# 最新银行营销工作计划及措施 银行营销工作计划(通用20篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2025-01-07

*人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。银行营销工作计划及措施篇一一、...*

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**银行营销工作计划及措施篇一**

一、指导思想。

认真学习理论、“三个代表”重要思想和科学发展观，以党的十x大、十x届x中全会精神为指导，贯彻落实市分行xx年。

要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越服务创造价值为手段，积极主动为客户搞好服务，千方百计为客户排忧解难，优化本行发展环境，增强工作信心与决心，促进本行各项业务平稳较快发展，提高经济效益。

二、总体目标。

围绕xx年全年理财产品及基金营销计划，重点解决我行服务工作中存在的不足与突出问题，进一步提高我行服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，成为客户满意度和客户首选的银行，从而助推各项理财产品及基金营销业务平稳较快发展，创造良好经济效益。

三、具体工作措施。

1、通过宣传，形成营销活动声势。

我行要利用电子屏、横幅、板报、专栏和资料等进行开展“理财产品及基金营销”活动宣传，形成营销活动声势和竞争氛围，提高全体人员积极参与，争先恐后的热烈气氛，做到优质服务，以优质服务创造优良工作业绩。活动期间，我行在醒目位置统一悬挂有关营销活动宣传标语，银行工作人员披授带佩徽章上岗。窗口单位设立营销活动宣传栏，安排佩戴授带的引导员进行引导服务和讲解，树立窗口单位优质服务良好形象，切实推进营销活动的深入开展。

我行要抓住一切有利时机做好集中营销工作，各网点要在显眼位置摆放新版宣传折页，营造“理财产品及基金营销”就在客户身边的浓厚气氛。网点工作人员要向客户进行业务咨询，积极推介“理财产品及基金”，向客户详细介绍理财产品及基金功能特点和办理要求。同时要加强对存量客户的维护和再营销工作，根据我行实际，合下达的工作计划任务，筛选存量优质客户，进行主动营销。优化流程，强化服务质量，针对存量优质贷款客户，推出有吸引力的服务措施，拓展营销深度，扩大我行业务范围和优质客户群体。

【篇二】。

1、我行一直提倡的“首问责任制”、“满时点服务”、“站立服务”、“三声服务”我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款、bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

4、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质客户推广使用网上银行业务。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的钢性，提高约束力。

2、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理（确保我行开户单位的质量）和上门服务。

3、进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

4、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

5、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

1、把好进人用人关。银行业听着很美，其实充满竞争和风险，所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工潜能来确定适合的岗位，从而提高员工的积极性。

2、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将培训计划上报人事部门，准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。

3、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵，除了参加明年的技术比武更为了提高员工的业务水平。

4、勤做员工的思想工作，关心鼓励员工，强化员工的心理素质。

5、有计划、有目的地进行岗位轮换，培养每一个员工从单一的操作向混合多能转变。

【篇三】。

1、把好进人用人关。银行业听着很美，其实充满竞争和风险，所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工潜能来确定适合的岗位，从而提高员工的积极性。

2、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将培训计划上报人事部门，准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。

3、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵，除了参加明年的华考范文。

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

201x年，我们的工作还将继续不断的努力下去，相信随着时间的不断的推移，我们还可以做的更好。201x年我们银行营业部将继续不断的努力下去，将我们银行的业绩更大的发展下去，这才是我们要做的。为了国家经济的快速回复，我们必须要做好银行工作，为国家的经济发展做出应有的贡献!立服务”、“三声服务”我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款、bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

4、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质客户推广使用网上银行业务。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的钢性，提高约束力。

2、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理(确保我行开户单位的质量)和上门服务。

3、进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

4、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

5、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

**银行营销工作计划及措施篇二**

在工作前做个工作计划，在工作中都会事倍功半，做起事来也井条有序，盲目的工作只会白忙活，只有做好工作计划，才能把工作做得更好。以下是由小编为大家整理出来的银行营销。

希望大家能够喜欢。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。《2024年。

》由找本站原创首发，机密数据纯属虚构，转载请注明出处。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。2024年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。2024年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

今年以来，各商业银行之间的存款竞争日趋白热化，尤其是进入二季度以来，工商银行长治分行储蓄存款呈现持续大幅波动的不稳定态势，稳存增存压力较大。对此，长治分行多措并举，采取有效措施确保下半年实现储蓄存款余额和增量同业占比稳中有升。

一、提高认识，明确目标，力求完成保底任务。将储蓄存款的稳定持续增长作为日常工作来抓，紧紧围绕发展中高端客户的经营思路，努力拓展客户规模，优化客户结构，提高重点业务客户渗透率，促进个人客户资产稳定增长，在确保一季末储蓄存款余额的基础上做好稳存增存工作。

二、加大私人银行客户拓展力度，全面落实“一行一季一户”的工作要求。中高端客户竞争是我行确定的2024年四项重点工作之一，对此，要求各支行务必统一思想，高度重视，增强高端客户竞争发展的紧迫感、使命感。一是要认真落实高端客户发展规划，充分运用高端客户维护、拓展专项激励机制和政策，推进全行中高端客户快速发展。二是做好存量客户的服务与维护工作。目前，全行已基本完成存量私人银行客户的签约工作，要求各支行要加强与客户的沟通交流，充分了解客户需求，及时了解产品发行、客户活动等信息，同时还要加大私人银行专属产品配备力度，通过产品稳固客户，防止出现客户资产下降的情况。三是积极捕捉市场信息，抓好私人银行客户的规模扩张。以“煤炭资源整合、上市及拟上市企业高管、中小企业主和私营业主、第三方存管、房地产商”五大板块为重点，实施名单制管理和维护，加大高净值客户拓展力度。

三、全力维护和发展财富客户，努力完成全年目标任务。一是以全行开展的“大学习、大联动、大营销”活动为契机，持续快速推进优质企事业单位代发工资业务发展，带动财富客户数量和资产的增长。二是要深入挖掘存量潜力客户，确定发展目标，努力将其培育发展成我行财富客户和私人银行客户。三是加强前台柜员和客户经理的客户推荐对接工作，采劝接对子”的方式，前台柜员发现的目标客户要及时有效地推荐给客户经理做营销和后续维护，确保客户资源不丢失，不外流。

四、发挥理财产品与储蓄存款的互动作用，实现二者同步协调发展。一是大力营销保本理财产品，将其作为理财产品重中之重进行全力营销，在增加理财产品余额的同时增加储蓄存款余额，实现二者同步发展。二是要提前做好月末、季末和年末到期理财产品的衔接和存款转化工作。三是全力营销理财产品的同时，要积极挖转他行客户和他行资产，稳定本行储蓄存款余额，避免出现此增彼减的情况。

五、充分发挥营销团队的作用，做好客户分层维护工作。一是各支行行长、个金业务分管行长要亲自参与本行私人银行客户、财富客户的维护，定期联系和拜访客户。每季度组织一次有针对性的财富客户定向营销活动，每年组织一次较大规模的营销活动。二是各支行个人客户经理要做好中高端客户的日常维护工作。做好客户大额现金提娶预约服务、泊车、理财规划等方面的安排，确保服务质量;了解客户日常金融需求，与客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。三是建立个人高端客户维护的双线联系、分层维护机制。加强与市分行财富管理岗、私人银行部太原分部的联系，从不同层面上共同维护。

六、认真落实相关激励措施，加强监测通报管理，实行大额资金报告制度。各支行要落实市分行储蓄存款的相关激励措施并加强动态监测，尤其对高端客户、大额资金的流动要责成专人予以关注，行长、分管行长要亲自过问。营业网点柜面遇有大额资金向他行通兑情况，经办行要在办理业务前向开户行通报，开户行要积极进行客户关系维护，确保资金不外流。

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。《2024年下半年工作计划》由找本站原创首发，机密数据纯属虚构，转载请注明出处。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。2024年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。2024年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平。

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

**银行营销工作计划及措施篇三**

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

××部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。××年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。××年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升××部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养××部门人才。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平。

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

**银行营销工作计划及措施篇四**

2024年受新浦支行委派我到某某从事会计主管工作，回顾一年来的工作，在上级行的大力支持和行领导的正确领导下，本人能奋力拼搏，务实创新，围绕全行中心工作，深化会计，狠抓基础建设，规范业务操作，强化监督职能。

一、会计工作质量。

2、提高会计核算质量。现前台柜面共有柜员5名，其中柜员吉安东10月底刚刚上岗。在工作中我采取前期抽出老柜员帮新柜员进行专职辅导，后期业务较熟悉后，新柜员之间互相查看传票，这样不仅降低了差错率，同时也从他人的传票中学习到了新业务。在第四季度核算中有3名柜员差错为0，大提高了柜员的核算质量，保障支行业务的健康发展。

二、员工管理及培训。

1、在10月份，新浦支行对员工直行了一系列的调整对柜员的心理影响较大，情绪波动不稳定。针对这种情况，我及时与柜员逐个进行沟通，经过大家的共同努力，柜员已能熟练掌握所在岗位的技能，实现了业务的平稳过渡。

2、由于有几名柜员从业时间不长，他们的操作风险意识较淡薄，我利用班后时间举行业务培训，利用班前晨会和每周例会带领柜员采用领讲、讨论、提问等多种形式学习上级行行制定的各项会计结算制度，会计风险管理及相关操作流程要求，并重点学习《深山市行柜面操作风险管理工作指引》以及柜面操作风险题库等内容，对员工进行了操作风险防范的宣贯，使柜员的操作风险意识有了一个较大的提高。

3、在业务培训方面，我积极组织前台柜员开展业务知识学习，在内部举行业务练兵活动，积极调动大家的主观能动性，认真组织柜员进行新业务的演练，柜员能熟练的操作，使新的操作系统按时对外办理业务。其中4人取得了保险代理丛业资格证，1人取得了银行业丛业资格证，2人取得了反假资格证书。

