行动赢得了企业客户的一致好评。

进商圈 多彩活动提素养

该行营业部、盐都支行、人民北路支行参加盐城大数据产业园“数字文化生活节”活动,摆放宣传材料和主题展架,设立业务咨询台,现场发放“防范非法集资”“存款保险”宣传折页,讲解当前社会常见的诈骗手段和防范技巧,提升保障自身财产安全意识和能力。滨海支行工作人员在菜市场门口、小区菜鸟驿站、附近商铺集中地等多处进行现场解读折页和资料派发,在宣传过程中,针对大家的疑问,该行工作人员一一认真答复。

南京银行盐城分行将拓宽宣传渠道,不断创新活动形式和内容,完善宣教体系,持续开展常态化、多样化的金融知识宣传活动,增强金融消费者防范金融风险和自我保护的能力,提升消费者金融素养,助力消费者权益保护工作不断前进。

平安社区网格模式

提升存续客户的获得感

近日,中国平安人寿保险股份有限公司在深圳举办社区网格渠道媒体交流会,对社区网格的成立背景、模式创新进行详细介绍。平安人寿党委书记、董事长杨铮,平安人寿副总经理兼线上营销事业部总经理王国平等出席本次活动,并与现场媒体展开交流。

深刻领会金融工作的政治性和人民性,对保险公司而言,就是要聚焦客户的痛点、需求,以人民为中心开展各项工作。据了解,社区网格渠道作为平安寿险改革“4渠道+3产品”核心战略的重要渠道之一,定位于为平安3000万存续客户提供持续的高质量服务。“社区网格模式的初心是为了让客户体验更好、服务品质更高,是平安人寿响应国家及监管号召,践行高质量发展的的重要举措。”杨铮在活动现场表示。

据王国平介绍,社区网格渠道聚焦客户服务与队伍建设,用存续客户服务模式创新、队伍用工模式创新和数字化管理模式创新这“三大创新”构筑平安社区网格模式。

经过一年半的试点和推广,社区网格渠道已覆盖全国51个城市。平安人寿表示,未来,公司将继续坚持以人民为中心,以客户需求为导向,通过社区网格化模式助力提升广大存续客户的获得感、幸福感、安全感,为行业健康、可持续的高质量发展助力。

陈海娜

珍惜自己的血汗钱
保卫父母的养老钱
守住子女的读书钱

拒绝高利诱惑, 远离非法集资

盐城市地方金融监督管理局 宣