

坚守金融为民初心,托起“一老一小”稳稳幸福

编者按

“一老一小”指的是老年人和青少年,满足这两个群体的金融需求是重大民生课题。今年以来,人民银行盐城市中心支行持续践行“金融为民”理念,聚焦“一老一小”在金融领域的“急难愁盼”问题,积极引导辖内各银行机构从健全机制、畅通渠道、队伍建设等维度出发,深入推进“一老一小”金融教育工作,不断提高社会公众金融知识水平、金融风险意识和自我保护能力。本报今日开设专版,展示我市部分银行机构关爱服务“一老一小”的生动实践,以飨读者。

农发行盐城市分行

关爱老年群体 开展反诈宣传

□李华

每年夏收旺季,农发行盐城市分行志愿分队都会走进各粮食收购库点,在聚焦主责主业保障资金供给的同时,履行社会责任担当,关爱农村老年群体,持续开展反诈宣传,做守护粮农“钱袋子”的金融宣传使者。

该行志愿分队向站点的粮农普及“未知链接不点击,陌生来电不轻信,个人信息不透露,转账汇款多核实”等防诈知识,提高粮农的防骗意识,实现从“保证我不被骗”到“提醒他人不被骗”的目的。此次反诈骗夏季宣传活动,持续时间近3个月,共

涉及9个粮食收购库点,发放宣传折页100余份,现场解答问题100余条,粮食企业工作人员、售粮群众200多人次接受宣传教育。

农发行因粮而生、伴粮成长、随粮壮大,深耕主责主业,牢牢守住农民“种粮卖得出”的底线,及时足额兑付售粮款,坚决杜绝“打白条”现象的发生,在确保粮食安全的同时,让种粮农民挣到钱,更守得住钱。该行以更高的责任感和使命感,发挥好农业政策性金融“当先导、补短板、逆周期”的特殊职能作用,并结合主责主业,持续开展老年群体走访宣传活动,切实守住群众的“粮袋子”和“钱袋子”。

招商银行盐城分行

打造全渠道全场景适老化服务

□戴宏娟

在数字化技术快速发展的今天,招商银行盐城分行坚持在全渠道、全场景下,为老年群体提供全面的服务,致力于打造更平等、更便捷、更流畅的数字生活“心”体验,让老年群体融入智能便捷生活。

该行营业网点加强厅堂人员调配,确保引导台有人关注到访客户,尤其是老年客户。在填单台上标配老人花镜、薄毯等物品,满足老年客户使用需求;在网点室外设无障碍通道并公示求助电话,行动不便的老年客户可随时拨打求助电话;配置爱心业务办理窗口,为老年客户提供快速业务办理通道。

推出95555适老化“颐享专线”服务。通过全面搭建95555客户识别能力,增设老年客户(60岁及以上)主叫识别,在部分IVR菜单客户一键接入专属服务。搭建95555普通

客户主叫识别能力,在高频菜单下设老年客户识别,提供一键接入,由人工座席向老年客户提供服务。在手机银行服务中,向老年客户提供一键接入多媒体语音服务功能。在手机银行在线客服中,将针对老年客户,增加一键接入多媒体语音服务的功能,老年客户接入后,由专属人工座席提供一站式语音服务。

创新互联网应用及服务。提供长辈版App,老年客户开启招商银行App长辈版后,App将对核心功能的字号、图标等进行放大。这既包括首页、社区、理财、生活以及“我的”这五大频道,同时也包括注册、登录、账户总览、收支明细、转账汇款、生活缴费等核心功能。此外,向老年用户提供适宜的服务,在手机银行搭建“丰润人生专区”。该专区囊括了丰润系列理财产品、增值服务权益和丰富多彩的活动等,旨在提供贴近老年客户需求的金融和非金融综合服务。

盐城农商银行

多举措创建适老服务网点

□王旸 白菲菲

为进一步提升老年客户服务质最,今年以来,盐城农商银行从配备完善设施、优化智能设备、提供便捷服务等方面着手,积极打造适老服务网点,进一步提升老年客户体验,为老年客户提供更舒适、便捷的服务环境。

完善硬件设施,提升客户认同感。该行积极构建“尊老公益区域”,配备爱心座椅、老人花镜、放大镜、急救药箱、自助血压仪等物品,设立金融知识宣传公益展台,加强厅堂服务老年客户力量,开辟专用咨询绿色通道,设置老年客户爱心窗口,优先为有特殊服务需要的老年客户办理业务;成立金融助老志愿者服务团队,为老年客户使用智能自助机具提供“一对一”专员服务;在人员集中的社保发放日,增设临时座位、临时窗口,由专人为老年客户提供自助设备服务,缩短厅堂等待时间。

优化智能设备,提升客户体验感。该行手机银行开发了老年人关爱版模式,为老年人提供界面简洁、字体放大、语音交互等适老化设计,便于老年人体验和操作;厅堂网点安

排专人为老年客户提供全程指导,协助老年客户完成智能机具操作,为老年客户提供有温度的金融服务;通过多种方式、多样渠道,提升老年客户应用新型移动支付体验感。

提供便捷服务,提升客户幸福感。针对有特殊困难无法前往网点办理业务的老年客户,在依法合规的前提下,坚持特事特办、急事急办原则,做好柜台延伸上门的人性化服务,将金融服务送到客户家门口;简化特殊客户群体服务流程,在风险可控的前提下,针对无法代办的业务通过远程视频核实,线上了解老人业务诉求,允许指定代理人帮助其办理业务,在业务受理时效上有很大提高。