三、反xxx工作。

1、加强反xxx内控管理。从反xxx内控制度建设、尽职调查、数据的上报质量、客户资料及交易记录保存、培训制度及宣传各个方面进行严格要求。

2、指定专人负责个人开户资料的保管整理工作，按时将个人批量开户风险等级评定单专夹保管，作为反xxx资料。做好临时身份证及即将到期身份证管理，编制临时身份证及即将到期身份证表格，及时联系客户，完善后续手续。

3、按时向支行反xxx工作办公室报送2024年度客户xxx风险等级划分报告和非现场监管分析报告，识别对公新客户57家，对私新客户3579户。

四、其他主要工作。

1、补充制定海昌南路路支行前台业务柜员绩效考核实施细则。

2、按时准确报送支行各项报表。

3、配合会计部门进行各季度会计检查，及时上报整改报告。

4、组织召开支行季度风险分析会议并上报风险分析报告。

5、配合上级行行各管理部门进行检查。

五、存在的问题：

首先受理水平有待进一步提高，要转换视角，以一个基层管理人员的角度看待问题和解决问题;再者业务水平需要进一步的提高，会计主管需要掌握更加全面更加细致的业务知识。

这些都需要我在以后的工作中多学、多问、多总结，认真加以改进和完善，按照上级行要求及委派会计主管的职权范围，严格履行岗位职责，努力做好分支行交办的各项工作任务。

1、进一步梳理、规范会计基础管理工作，为支行会计管理打下坚实基础。

2、按时做好会计主管日常检查工作，对于工作中存在的问题要做到早发现、早整改。

3、加强人员管理，继续加强柜员培训，结合上级行各项规章制度、操作流程等对柜员开展会计基础培训，进一步提高柜员的工作效率和业务素养，积极为大家创造一个良好的工作氛围。

4、加强柜员的道德风险警示教育，使每一位柜员都紧绷风险这根弦，时刻不松懈，杜绝风险隐患。

**银行营销工作计划及措施篇五**

用心服务，真诚服务，以自己积极的工作态度羸得顾客的信任。

是的，在\_行员工中，柜员是直接面对客户的群体，柜台是展示农行形象的窗口，柜员的日常工作也许是繁忙而单调的，然而面对各类客户，柜员要熟练操作、热忱服务，日复一日，用点点滴滴的周到服务让客户真正体会到\_行人的真诚，感受到在\_行办业务的温馨，这样的工作就是不平凡的，我为自己的岗位而自豪!为此，我要求自己做到：一是掌握过硬的业务本领、时刻不放松业务学习;二是保持良好的职业操守，遵守国家的法律、法规;三是培养和谐的人际关系，与同事之间和睦相处;四是清醒的认识自我、胜不骄、败不馁。

在为客户服务的过程中，我始终坚持“想客户之所求，急客户之所需，排客户之所忧”，为客户提供全方位、周到、便捷、高效的服务，做到操作标准、服务规范、用语礼貌、举止得体，给客户留下了良好的印象，也赢得了客户的信任。实际办理业务时，在保证遵守我行各项。

规章制度。

的前提下，灵活掌握营销方式，为客户提供一定的方便，灵活、适度地为客户提供个性化、快捷的服务。

完美源于认真。在做好柜面优质服务的基础上，我们想方设法为客户提供更加周到的服务。因为，没有挑剔的客户，只有不完美的服务。在日常工作中，我积极刻苦钻研新知识，新业务，理论结合实践，熟练掌握各项服务技能。我从点滴小事做起，在办理业务时，尽量做到快捷、准确、高效，让客户少等、少跑、少问，给客户提供及时、准时、定时、随时的服务。

青年时期是人生最宝贵的时光，因为踌躇满志，精力充沛，因为敢闯敢干，活力四射，因为有太多的梦想和希望!但在我看来，青年的宝贵还在包括不懈的追求与团队的融合，崇高的道德修养，以及坚强的意志，更要耐得住平凡，立足于平凡，淡泊名利，勇于奉献!今天，我们正把如火的青春献给平凡的\_行岗位，\_行正是在这青春的交替中，一步一步向前发展。在她清晰的年轮上，也将深深的烙下我们青春的印记。富兰克林有句。

名言。

：“推动你的事业，不要让你的事业来推动你”。今天我正是为推动我的事业而来，这源于我对人生价值的追求，对金融事业的一份热情。因为我知道作为一名成长中的青年，只有把个人理想与\_行事业的发展有机结合起来，才能充分发挥自己的工作积极性、主动性和创造性，在开创银\_行美好明天的过程中实现自身的人生价值。

一、工作态度方面。

我自参加银行工作以来，一直在各方面严格要求自己，努力地提高自己，以便使自己更快地适应银行的工作环境。通过阅读大量的书籍资料，掌握银行各种业务操作流程，勇于发现问题，在不懂的问题上，虚心向各位前辈请教，学习他们的先进经验和知识，提高自身素质。领导交给的任务总是放在第一位，如基金销售，充分动用社会关系，很好地完成了行里的指标。

二、工作学习方面。

在银行的这5个月里，前四个月是在营业部实习。银行属于服务行业，工作使我每天要面对众多的客户，在营业部充分的体现了这一点，为此，我常常提醒自己“善待别人，便是善待自己”。在这里学到了一部分银行基础业务，比如：人民币汇入汇出、外币rts、同城交换、质押贷款等。让我充分的体会到银行的工作最重要的就是仔细。每一个帐号，每一个小数点对一笔业务起到了关键的作用。在营业部的实习对我以后的工作有很大帮助，打下了坚实的基础。

12月份来到了公司业务部，在领导的安排下，跟从了杨智师傅学习。在这短短的一个月里我学到了很多东西，认识到公司业务部在银行体系中的主导地位。杨师傅为了我以后能独立的完成工作任务，让我学习了公司法、担保法、票据法等一些法律知识，大体掌握了企业网上银行办理、企业贷款、客户信息采集等一些业务的操作流程，并使我能独立完成信贷工作最基础的业务——票据贴现。

营业部和公司业务部最不同的一点就是面对的客户不同，营业部面对的是个人，而公司业务部则是跟企业打交道。邹经理为了让我充分的认识到这一点，开阔眼界，了解更多的客户，早日上岗，带我走访了很多企业，如dpcm、东北特钢、华锐重工、大连船舶燃料供应等。给我印象最深的就是企业领导人的素质都相当高，跟我想象中的完全不一样，这就给我们带来很大的挑战，为了能跟企业高层更好的交流就必须先提高自身的素质，掌握更多、更新、更全面的知识跟企业交流。我们是企业和银行之间的纽带，两者之间的信息交流是通过我们完成的，在平时的工作中了解企业的需求，研究企业的发展方向，掌握企业的资金流，把银行的业务一点点的渗透进企业，让企业了解银行提供的多方面服务，同时给银行带来更多的经济效益，使两者双赢。

新的一年里我为自己制定了新的目标，那就是要加紧学习，更好的充实自己，以饱满的精神状态来迎接新工作的挑战。面对严峻的挑战，加强学习的紧迫感和自觉性。今年会有更多的机会和竞争在等着我，我心里在暗暗的为自己鼓劲。要在竞争中站稳脚步。

1、我行一直提倡的首问责任制、满时点服务、站立服务、三声服务我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款、bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

4、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质客户推广使用网上银行业务。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的钢性，提高约束力。

2、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

3、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

4、切实履行对分理处的业务指导与检查。

5、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理(确保我行开户单位的质量)和上门服务。

6、制定出财务人员工作计划，进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

1、把好进人用人关。银行业听着很美，其实充满竞争和风险，所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工潜能来确定适合的岗位，从而提高员工的积极性。

2、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵，除了参加明年的技术比武更为了提高员工的业务水平。

3、勤做员工的思想工作，关心鼓励员工，强化员工的心理素质。

4、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将员工。

上报人事部门，准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。

5、有计划、有目的地进行岗位轮换，培养每一个员工从单一的操作向混合多能转变。

一、提高认识，明确目标，力求完成保底任务。将储蓄存款的稳定持续增长作为日常工作来抓，紧紧围绕发展中高端客户的经营思路，努力拓展客户规模，优化客户结构，提高重点业务客户渗透率，促进个人客户资产稳定增长，在确保一季末储蓄存款余额的基础上做好稳存增存工作。

二、加大私人银行客户拓展力度，全面落实“一行一季一户”的工作要求。中高端客户竞争是我行确定的20\_\_年四项重点工作之一，对此，要求各支行务必统一思想，高度重视，增强高端客户竞争发展的紧迫感、使命感。一是要认真落实高端客户发展规划，充分运用高端客户维护、拓展专项激励机制和政策，推进全行中高端客户快速发展。二是做好存量客户的服务与维护工作。目前，全行已基本完成存量私人银行客户的签约工作，要求各支行要加强与客户的沟通交流，充分了解客户需求，及时了解产品发行、客户活动等信息，同时还要加大私人银行专属产品配备力度，通过产品稳固客户，防止出现客户资产下降的情况。三是积极捕捉市场信息，抓好私人银行客户的规模扩张。以“煤炭资源整合、上市及拟上市企业高管、中小企业主和私营业主、第三方存管、房地产商”五大板块为重点，实施名单制管理和维护，加大高净值客户拓展力度。

三、全力维护和发展财富客户，努力完成全年目标任务。一是以全行开展的“大学习、大联动、大营销”活动为契机，持续快速推进优质企事业单位代发工资业务发展，带动财富客户数量和资产的增长。二是要深入挖掘存量潜力客户，确定发展目标，努力将其培育发展成我行财富客户和私人银行客户。三是加强前台柜员和客户经理的客户推荐对接工作，采劝接对子”的方式，前台柜员发现的目标客户要及时有效地推荐给客户经理做营销和后续维护，确保客户资源不丢失，不外流。

四、发挥理财产品与储蓄存款的互动作用，实现二者同步协调发展。一是大力营销保本理财产品，将其作为理财产品重中之重进行全力营销，在增加理财产品余额的同时增加储蓄存款余额，实现二者同步发展。二是要提前做好月末、季末和年末到期理财产品的衔接和存款转化工作。三是全力营销理财产品的同时，要积极挖转他行客户和他行资产，稳定本行储蓄存款余额，避免出现此增彼减的情况。

五、充分发挥营销团队的作用，做好客户分层维护工作。一是各支行行长、个金业务分管行长要亲自参与本行私人银行客户、财富客户的维护，定期联系和拜访客户。每季度组织一次有针对性的财富客户定向营销活动，每年组织一次较大规模的营销活动。二是各支行个人客户经理要做好中高端客户的日常维护工作。做好客户大额现金提娶预约服务、泊车、理财规划等方面的安排，确保服务质量;了解客户日常金融需求，与客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。三是建立个人高端客户维护的双线联系、分层维护机制。加强与市分行财富管理岗、私人银行部太原分部的联系，从不同层面上共同维护。

六、认真落实相关激励措施，加强监测通报管理，实行大额资金报告制度。各支行要落实市分行储蓄存款的相关激励措施并加强动态监测，尤其对高端客户、大额资金的流动要责成专人予以关注，行长、分管行长要亲自过问。营业网点柜面遇有大额资金向他行通兑情况，经办行要在办理业务前向开户行通报，开户行要积极进行客户关系维护，确保资金不外流。

**银行营销工作计划及措施篇六**

认真学习\*理论、“三个代表”重要思想和科学发展观，以党的十x大、十x届x中全会精神为指导，贯彻落实市分行xx年工作计划要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越服务创造价值为手段，积极主动为客户搞好服务，千方百计为客户排忧解难，优化本行发展环境，增强工作信心与决心，促进本行各项业务平稳较快发展，提高经济效益。

二、总体目标。

围绕xx年全年理财产品及基金营销计划，重点解决我行服务工作中存在的不足与突出问题，进一步提高我行服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，成为客户满意度和客户首选的银行，从而助推各项理财产品及基金营销业务平稳较快发展，创造良好经济效益。

三、具体工作措施。

1、通过宣传，形成营销活动声势。

我行要利用电子屏、横幅、板报、专栏和资料等进行开展“理财产品及基金营销”活动宣传，形成营销活动声势和竞争氛围，提高全体人员积极参与，争先恐后的热烈气氛，做到优质服务，以优质服务创造优良工作业绩。活动期间，我行在醒目位置统一悬挂有关营销活动宣传标语，银行工作人员披授带佩徽章上岗。窗口单位设立营销活动宣传栏，安排佩戴授带的引导员进行引导服务和讲解，树立窗口单位优质服务良好形象，切实推进营销活动的深入开展。

我行要抓住一切有利时机做好集中营销工作，各网点要在显眼位置摆放新版宣传折页，营造“理财产品及基金营销”就在客户身边的浓厚气氛。网点工作人员要向客户进行业务咨询，积极推介“理财产品及基金”，向客户详细介绍理财产品及基金功能特点和办理要求。同时要加强对存量客户的维护和再营销工作，根据我行实际，合下达的工作计划任务，筛选存量优质客户，进行主动营销。优化流程，强化服务质量，针对存量优质贷款客户，推出有吸引力的服务措施，拓展营销深度，扩大我行业务范围和优质客户群体。

**银行营销工作计划及措施篇七**

本文目录。

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。《xx年。

》由找本站原创首发，机密数据纯属虚构，转载请注明出处。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平。

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

返回目录。

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。《xx年下半年工作计划》由找本站原创首发，机密数据纯属虚构，转载请注明出处。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

**银行营销工作计划及措施篇八**

一、活动主题：“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间：20xx年9月26日-10月31日。

三、活动目的：

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展;同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(vip服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率,切实提升经营业绩。

四、活动内容。

活动主要包括以下内容：

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

1.“金秋营销.自助服务送好礼”

(1)活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值\*元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2)凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值\*元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2.“金秋营销.卡庆双节”

(1)活动期间申请卡免收当年年费。

(2)刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达\*元(含)以上，赠送价值\*元礼品;。

刷卡消费达\*元(含)以上，赠送价值\*元礼品;。

刷卡消费达\*元(含)以上，赠送价值\*元礼品;。

刷卡消费达\*元(含)以上，赠送价值\*元礼品;。

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费\*元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3-4个大型商场、高档宾馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

3.“金秋营销.速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二)“金秋营销.产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销.产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1.营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2.网点柜员统一佩带工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3.活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4.积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

5.切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三)“金秋营销.产品欢乐送”社区活动。

1.扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销.产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

(1)积极拓展速汇通业务。

9月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务;对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性;对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取导地代发工资等批量汇款业务。

**银行营销工作计划及措施篇九**

用心服务，真诚服务，以自己积极的工作态度羸得顾客的信任。

是的，在行员工中，柜员是直接面对客户的群体，柜台是展示农行形象的窗口，柜员的日常工作也许是繁忙而单调的，然而面对各类客户，柜员要熟练操作、热忱服务，日复一日，用点点滴滴的周到服务让客户真正体会到行人的真诚，感受到在行办业务的温馨，这样的工作就是不平凡的，我为自己的岗位而自豪！为此，我要求自己做到：一是掌握过硬的业务本领、时刻不放松业务学习；二是保持良好的职业操守，遵守国家的法律、法规；三是培养和谐的人际关系，与同事之间和睦相处；四是清醒的认识自我、胜不骄、败不馁。

在为客户服务的过程中，我始终坚持“想客户之所求，急客户之所需，排客户之所忧”，为客户提供全方位、周到、便捷、高效的服务，做到操作标准、服务规范、用语礼貌、举止得体，给客户留下了良好的印象，也赢得了客户的信任。实际办理业务时，在保证遵守我行各项。

规章制度。

的前提下，灵活掌握营销方式，为客户提供一定的方便，灵活、适度地为客户提供个性化、快捷的服务。

完美源于认真。在做好柜面优质服务的基础上，我们想方设法为客户提供更加周到的服务。因为，没有挑剔的客户，只有不完美的服务。在日常工作中，我积极刻苦钻研新知识，新业务，理论结合实践，熟练掌握各项服务技能。我从点滴小事做起，在办理业务时，尽量做到快捷、准确、高效，让客户少等、少跑、少问，给客户提供及时、准时、定时、随时的服务。

青年时期是人生最宝贵的时光，因为踌躇满志，精力充沛，因为敢闯敢干，活力四射，因为有太多的梦想和希望！但在我看来，青年的宝贵还在包括不懈的追求与团队的融合，崇高的道德修养，以及坚强的意志，更要耐得住平凡，立足于平凡，淡泊名利，勇于奉献！今天，我们正把如火的青春献给平凡的行岗位，行正是在这青春的交替中，一步一步向前发展。在她清晰的年轮上，也将深深的烙下我们青春的印记。富兰克林有句。

名言。

：“推动你的事业，不要让你的事业来推动你”。今天我正是为推动我的事业而来，这源于我对人生价值的追求，对金融事业的一份热情。因为我知道作为一名成长中的青年，只有把个人理想与行事业的发展有机结合起来，才能充分发挥自己的工作积极性、主动性和创造性，在开创银行美好明天的过程中实现自身的人生价值。

【篇二】。

一、工作态度方面。

我自参加银行工作以来，一直在各方面严格要求自己，努力地提高自己，以便使自己更快地适应银行的工作环境。通过阅读大量的书籍资料，掌握银行各种业务操作流程，勇于发现问题，在不懂的问题上，虚心向各位前辈请教，学习他们的先进经验和知识，提高自身素质。领导交给的任务总是放在第一位，如基金销售，充分动用社会关系，很好地完成了行里的指标。

二、工作学习方面。

在银行的这5个月里，前四个月是在营业部实习。银行属于服务行业，工作使我每天要面对众多的客户，在营业部充分的体现了这一点，为此，我常常提醒自己“善待别人，便是善待自己”。在这里学到了一部分银行基础业务，比如：人民币汇入汇出、外币rts、同城交换、质押贷款等。让我充分的体会到银行的工作最重要的就是仔细。每一个帐号，每一个小数点对一笔业务起到了关键的作用。在营业部的实习对我以后的工作有很大帮助，打下了坚实的基础。

12月份来到了公司业务部，在领导的安排下，跟从了杨智师傅学习。在这短短的一个月里我学到了很多东西，认识到公司业务部在银行体系中的主导地位。杨师傅为了我以后能独立的完成工作任务，让我学习了公司法、担保法、票据法等一些法律知识，大体掌握了企业网上银行办理、企业贷款、客户信息采集等一些业务的操作流程，并使我能独立完成信贷工作最基础的业务——票据贴现。

营业部和公司业务部最不同的一点就是面对的客户不同，营业部面对的是个人，而公司业务部则是跟企业打交道。邹经理为了让我充分的认识到这一点，开阔眼界，了解更多的客户，早日上岗，带我走访了很多企业，如dpcm、东北特钢、华锐重工、大连船舶燃料供应等。给我印象最深的就是企业领导人的素质都相当高，跟我想象中的完全不一样，这就给我们带来很大的挑战，为了能跟企业高层更好的交流就必须先提高自身的素质，掌握更多、更新、更全面的知识跟企业交流。我们是企业和银行之间的纽带，两者之间的信息交流是通过我们完成的，在平时的工作中了解企业的需求，研究企业的发展方向，掌握企业的资金流，把银行的业务一点点的渗透进企业，让企业了解银行提供的多方面服务，同时给银行带来更多的经济效益，使两者双赢。