普及金融知识,提升客户获得感。重点对老年客户防范电信网络诈骗、防范非法集资等相关金融知识开展宣传,提升老年人防骗能力,增强老年人金融素养;持续开展面向老年人的银行卡支付、移动支付等知识的宣传普及活动,帮助老年人熟悉支付产品与服务的使用流程;加强支付安全、个人敏感信息保护等内容的教育宣传,增强老年人的自我保护意识。

工商银行盐城分行

聚焦“一老一小” 提升服务质效

□王涛

今年以来,工商银行盐城分行高度重视“一老一小”工作,抓好各项惠民便民服务措施的落实,进一步提升全辖网点服务温度和服务水平,大力营造浓烈的尊老爱幼工作氛围。

工商银行面向老年群体推出手机银行“幸福生活版”。该版本对业务流程、页面字号大小、语音双向交互等进行了适老化升级,服务内容覆盖老年群体消费、出行、医疗等多个场景。与此同时,工商银行还针对少年儿童开办“工银宝贝成长卡”线上

线下特色定制服务。截至6月末,工商银行盐城分行已累计发卡办理12549张。

今年一季度,工商银行对手机银行“幸福生活版”进行升级完善,进一步适应老年群体的业务需求,重点解决老年群体运用智能技术的困难,更加方便老年群体操作使用。3月,工商银行盐城分行在全辖开展“3·15金融消费者权益保护日”宣传活动,帮助老年群体保管好自己的养老金,并开展“工行驿站”助老宣传活动,突出“工银爱相伴”服务品牌。5月,该行根据全年存款保

险宣传计划,开展了形式多样的存款保险宣传活动,主要有:网点张贴宣传海报,针对到店客户开展宣传;散发宣传折页,做好存款保险知识宣传;安排流动宣传车,到新兴镇和上冈镇向当地居民宣传存款保险;走进中小学校开展“金融知识进万家”宣传活动,讲解如何识别防范电信网络诈骗方面的知识。

在服务渠道和内容方面,工商银行在国内业界率先推出线上自助服务模式,为政府、企业等提供全流程、可定制化的线上养老金业务。对公客户方面,推出“工银e养老”客

户端,通过API接口实现与对公客户年金信息自动交互和调用,方便企业和机构客户在线完成业务受理、业务审批、流程监控等操作。个人客户可灵活选择线上或线下渠道办理个人养老金业务,无论是否工商银行客户,均可通过银行卡或手机验证码等方式实现年金查询、养老金理财产品申购等操作。截至目前,通过“工银e养老”客户端和工行手机银行等线上渠道,工商银行已累计服务2万多家对公年金客户和2000多万个人客户,客户覆盖率领先同业市场。

交通银行盐城分行

“我是‘红袖标’ 有需要请找我”

□肖峰

近年来,交通银行盐城分行不断完善“一老一小”工作机制,从客户体验出发,完善服务内容,创新服务方式,把“一老一小”服务水平高低作为衡量整体服务水平的一把重要标尺,将“一老一小”服务理念融合在业务发展的各个环节。

该行从网点布局、服务设施、服务流程等方面,针对客户特点和实际需求进行优化,打造专属区域,营造温馨氛围。设立“爱心驿站”,增加敬老服务内容,设立敬老服务专用智能机具,配备老年客户专用耳机、电子

血压仪、智能放大镜,制作敬老爱心提示卡、智能设备操作指南(敬老版)、手机银行操作指南(敬老版),打造老服务品牌。

今年年初,该行落实厅堂“红袖标”值班经理制度,提出“有需要,请找我”的倡议。“红袖标”值班经理优先接待老年客户,主动搀扶行动不便的老年客户,耐心询问他们的业务需求,专人指导老年客户使用自助设备,消除老年客户“没人教、看不清、不会用”的心理负担,让他们“能用、会用、敢用”,帮助他们跨越“数字鸿沟”。遇到有异常情况的“一老一小”客户,主动贴心安慰,给予他们反诈温馨提示,提高自

我保护能力。以“普及金融知识,守住钱袋子”系列活动为契机,制作简明易懂的老年版、青少年版防诈骗宣传手册,积极开展“厅堂微沙龙”活动,讲解假币防范须知,指导大家识别假币;引导拒绝高利诱惑,远离非法集资,确保资金安全。

今年以来,该行围绕“一老一小”开展了丰富多彩的金融知识普及宣传活动。“3·15”期间,组织员工走进盐城市格林幼儿园,加强老师和小朋友对金融知识的了解;主动把金融知识送进老年大学、养老院、社区,利用身边的小故事、小案例,线上线下一体引导老年客户主动识别远离非法金融活动,保护好“钱袋子”,赢得很多老年客户的认可和信任;走进高教公寓、学校,开展消保专场宣传活动,围绕“倡导理性消费”“如何养成良好的理财习惯”等方面,分享专业见解与经验,切实防范电信网络诈骗、远离网络赌博。