新的一年里我为自己制定了新的目标，那就是要加紧学习，更好的充实自己，以饱满的精神状态来迎接新工作的挑战。面对严峻的挑战，加强学习的紧迫感和自觉性。今年会有更多的机会和竞争在等着我，我心里在暗暗的为自己鼓劲。要在竞争中站稳脚步。

【篇三】。

1、我行一直提倡的首问责任制、满时点服务、站立服务、三声服务我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款、bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

4、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质客户推广使用网上银行业务。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的钢性，提高约束力。

2、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

3、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

4、切实履行对分理处的业务指导与检查。

5、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理(确保我行开户单位的质量)和上门服务。

6、制定出财务人员工作计划，进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

1、把好进人用人关。银行业听着很美，其实充满竞争和风险，所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工潜能来确定适合的岗位，从而提高员工的积极性。

2、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵，除了参加明年的技术比武更为了提高员工的业务水平。

3、勤做员工的思想工作，关心鼓励员工，强化员工的心理素质。

4、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将员工。

上报人事部门，准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。

5、有计划、有目的地进行岗位轮换，培养每一个员工从单一的操作向混合多能转变。

**银行营销工作计划及措施篇十**

银行柜面营销的第一个注意事项是要发自内心的去为客户着想，要想到在现在电子交易普及的情况下，客户为为什么要来柜台，客户需要解决什么问题，将客户的主要问题快速、高效，令客户满意的解决完后，这时，开始自己的柜面营销较为合适。

第二、要善于总结。根据客户办理的不同业务，开展不同的柜面营销，最好是要有crm系统的支持，由系统筛选出对客户最有用的营销。例如：客户汇款，可能就是手机银行的营销点。

第三、营销话述要简短，客户来柜面，可能只是希望快速办理业务，要将不同的业务营销点进行精炼，争取在15秒内进行精准话述营销，最高的营销静界就是无痕，深入客户需求，打动客户。

第四、不要进行多产品营销，一次只需要营销一种产品，这样，可以给客户较明确的思考空间并且使其他客户的等待时间短，不会产生报怨，要知道，客户来一次庭堂，感觉好，就会再来，不要急功尽利，会适得其反。时间是最好的营销工具，要有耐心，客户在银行有一个业务，我们就会让他在我行有5~6个业务，成为忠实客户。

第五、要有团队精神。一个人的时间有限，专业有限，要判断客户谁服务可能更高效，要快速寻求帮助，客户的感觉会很好。

最后，服务的第一要旨是要客户满意，客户满意，生意就来，我当年做柜员时，客户都主动问我需不需要时点冲存款，没有任何代价，所以，心诚则灵。

柜员能否做到依规照章、高效快捷办理业务，为客户提供满意的服务，其在岗时心情的好坏至关重要。好的心情会让人感觉一切都是美好的，一切都是可以理解的，会让你更智慧地处理临柜遇到的各类事情，更乐观地对待问题。带着快乐的心情临柜，你会与周围同事和来往顾客相处得更融洽，工作更有成效。

那么，怎样才能使自己拥有美的心境和愉悦的心情呢?

首先，学会欣赏自己。人的一生中，人人都有过这样的攀比与感伤，你羡慕我，我羡慕你，而唯独忘记了去羡慕你自己。其实，我们每一个人都可以设想一下，就是当你真的一切情况都很糟糕时，也不要像祥林嫂一样到处诉苦埋怨，那样你只能让别人看不起。想明白了，你能发现自己是最值得自己去羡慕的、夸奖的，哪怕比来比去你真的没有别人好，但是，要记住，金无足赤，人无完人，你要坚信你是最棒的，你是最富有的!多花时间品读一些有品味、有寓意的美文，美化自己的心境，使自己忘了每天大量的琐碎的烦心事，为自己心灵建立一个温馨的驿站，用鲜花编织芬芳的日子，用朝霞编织灿烂的日子…让心放逐，让心飞扬。多与挚友交谈，欣赏他的长处，真诚地赞美他的为人处事能力。悦纳他给你的赞赏，赞赏是有力量的。

其次，学会欣赏大自然。每天一上岗，就要面对着形形色色、性格各异的顾客，面临着莫名的嘲讽和误解的委屈，长期下去就会压抑自己的心情而影响正常工作。抽出时间走出喧杂的城市回归到大自然去，世间万物，各有灵性，到乡间湖畔，林中溪边观赏一些花草虫鱼，利用假期游览一下名山大川、江河湖海，使自己置身于祖国美丽的风景名胜区。为自己心灵搭建一间浪漫、温馨的小屋，用甘冽的山泉灌溉自己的心田，用春风涤荡自己的心胸，用飞鸟的歌声净化自己的心灵。到大自然中感受万物的灵气，陶冶自己的心灵。

再次，学会欣赏自己的工作环境。俗话说，远亲不如近邻。和谐的同事、顾客关系会提高你的威信，增强你的信心，提升你的工作积极性。要学着用积极的眼光看待一切人和事，心里时刻想着领导、同事对你的好，顾客对你的赞扬，用欣赏的眼光看待他人的长处。调节和处理好人际关系，为人处事要有灵活性、敏感性、宽容心和幽默感等，创造和谐的工作环境和良好的生活氛围。积极、主动、热情成就自己美好的人生。如果遭人嫉恨，也很大度;被人算计，也很洒脱;要能做到以德报怨。记住：忍一时风平浪静，退一步海阔天空。你不是傻子，你拥有智慧的人生，你拥有光彩的人生!宽容是会受人尊敬的。

好的心情会使你有个性、有创造力和凝聚力，会拥有良好的人际关系，会在工作中如鱼得水，会密切与顾客的关系，会使你的工作提高效率，会让你的的人生丰富多彩。因此，工作中的柜员，我想对你说：“每天带着快乐的心情上岗!”

作为一名普通的银行柜台员工，有幸被评为两节营销“营销明星”，万分感激。在长期的柜台服务与营销中，我有以下的几点心得体会供大家参考。

一、微笑。

微笑，是自信的一种流露，是无声的语言，传递着友好的信息。柜台是银行的窗口，我们迎接客户时，微笑能拉近我们的距离，为我接下来的服务与营销创造了条件。

二、知识技能。

有一句话说得好：人与人之间的差别其实就是学习能力的差别。由于个人素质、经验、训练程度的差异造成服务水平的高低，所以我们要通过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点和分析适用人群，向客户作个性化的推介，比如向中高端客户推介本外币通知存款、利得盈、信用卡等产品，向普通客户推介本外币一本通、借记卡、代理业务。掌握各项业务的操作规程，提高自身分析和处理问题的能力，提高服务质量，增强客户的满意度和忠诚度，从而留住了客户，赢得客户的信任，为进一步营销打下基础。

三、换位思考，加强沟通。

我们要树立“换位思维”的思想，从客户的角度出发，想客户之所想，急客户之所急，加强沟通。我们要做一个最佳听众，认真倾听客户的需求。从客户的角度出发，适时为客户提出符合客户利益的理财建议，这样才能与客户实现真正的沟通，为客户提供全方位的服务，让客户获得超出期望值的需求。

以上几点需要在平时的工作中日积月累，需要在平时的工作中训练及培养。因为现在的银行已向营销型转化，营销是一个过程，是我们日复一日工作的一个目标。我们柜员只有做好了以上几个环节后，才可以更好的做好服务客户的最后一步。

四、有的放矢，做好差异化营销。

营销中的“二八法则”告诉我们：企业80%的利润是由20%的客户创造的，而80%的其他消费者只创造了20%的利润。如何挖掘优质客户、留住老客户、争取新客户是当务之急。银行有着得天独厚的优越性，它掌握着大量的客户资料，我们可以根据顾客的年龄、性别、职业、收入、文化程度等情况进行市场细分，根据不同顾客的不同需求，提供差异化的便利性服务和支持性服务以达到优质服务的无差异性。

对待高端客户或老客户时，如果你能主动的招呼客户，准确地称呼某先生或某小姐，表示对客户的熟悉，使客户有被重视的感觉，这时再顺势推销新产品，相信有事半功倍的效果。又如，对第一次接触银行的新客户，应主动热情介绍服务品种、方式，适时为客户理财当好参谋，准确快捷地做好每笔业务，给客户留下良好印象。对异所大客户，可以向其介绍理财卡、信用卡、理财产品等，或问其是否住在我行附近，争取做好异所转存工作。当有人开户时，我们应积极介绍借记卡，在为其办理的过程中，适时推荐我行的电子产品，在推荐电子产品时应注意两点：第一，对于新开电子产品的客户，不要一开始只介绍产品的使用方法，因为他们不了解，办理时间有限，他们往往会拒绝。而要让他们对你所推荐的产品产生兴趣，比如上网购物、不用去移动厅交话费、淘宝网等等，给他办完了，再给他介绍怎样使用，或叫来大堂经理给他讲解。电子产品抓一个，办一个。但作为银行的生命线——存款，只能以人为主。我们只能以服务让每一位客户满意，持之以恒的服务好我们的客户，以我们的服务留住客户，已达到留住存款的目的。我们柜台人员还应学会从人群中分辨出那些是异所的优质客户，那些有可能是未来的优质客户。当然做到这些很难，因为无章可循，唯靠多年的工作，用心去发现，才有可能得到一些经验。

以上便是我作为一名柜台人员，通过多年的柜台工作，用心去寻找关于银行柜台营销的一些心得。

**银行营销工作计划及措施篇十一**

为认真贯彻落实“\_”精神，走全面、协调、持续发展之路，树立人才资源是第一资源的理念，进一步提高\_\_分行干部队伍整体素质，根据总行培训规划和分行党委“人才兴行”战略的有关要求，结合我分行实际，特制定如下培训计划。

一、指导思想。

20\_年\_\_分行干部教育培训工作以\_和“\_”重要思想为指导，认真贯彻党的\_和十六届五\_精神，坚持科学的发展观，以全面提高辖区人民银行分支机构整体工作水平为目标，根据履行中央银行职责的需要，在继续加强政治理论、专项业务培训和外语培训的基础上，大力开展岗位任职资格培训，同时进一步更新教育培训观念，完善培训体系，努力建设一支适应新形势需要的学习型、研究型、专家型、务实型、开拓型的干部队伍。

二、工作重点。

(一)结合总行年度培训规划，按照干部管理权限，加大对党员领导干部，特别是中青年领导干部的培训力度，进一步提高各级领导干部的执政能力。

(二)大力开展全员岗位任职资格培训工作，同时根据总行的统一安排，组织好辖内岗位任职资格考试，并做好岗位任职资格考试和中央电大学历套读项目的报名和录取工作。进一步提高工作人员的专业知识水平和履职能力。

(三)完成总行布置的重点业务培训和重点人员培训任务，积极做好参训人员的推荐工作。

(四)加大英语、法律、计算机等方面的培训力度，大力培养高层次、复合型人才。

(五)建立和完善培训与使用相结合的人事激励机制，积极鼓励干部自学成才，充分挖掘干部职工的学习潜力。

三、主要任务。

(一)领导干部培训。

1、举办两期党校主体班。重点培训各中心支行(含北戴河休养院)新提拔处级干部及中青年后备干部，每期50人，主要借助于\_\_市委党校和总行党校的师资力量进行日常教学。同时，根据教学需要，聘请一些其他高等院校的专家、教授或总、分行领导进行相关主题辅导。

2、举办一期处级领导干部培训班。围绕当前政治业务理论重点难点问题，七月在北戴河组织辖内处级干部进行集中学习，聘请专家进行辅导。

3、举办2-3期县支行副职培训班。针对中央银行新业务、宏观经济与货币政策、金融稳定与金融服务、金融会计管理与财务分析、金融法规、金融改革热点问题、领导科学等内容，对辖内县支行副职领导干部进行脱产学习。

(二)岗位任职资格培训。

人民银行系统岗位任职资格考试将从201\_年初开始进行公共科目的考试。各单位可根据总分行制定的岗位任职资格培训考试实施方案，根据职工报考情况，设置各类公共科目和专业科目的培训，通过面授、网络等方式提前开展考前培训辅导工作。

(三)专业技能培训。

1、结合国家会计师、经济师专业技术资格考试，分别举办考前辅导培训。

2、继续利用省会中支培训资源，由各省会中支分别承办一期辖区的业务培训(石家庄中支承办培训、太原中支培训、呼和浩特中支承办支付结算业务培训)。

3、由分行统一组织对20\_\_年新入行人员进行岗前培训。

(四)复合型人才培养。

1、英语强化培训。下半年在南开大学继续举办一期40人左右的英语强化班，培训结束后，组织学员参加全国bft高级考试，进一步激发分行辖区干部学习外语的热情。

3、国际交流项目后备人员选拔。按照总行国际交流项目和涉外培训项目的要求，对分行辖内综合素质和外语水平较高，专业知识过硬的干部进行笔试面试选拔，有计划地推荐后备人员参加总行的国际交流项目。

4、不定期举办大型讲座。在开展基本业务技能培训的同时，结合经济金融发展出现的新形势和重点、难点问题，聘请有关专家在分行机关不定期进行讲座。

四、有关要求。

(一)领导重视，落实到位。

各单位干部培训工作人事部门牵头负责，单位领导要充分重视培训工作，确定专人负责培训工作，树立“培训是干部的福利”的现代培训理念，开展“有计划的培养”，明确培训责任人，积极落实，正确引导，在单位营造积极向上的学习氛围。

(二)培训计划切实可行。

各单位要结合自身特点，制定切实可行的培训计划，并根据不同培训对象、不同专业内容，制定周密详细的教学计划，并严格按计划实施培训。确保培训效果、目标的实现，避免形式化。

(三)建立规范的培训评估体系。

改革以往人事部门单方面开展培训，缺乏对培训效果和手段客观评估的做法，统一定制满意度调查问卷，在各项培训结束之前，向参训人员征求对培训内容、授课质量、培训材料、组织管理等培训要素的满意程度和相关建议，对存在的问题和不足及时加以改进。

(四)严肃培训纪律，强化制约机制。

要杜绝少数干部将培训当作休息机会的看法，加强对参训学员的日常管理，进一步健全和完善学习、考勤、教学、考试等制度，严肃培训纪律，营造积极向上的学习气氛。干部参加各类理论业务培训班结业后，要向本单位人事部门上交书面培训总结和体会。

要将参加培训人员的学习态度和遵纪守规情况与培训考试成绩直接挂钩，对迟到、早退、无故缺课以及违反学习纪律、制度的学员要及时批评教育，情节严重的应通报所在单位。要将各单位对培训工作的重视程度和参培送培情况作为年终人事工作评比的重要内容。通过健全制约机制，使学习培训工作逐步达到规范化、制度化要求，成为广大在职工作人员更新观念、提高素质、促进工作的源泉和动力。

**银行营销工作计划及措施篇十二**

一、提高认识，明确目标，力求完成保底任务。将储蓄存款的稳定持续增长作为日常工作来抓，紧紧围绕发展中高端客户的经营思路，努力拓展客户规模，优化客户结构，提高重点业务客户渗透率，促进个人客户资产稳定增长，在确保一季末储蓄存款余额的基础上做好稳存增存工作。

二、加大私人银行客户拓展力度，全面落实“一行一季一户”的工作要求。中高端客户竞争是我行确定的20xx年四项重点工作之一，对此，要求各支行务必统一思想，高度重视，增强高端客户竞争发展的紧迫感、使命感。一是要认真落实高端客户发展规划，充分运用高端客户维护、拓展专项激励机制和政策，推进全行中高端客户快速发展。二是做好存量客户的服务与维护工作。目前，全行已基本完成存量私人银行客户的签约工作，要求各支行要加强与客户的沟通交流，充分了解客户需求，及时了解产品发行、客户活动等信息，同时还要加大私人银行专属产品配备力度，通过产品稳固客户，防止出现客户资产下降的情况。三是积极捕捉市场信息，抓好私人银行客户的规模扩张。以“煤炭资源整合、上市及拟上市企业高管、中小企业主和私营业主、第三方存管、房地产商”五大板块为重点，实施名单制管理和维护，加大高净值客户拓展力度。

三、全力维护和发展财富客户，努力完成全年目标任务。一是以全行开展的“大学习、大联动、大营销”活动为契机，持续快速推进优质企事业单位代发工资业务发展，带动财富客户数量和资产的增长。二是要深入挖掘存量潜力客户，确定发展目标，努力将其培育发展成我行财富客户和私人银行客户。三是加强前台柜员和客户经理的客户推荐对接工作，采劝接对子”的方式，前台柜员发现的目标客户要及时有效地推荐给客户经理做营销和后续维护，确保客户资源不丢失，不外流。

四、发挥理财产品与储蓄存款的互动作用，实现二者同步协调发展。一是大力营销保本理财产品，将其作为理财产品重中之重进行全力营销，在增加理财产品余额的同时增加储蓄存款余额，实现二者同步发展。二是要提前做好月末、季末和年末到期理财产品的衔接和存款转化工作。三是全力营销理财产品的同时，要积极挖转他行客户和他行资产，稳定本行储蓄存款余额，避免出现此增彼减的情况。

五、充分发挥营销团队的作用，做好客户分层维护工作。一是各支行行长、个金业务分管行长要亲自参与本行私人银行客户、财富客户的维护，定期联系和拜访客户。每季度组织一次有针对性的财富客户定向营销活动，每年组织一次较大规模的营销活动。二是各支行个人客户经理要做好中高端客户的日常维护工作。做好客户大额现金提娶预约服务、泊车、理财规划等方面的安排，确保服务质量;了解客户日常金融需求，与客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。三是建立个人高端客户维护的双线联系、分层维护机制。加强与市分行财富管理岗、私人银行部太原分部的联系，从不同层面上共同维护。

六、认真落实相关激励措施，加强监测通报管理，实行大额资金报告制度。各支行要落实市分行储蓄存款的相关激励措施并加强动态监测，尤其对高端客户、大额资金的流动要责成专人予以关注，行长、分管行长要亲自过问。营业网点柜面遇有大额资金向他行通兑情况，经办行要在办理业务前向开户行通报，开户行要积极进行客户关系维护，确保资金不外流。

**银行营销工作计划及措施篇十三**

今年以来，各商业银行之间的存款竞争日趋白热化，尤其是进入二季度以来，工商银行长治分行储蓄存款呈现持续大幅波动的不稳定态势，稳存增存压力较大。对此，长治分行多措并举，采取有效措施确保下半年实现储蓄存款余额和增量同业占比稳中有升。

一、提高认识，明确目标，力求完成保底任务。将储蓄存款的稳定持续增长作为日常工作来抓，紧紧围绕发展中高端客户的经营思路，努力拓展客户规模，优化客户结构，提高重点业务客户渗透率，促进个人客户资产稳定增长，在确保一季末储蓄存款余额的基础上做好稳存增存工作。