该行的“普及金融知识万里行——走进直播间”活动,点击量达5.05万人次,在“一老一小”群体中取得较好的教育宣传效果。对因行动不便、书写困难等特殊情况的“一老一小”客户,建立应急处理机制,开设上门延伸服务绿色通道,得到客户赞誉。

民生银行盐城分行

线上线下一体 守护“银发一族”

□李雪

近年来,民生银行盐城分行积极践行普惠金融理念,发挥责任担当,将服务好老年客户作为金融消费者权益保护的重要内容,积极开展适老金融服务,打造线上线下一体化、人工和智能融合化,用专业贴心的温情服务和高效便捷的技术手段破除“数字鸿沟”,树立尊老、爱老、助老的服务理念,帮助老年客户享受便捷、有温度、差异化的金融服务。

发挥网点价值,用心打造“暖心

厅堂”。该行充分考虑老年客户的需求,优化厅堂服务流程,着力提高安全性、便捷性和高效性。对营业场所日常宣传、对外公示标识设计以及电子机具页面进行大字体改造,提升老年客户服务体验。同时,持续完善厅堂服务设施,提供无障碍通道、老年服务绿色通道、爱心驿站、移动式填单台、助听器、爱心座椅、老人花镜等适老设施物品,配备应急药品,专人保管,及时供应,将厅堂网点打造成为老年客户解决日常金融需求、接受各类暖心服务的重要阵地。

延伸服务半径,健全上门服务机制。今年上半年,该行为多名行动不便的老人提供上门服务,为他们办理密码重置等业务。一直以来,该行聚焦老年客户在金融服务中“急难愁盼”问题,建立健全网点“上门服务”响应机制,对于年老体弱、行动不便的老年客户,坚持特事特办、急事急办,提供全流程“一对一”服务,确保业务“一站式”办结。

普及金融知识,丰富适老服务。该行高度重视老年客户合法权益的保护,注重老年客户金融资产安全。一

方面,有针对性地向老年客户普及金融安全知识,围绕投资理财、资产配置、防范电信网络诈骗等内容,为老年客户答疑解惑,帮助老年客户守住“钱袋子”;另一方面,组建一支专业化老年客户服务队伍,走进辖内社区、养老院、广场等开展“守护夕阳美”“护航幸福晚年”“老年人微信、云闪付课堂”等形式多样的爱老助老金融服务活动,制作操作指南,分发给老年客户,并向其演示如何在支付平台添加银行卡、如何进行支付等具体操作,将适老便民的流动金融服务触角向外延伸。

上海银行盐城分行

优化适老服务 开展精准宣传

□王帅云

根据金融消保关爱“一老一小”实施方案的工作要求,上海银行盐城分行结合自身实际,对照任务清单和责任清单,持续推进金融消保工作。今年以来,该行多措并举、全力推进网点适老化改造、便民服务设施优化和系列宣教活动开展等方面的工作。

该行积极打造适老金融网点,在网点厅堂内配置爱心座椅、老人花镜、便民箱等物品,方便老年人办理银行业务;对网点台牌、宣传册页、业务凭证等字体、色彩、内容等进行适老

化调整;大堂铺设防滑地坪,等候区设置柔软沙发座椅,提供茶水,增加绿化布置,设置老年客户优先窗口、爱心专区等。开发推出适老手机银行App(美好生活版),美好生活版手机银行相较于标准版手机银行,界面更简洁,字体更大,便于老年客户独立操作。推出移动PAD,针对老年客户实际需求,进一步扩展上门服务项目,对特殊原因无法前往网点办理业务的老年客户,提供上门贴心服务。

全力建设现金服务便民点。网点配置大堂经理和ITM机具引导员,为老年客户办理业务提供引导

和协助,并至少保留一个现金服务窗口。按照老年客户意愿优先引导至现金窗口办理,充分尊重老年客户使用习惯,在客流量较大时,为老年客户开设绿色通道。拍摄制作了以“抵制账户非法买卖、防范电信网络诈骗”为主题的反诈宣教原创短视频。

持续开展系列宣教活动。上半年,该行组织开展“3·15”消费者权益保护教育宣传、普及金融知识守住“钱袋子”、普及金融知识万里行等活动,将老年群体作为重点宣教对象之一。该行立足网点厅堂,利用网点电子显示屏和门楣LED显示

屏持续播放金融知识、防范电信网络诈骗等方面的金融标语,显著位置摆放宣传折页、读本等。同时,开展下沉式“点对点”宣教活动,走进社区、商圈,在老年客户中开展精准宣教,并制作多条打击养老诈骗、普及存款知识等主题的H5图文宣传链接,开展线上宣教。

下一步,该行还将整合优化网点适老化设施和服务,打造“尊老公益区”,设置老年客户服务专区,指定专人接待、引导和辅助,提供优先取号、专柜办理等服务。目前已制定方案,申请签报,采购相关设备,预计9月底前完成改造。