二、加大私人银行客户拓展力度，全面落实“一行一季一户”的工作要求。中高端客户竞争是我行确定的20xx年四项重点工作之一，对此，要求各支行务必统一思想，高度重视，增强高端客户竞争发展的紧迫感、使命感。一是要认真落实高端客户发展规划，充分运用高端客户维护、拓展专项激励机制和政策，推进全行中高端客户快速发展。二是做好存量客户的服务与维护工作。目前，全行已基本完成存量私人银行客户的签约工作，要求各支行要加强与客户的沟通交流，充分了解客户需求，及时了解产品发行、客户活动等信息，同时还要加大私人银行专属产品配备力度，通过产品稳固客户，防止出现客户资产下降的情况。

三是积极捕捉市场信息，抓好私人银行客户的规模扩张。以“煤炭资源整合、上市及拟上市企业高管、中小企业主和私营业主、第三方存管、房地产商”五大板块为重点，实施名单制管理和维护，加大高净值客户拓展力度。

三、全力维护和发展财富客户，努力完成全年目标任务。一是以全行开展的“大学习、大联动、大营销”活动为契机，持续快速推进优质企事业单位代发工资业务发展，带动财富客户数量和资产的增长。二是要深入挖掘存量潜力客户，确定发展目标，努力将其培育发展成我行财富客户和私人银行客户。三是加强前台柜员和客户经理的客户推荐对接工作，采劝接对子”的方式，前台柜员发现的目标客户要及时有效地推荐给客户经理做营销和后续维护，确保客户资源不丢失，不外流。

四、发挥理财产品与储蓄存款的互动作用，实现二者同步协调发展。一是大力营销保本理财产品，将其作为理财产品重中之重进行全力营销，在增加理财产品余额的同时增加储蓄存款余额，实现二者同步发展。二是要提前做好月末、季末和年末到期理财产品的衔接和存款转化工作。三是全力营销理财产品的同时，要积极挖转他行客户和他行资产，稳定本行储蓄存款余额，避免出现此增彼减的情况。

五、充分发挥营销团队的作用，做好客户分层维护工作。一是各支行行长、个金业务分管行长要亲自参与本行私人银行客户、财富客户的维护，定期联系和拜访客户。每季度组织一次有针对性的财富客户定向营销活动，每年组织一次较大规模的营销活动。二是各支行个人客户经理要做好中高端客户的日常维护工作。做好客户大额现金提娶预约服务、泊车、理财规划等方面的安排，确保服务质量;了解客户日常金融需求，与客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。三是建立个人高端客户维护的双线联系、分层维护机制。加强与市分行财富管理岗、私人银行部太原分部的联系，从不同层面上共同维护。

六、认真落实相关激励措施，加强监测通报管理，实行大额资金报告制度。各支行要落实市分行储蓄存款的相关激励措施并加强动态监测，尤其对高端客户、大额资金的流动要责成专人予以关注，行长、分管行长要亲自过问。营业网点柜面遇有大额资金向他行通兑情况，经办行要在办理业务前向开户行通报，开户行要积极进行客户关系维护，确保资金不外流。

【篇二】。

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

××部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。××年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。××年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

【篇三】。

××年，是营业部实施新的绩效考核办法的第二年，也是支行业务发展面临严峻挑战的一年。为此分理处认真总结××年工作基础上，深刻认清当前形势，找准市场脉搏，扬长避短，围绕“提升经营管理水平，加快业务发展”为中心，同心同德，努力实现各项业务健康、快速发展。

一、注重发挥网点优势，抓住发展机遇，推动优势业务快速发展。

储蓄存款是银行的生存之本，也是行长目标考核的重要指标之一。分理处××年储蓄存款时点和日均指标完成的情况比较良好，作为网点的强势指标，明年也必须紧紧抓住储蓄存款业务不松懈，稳扎稳打，促进网点良性发展。××年开门的第一季度是一年的营销旺季，各家银行之间的存款竞争将十分激烈。如何在旺季营销中把握机遇取得胜利，是来年工作的主要任务。分理处存款营销的基本思路是“进得来、稳得住”。

首先，所谓“进得来”，便是要大力发掘存款资源，挖转他行存款和市面流通资金存入我行，使网点处存款快速增长。第一，发动全所员工，积极提供存款营销线索，只要发现有价值的营销线索，客户经理和相关营销人员马上行动，采取多种方式联系客户，争取挖转资金。其次，利用春节资金大量回笼的时机，及时发现和追踪客户的资金流向，将短期游资变成长期存款。再次，充分利用我分理处现有的宣传方式，例如短信营销、宣传标语等传达我所吸收存款的信息，吸引客户主动上门。

其次，“稳得住”，稳得住的关键是将本所的现有存款牢牢留住。一季度是银行挖转存款的旺季，各大银行之间的竞争必定异常激烈，我分理处现有的存款也面临被他行挖转的风险。根据目前的统计数据，一季度我分理处共计有数百万的定期存款将要到期，能否留住这一部分资金对我们至关重要。因此，我们借鉴××年营销的成功经验，采取主动联系即将到期客户、向客户赠送营销礼品等方式，至少稳定该笔资金的50%。

再次，保本理财是存款和理财双向计算的产品，时间短周转快利率高，可以吸引一部分对资金流动性要求较高的客户。柜面和网点营销人员可以加大保本型理财产品的销售，作为存款的有益补充，也可起到推动网点存款增长的目的。

二、结合网点特点，大力拓展商友卡，增加发卡量。以点带面，以卡引存，带动业务全面发展。

分理处地处市区繁华地段，交通便利商户林立，每一家商户都是可挖掘的商友卡潜在客户。以新增商友卡为媒介，可以吸引商户货款增加网点存款，带动中小商户转账pos新增工作，同时还可向商户推销信用卡，一举多得。目前我网点主要跟进的项目是女人城的商友卡商户拓展工作，具体工作从××年11月份开始进行商户摸底宣传，××年是我网点商友卡新增发卡的重要客户群，在来年由网点负责人牵头、客户经理负责进一步加大力度跟进，改变以往业务拓展单一、被动的局面。

三、网点日常经营指标常抓不懈。

在紧锣密鼓的开展存款营销和商友卡拓展的同时，网点的其他日常经营指标也不能松懈。例如重点基金、保险、贵金属销售等等。同时，加强和完善考核激励机制，提升员工的积极性和协调性。通过细分市场，突出业务发展重点，制定具体的工作目标和任务计划，充分利用绩效工资考核方案的有力平台，进一步加大奖惩力度，表扬先进、激励后进，形成各司其职、各尽所能、共同发展的良好氛围，推动业务发展。

四、提升服务水平，规范服务，争创一流的服务网点。

首先、规范服务，根据总行文明服务的要求，做好三声服务，想客户之所想、急客户之所急，从细节上完善服务水品。做强做大网点服务功能，以拓展负债业务、个人业务、中间业务、理财业务为重点，以网点负责人、客户经理、大堂经理为拓展主力，完善vip资料库，整合产品，推行“\*式”的全员营销策略。

其次、加强员工的培训学习，提高综合业务素质。利用班前学习、专题培训、交流学习等营造良好的学习氛围，提高员工的凝聚力和战斗力。

再次、通过借助我行先进的网上银行和自助设备，分流低端客户，减轻柜台压力，进一步优化服务环境。

**银行营销工作计划及措施篇十四**

通过客户资料的收集、分析，找出大客户，实施对大客户的个性化管理，并对其服务进行跟踪，及时改进服务，保持他们的忠诚。

2、拓展信息来源。

应建立多渠道的、便于大客户与银行沟通的信息来源，如销售中心、电话、呼叫中心、电子邮件、web站点、客户座谈会等。

3、大客户的信息收集。

通过上述来源进行信息收集，包含的内容主要有：姓名、性别、年龄、职业、住址、电话、电子邮件等客户个人信息。包括客户的还价能力、关注重点、习惯等购买历史信息。

4、大客户信息分析。

对金额的分析让银行了解每个大客户在周期内投入本经销商产品或服务的花费，这一指标是所有指标的支柱。

1、具有先进经营理念。

2、具有良好财务信誉。

3、销售份额占大部份额的客户。

4、能提供较高毛利的客户。

这些客户是我们要重点关注的对象，也同样是我们要集中精力要服务好的客户。在此我不得不提醒一下，大客户不是一成不变。今年是我们的大客户不代表明年还是我们的大客户，小的客户可以通过扶持让其变成我们的大客户。

另外，大客户对银行的销售额和利润的大小起着决定性的作用。根据美国营销学者赖克海德和萨瑟的理论，一个公司如果将其顾客流失率降低5%，利润就能增加25%至85%。也正如呆伯特法则（80/20法则）所说，20%的大客户为企业带来了80%的利润。所以，从这点来看，大客户已经成为银行、特别是中小银行维持生存和发展的命脉。“得大客户者，得天下”，已是不少银行的共识。

**银行营销工作计划及措施篇十五**

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

201x年，我们的工作还将继续不断的努力下去，相信随着时间的不断的推移，我们还可以做的更好。201x年我们银行营业部将继续不断的努力下去，将我们银行的业绩更大的发展下去，这才是我们要做的。为了国家经济的快速回复，我们必须要做好银行工作，为国家的经济发展做出应有的贡献!立服务”、“三声服务”我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款、bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

4、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质客户推广使用网上银行业务。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的钢性，提高约束力。

2、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理(确保我行开户单位的质量)和上门服务。

3、进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

4、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

5、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

**银行营销工作计划及措施篇十六**

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。《20xx年。

》由找本站原创首发，机密数据纯属虚构，转载请注明出处。

**银行营销工作计划及措施篇十七**

时光飞逝，时间在慢慢推演，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，我们要好好计划今后的工作方法。相信许多人会觉得工作计划很难写吧，下面小编带来的银行下半年营销工作计划大全，希望大家喜欢！

\_\_年对于小企业条线而言是极不平凡的一年，而对于\_\_分行小企业更是时间紧、任务重、机遇与挑战并存的一年。截止\_\_年年末，分行小企业条线总体业务指标全部达标，各项工作扎实推进，开局之年稳健发展。而在继\_\_年3月总行小企业金融部呼和浩特条线会议之后，分行小企业金融部在总行小企业金融部和分行领导的悉心指导和大力支持以及全条线人员的不断努力下，经过一个季度的梳理和转变，在稳步发展的同时也在“管理好、培训好、业绩好”的三项基本原则下取得了一定的成绩，基本实现了分行小企业金融部年初的工作预期，也为小企业金融业务的进一步稳健发展，更好地完成总行小企业、分行领导交给我们的任务夯实了基础。现就\_\_年上半年具本工作及完成情况汇报如下：

（一）总体业务发展迅速并呈上升趋势。

分行小企业金融条线坚持有效发展与风险控制并重的原则，努力开拓市场空间，突出抓好小企业信贷投放，资产规模不断壮大，盈利能力逐步增强。截止\_\_年5月31日，\_\_年上半年累计发放贷款467笔，累计金额12。26亿元，贷款余额960笔，达到18.37亿元，较年初增加153笔，2.98亿元。签发银行承兑票618笔，11.65亿元，吸收保证金存款7.7亿元。

（二）大力开展培训，努力提升分行小企业主力军综合素质。根据总行小企业条线会的工作思想，在人员培训方面，我们坚持运用集中培训、实战培训，以会代训、以查代训等多种方式，按照“五步培训法”，针对条线建设初期，新晋员工数量快速增长的现状，针对性地进行培训。在去年一年的工作中，我们对客户经理进行了形式多样、内容丰富的培训，\_\_分行小企业一方面承担着总行小企业培训基地，先后为固阳惠农村镇银行、兴安盟分行、北京分行、锡盟分行以及乌兰察布分行等各分支机构小企业金融部委培了近30人，为总行减轻了不少的压力；另一方面，进入\_\_年后，\_\_分行小企业金融部培训体系也已经建立并相对成熟，相对应的培训计划也相应制定，从而分层次、全方位的综合培训模式，提高客户经理的综合素质，加强专业技能培训，并为客户经理做职业生涯规划指导。例如，每周二是新晋员工培训，每周四为初级客户经理培训，相同的培训主题针对成长阶段不成的客户经理设定的难易度及强度不一，起到分层次培训的效果。上半年共组织新晋员工及初级客户经理基础知识系列培训各8期，见习客户经理封闭式培训1次，针对后台工作的职责、工作流程及风险防范培训2次、新系统流程及操作办法2次。近半年的培训活动不仅给客户经理及时补充了营养，也在一定程度上扎实了条线员工的基础，提高分行小企业金融部员工的综合素质。

（三）人员招聘工作效果明显，条线人员队伍迅速壮大，为分行小企业的后续发展奠定初步的人员基础。\_\_年初，小企业金融部首先注入23名员工壮大我们的队伍，4月中旬，分行小企业部在总、分行人力资源部的组织下进行现场招聘，新纳入小企业条线55人，先后分两5月中旬及6月中旬两个批次入行。截至5月底，分行小企业共有员工211人，其中正式员工133人，业务覆盖20家团队，同时按照客户经理培训的完成情况基本可以一并覆盖我们拟定设立的10家新团队。与此同时，分行小企业率先在各支行对本年度招聘的新人进行为期三个月的柜面业务学习，三个月期间业务培训完全依照柜面要求进行，包括基础的前台知识及三项基本技能。这样的招聘及培养方式在加快我行小企业员工队伍建设步伐的同时打破了直接上手做业务而对于前台业务知识相对匮乏的缺陷的传统模式，进一步优化人员的素质。

二、工作中存在的问题及解决方法。

根据总行小企业年初工作会对\_\_分行小企业提出的工作要求及6月1日\_\_分行小企业与常行长座谈会，分行小企业亟待解决的问题主要体现在以下几个方面：一是\_\_地区客户储备不足，异地业务占比较大；二是整体发展情况较好，小的“指标”不够完善。这就要求我们在规模做大的）同时，把小的指标提高（如客户经理的“单产”；三是，产品品种单一。在这个问题上，我们一方面灵活使用还款方式，把小企业客户做活，另一方面积极探索信贷工厂，如“循环贷”等模式，实现企业资金的循环可用。同时，在银行承兑汇票业务上，也尽可能的挖掘客户经理的潜能，即使无绩效无奖励也要尽全力深挖客户，为客户提供优质服务，提升小企业员工的综合贡献度。

根据\_\_年度总、分行两级会议的会议精神中对\_\_分行小企业发展的基本要求及指引，围绕\_\_年度小企业表彰会议的召开，结合去年工作和今年的实际情况，\_\_分行小企业金融部从“三化两转变两提升”开展\_\_年的工作。“三化”为管理精细化、业务标准化、客户优质化“两转变”为转变贷后管理意识、转变业务推进原则“两提升”提升团队负责人（中心负责人）管控能力，提升内控经理履职能力。

（一）管理精细化管理精细化，\_\_年一年的管理工作重点放在了机构搭建、制度试行、人员布局等方面，今年的工作重点则转向各项制度的梳理、明确，各岗位人员的履职能力的提升，尤其是团队负责人和中心负责人的管控能力的提升。管理能力的提升是部门整体管理精细化的重中之重，无论是团队负责人还是中心负责人都是信息传递的途径、上传下达的枢纽、管理半径的延伸，因而在管理上必须思路宽，眼界广，找准定位，找对方法，找清渠道，有的放矢的开展管理工作，例如一个团队负责人，首先应该抓管理，强培训、控风险、带队伍，每一部分都要合理安排，使之相互之间融会贯通，各项工作有条不紊，张弛有度。同时沟通能力、协调能力、培训能力、掌控能力以及应变能力都要有一个量的积累和质的飞跃。我们希望通过管理精细化的打造，培养出符合小企业各项发展要求的区域执行经理。

（二）业务流程标准化小企业成立伊始，都在尝试摸索着适合小企业发展，尤其是\_\_小企业发展的方法，总行也在鼓励我们先试先行，由此我们的业务流程、分析技术等方面存在着标准不尽一致的现象，今年我们要趁着ipc专家的东风，依仗培训能力的打造来实现业务流程标准化。在这方面重点强调，后台也就是内控经理的责任重大，前期内控报告的书写为我们的内控建设起到了一定的作用，这项工作我们要作为一项工作内容长期进行下去，因此我们的内控经理必须明确岗位职责，切实做到监督有效、执行有力。

（三）客户优质化在去年金融形式比较复杂，我们蹒跚起步之时，由于各种原因没有做到对市场的细分，对优质客户的界定，今年我们将着力进行优质客户的筛选工作，这里就需要我们的客户经理加速提高综合业务素质，不仅仅是调查分析的能力，还包括对客户的选择问题、对客户的把控能力、和客户的议价能力等等。因此，客户的优质化工作最终是要落在客户经理素质提高这一环节上。因而我们的客户经理要通过培训和自身经验的积累，逐步具备自己的分析、判断能力，对从客户那里获取信息有一个很好的甄别，并可以把握调查节奏，把握调查的主动权，确保调查真实有效。

（四）转变贷后管理意识一方面加强对逾期贷款，特别是5天以内的刚露头的逾期贷款的处理力度，这里要求我们的客户经理一方面必须严格按照总行及分行的贷后管理办法及相关操作实施细则中的相关要求开展工作，保证及时、有效。另一方面，贷后管理中心要强力推动日常贷后管理工作，去年我们在贷后管理工作中要求客户经理转变重放轻管的观念，并培养贷后管理工作的意识和习惯，而今年我们将加大对日常贷后管理力度，一但发现不按要求认真做贷后，或将贷后流于形式，应付检查的客户经理，将取消受理业务的资格，对存在这样情况的团队和支行，取消受理和审批业务的权限。

（五）转变业务推进原则坚持“立足本市、一圈两链，深挖客户”的营销及业务推进原则，我们需要进行这样一个转变，不要一营销业务，就直奔鄂尔多斯等地域，虽然这样见效快、议价能力强，但我们忽视了对\_\_本地市场的挖掘和培育。在截至去年年底的存量中，\_\_分行小企业有近50%的客户为异地客户，所以今年，我们必须逐步转变这种业务推进模式，大力的去营销和调查\_\_地区的客户，同时也牢牢抓住现有\_\_地区存量客户的上下游客户，在\_\_市场占较大份额的基础上，有更多的能力和精力再在去辐射周边地区。

以上是我代表\_\_分行小企业部对\_\_年上半年工作的一个简要汇报，以及对我部下半年工作的设想，请领导指正。

上半年，\_\_银行全体员工在总部年初工作会议精神的指引下，紧紧围绕巩固、完善、改革、发展的工作方针，以双五战略为目标，结合东北老工业基地的振兴，鼓足干劲、同心协力，克服不利因素，继续发扬艰苦创业精神，以诚实守信、创新务实为座右铭，不断拓展新的业务领域，开辟广阔的生存空间。

今年下半年的工作要从以下几个方面考虑和安排：

一、适应新形势和股份制银行的要求，真正学会在严密的风险控制基础上谋求有效发展，绝不能重复以前粗放的发展。

经过几年的思想准备、组织准备、体制准备，就是为了今后能真正取得长效发展。我们要学会适应、驾驭和运用这个新的体制，高度防范风险，而不是试图去突破体制。所以下半年我们要谋求有效的发展，学会在严密风险控制下走向市场。在当前宏观调控的形势下，不少大企业有一些困难，我们看准了企业，选准时机介入就有营销机会。营销上要突破旧的信贷文化，学会抓客户、抓结算、抓产品营销，学会经营客户。

二、深入推进安全运行年工作。

今年提出要实现安全运行，涉及到治理整顿、机构改革等方方面面的工作。下半年还要继续落实推进，一定要确保安全运行。

三、积极配合总行做好重组改制工作。

要落实重组分立工作有关财务重组、剥离后账务处理、机构撤并、财务计划等组织和推进工作。公告期后，我们要抓紧时间着手完成机构撤并计划、调整结构优化方向。为此，各分支行要按照总行的要求，加强组织，明确责任进行工作布置。各二级分支行要实行一把手负责制，从关键环节入手，制定多层次的应急预案，特别要考虑最复杂情况下的应急措施；各级行领导要实行轮流值班制度，非经领导小组批准，不得离开本职岗位。同时，要确保应急机制和信息渠道畅通，建立严格的工作检查和问责制度。

各分支行在分立公告期间要密切关注：资金备付和现金供应、安全防范和案件防查工作、电子产品和系统运行情况和当地媒体报道，严格遵守答疑纪律，在这个敏感的阶段，要确保万无一失，不能松懈，不能出大的问题。

四、继续推进员工培训年工作。

要抓好干部队伍以及员工队伍的培训，进一步提高管理水平与队伍素质，特别要加强对基层网点负责人的培训和指导，使其迅速转变观念，实现各项业务的健康发展。

五、做好dcc上线的各项准备工作。

一是做好业务测试；二是重视网点员工培训；三是制定周密完备的应急预案。

六、配合银监局做好三项检查，及时落实整改。

银监局拟于7月份进驻我分行开展三项检查，包括票据、新增贷款质量和内控状态检查。我们狠抓内控工作将近一年了，实际上检查也是一次全面检验。票据检查的具体被检单位一定要落实，通知到人。被检单位要先抓紧清理，票据中心也要赶紧布置，及时纠正问题。另外审计中查处的问题，该整改的要整改，该调整的要调整，该解决的要解决。

七、关注分立公告后员工的思想工作。

股改分立公告后，从社会外界看基本平静，没有影响客户的利益，市场反应不大。倒是我们内部员工有一些思想顾虑。希望各分支行行长、部门老总密切关注员工负面的情绪苗头。有的人可能会急得不得了，有的人会想不通，有的人接受了错误的信号，什么情况都会有。比如老干部可能对集团和股份之间的关系不很清楚。总的来讲要给大家一个信心，要明确在股改过程当中，肯定会和现有的利益格局不同，但只会越来越好。人员问题不会有很大变化。

八、做好跨年度的战略性工作安排。

这两年我一直关注战略性投放问题，有些行进行了网点改造，有些行业务作了新的拓展。作为二级分支行的行长，要有点战略眼光，尽管考核体制中有些问题对当期会有影响，我们觉得有点压力，但必须要承担跨年度的战略性投放。一个单位、部门领导任期总是有限的，在哪个位置、地方干都不可能干一辈子，财产也不是个人的，但一个有素质的银行领导干部掌握这么大的资源，基本的职业精神、职业道德和基本价值观都体现在战略眼光上。

我们做银行业务不能象农民一样，肚子饿了，先把谷子吃了、卖了，连种粮也不留，明年再说。我们做银行，不能寅吃卯粮，这是素质问题！战略性投放问题决不能忽视，跨年度的财务安排要多考虑，不能放弃。

一、提升内部管理水平，加强企业文化建设。

1、加强内控管理。我行的各岗位人员基本已配置到位，必须严格执行各项规章制度的监督落实，实行一级抓一级、层层抓落实、责任到人的管理体制，严格把好各项业务环节的风险关，加强制度的执行力建设，进一步提升员工的风险防范意识，确保全年内控综合评价维持一类行的目标。

2、提升服务素质。我行员工的服务素质与同行相比，确实存在一定的差距，这主要表现在服务态度生硬、欠缺主动和专业水平等。为此，我们将加强评价监督和培训学习等。对于多次被客户评价服务态度差的员工，将被列为劳动合同到期停止续签对象。

3、加强和完善考核激励机制，提升员工的积极性和协调性。我行将通过细分市场，突出业务发展重点，制定具体的工作目标和任务计划，充分利用绩效工资考核方案的有力平台，进一步加大奖惩力度，表扬先进、激励后进，形成各司其职、各尽所能、共同发展的良好氛围，推动业务发展。

4、增强企业活力，建设团结、和谐大家庭。充分发挥妇联、团支部的带动作用，多组织集体活动，为员工解压，在工作中多聆听员工心声，切实帮助员工解决困难，让员工愉快工作，增强他们对我行的归属感。

二、完善和强化服务功能，加快业务发展。

我们将注重发挥自身优势，通过细分业务发展重点、整合产品，合理规划和部署客户部、营业网点的`工作目标，继续以客户部作为市场拓展的先锋部队，做强做大网点服务功能，形成目标明确、分工协调、相互支持、上下联动的业务开展模式，全面提升我行的市场竞争力。

（一）客户部。

必须加强与营业网点的沟通联系，细分客户部服务功能，细分对公组、国际组、个人组的岗位职责，明确其拓展资产业务外，更要加快负债业务、中间业务、理财业务等全面发展，改变以往业务拓展单一、被动的局面。

（二）营业网点。

1、规范服务，做强做大网点服务功能，以拓展负债业务、个人业务、中间业务、理财业务为重点，以网点负责人、驻点客户经理、大堂经理为拓展主力，完善vip资料库，整合产品，推行“捆绑式”的全员营销策略。

2、通过借助我行先进的网上银行和自助设备，分流低端客户，减轻柜台压力，进一步优化服务环境和客户结构。

3、继续加大以发工资业务为手段，有效推动我行银行卡业务、中间业务的快速发展。

4、加强员工的培训学习，提高综合业务素质。我们将通过培养自己的师资队伍，利用班前学习、专题培训、交流学习等营造良好的学习氛围。

三、加强员工队伍建设，提高整体战斗力。

1、加强领导班子建设，提高执行力。领导班子的工作决定了整个队伍建设的成败，我们将明确分工，充分发挥各成员的智慧和能动性，提高执行力，开创性地开展工作。

2、加强党建工作，发挥党员的先锋模范作用。我行党员人数比例大，但党员的先锋模范作用还没有充分发挥出来，我们将充分利用各个岗位中党员的作用，实现操作规范、风险可控、服务优质、效益显著的目标。

3、以创建青年文明号为契机，充分调动广大青年员工的积极性。团支部制定了详细的工作计划，包括青年员工的培训学习、业务竞赛、上企业开展业务宣传、组织员工的业余活动等，引导青年员工树立正确的就业观念和职业道德，提高我行的凝聚力和战斗力。

大家好！在各级行的高度重视、正确领导和大力支持下，在各位同事的配合下，一年来，我能紧紧围绕省行24项履职要求，着重在业务经营、窗口建设、基础管理和财务核算上下功夫，团结和带领全体同仁恪尽职守、努力工作，圆满完成了全年各项工作任务。现将一年来本人的主要履职情况向大家汇报如下：

一、认真贯彻落实会计基础管理会议精神狠抓会计内控建设。

作为副行长兼会计主管，我的压力很大。为从根本上解决困扰我行的基础管理较差，内部控制力弱的的问题，我行于年初召开了高规格的会计基础管理工作会议。认真查找了我行会计基础管理方面存在的问题，深入分析了问题存在的原因，提出、制定了提高我行会计内控管理水平的具体措施。作为会计出纳部的负责人，我把贯彻落实会计基础管理工作会议精神作为首要任务和履职工作的切入点，并从以下几个方面开展了工作：

1、以抓《中国农业发展银行会计内控管理尽职指引》和在年初会计基础管理工作会议上签订的责任书的落实为契机，把各部室的负责人、临柜柜员、内勤主任、监管员以及办公室等相关职能部门纳入会计内控管理组织体系，大家各司其职、齐抓共管、相互制约、相互监督、一体考核，让会计内控管理关系更清晰，内控管理层次得到显著提升。

2、坚持按月组织开展监管检查工作，促进会计内控管理水平逐步提高。会计监管是内控管理的重要组成部分和操作风险的重要防线。尽管面临各种各样的困难，我还是坚持按计划、按程序每月对营业部进行一次认真细致的检查。做到每次检查都有方案、有通知、有记录、有整改、对责任人有处理。从已经结束前十个月的检查监管情况来看，累计查出问题37个次，绝大部分问题得到整改或改善，处理或建议处理责任人2人次，其中扣发考核性工资4人次，扣款金额400元。我始终把实质重于形式作为监管的重要原则，通过持续、认真细致的监管，我行的会计内控管理水平有了明显的进步。

3、坚持突击轮岗带班制度，充分发挥会计监控系统的监督作用。一是能促使各岗都能熟悉掌握不同岗位的业务操作，提高操作技能，另一方面让柜员自己互查，在离岗交接时显现隐性问题，创新防范风险的手段。我每月会不定期突击要求员工临时休假，然后自己临柜代班。今年来我已经累计代班23天，涉及柜面所有岗位。通过岗位轮换和全日制代班，已发现纠正涉及印鉴管理、借据管理、账簿记载、档案归档等方面共12处问题。通过调看监控录像观察临柜人员的操作程序是否合规，每周调看监控工作的加强和持续，直接促进了我行临柜人员工作效率的提高，规避了操作风险，更重要的是对会计人员产生了一种持续、强大的监督和威慑作用。

4、注重提高副行长兼会计主管的业务素质和履职能力。副行长兼会计主管履职到位与否，是会计内控好坏的关键一环。一年来，我认真履行副行长兼会计主管职责，加强业务学习，分析内控形式，学习新的文件精神，研究解决管理中存在的实际问题。以会带训，不断提高副行长兼会计主管的履职能力。

二、履行岗位职责积极参与全行经营管理。

1.一年来，我能积极参与全行内部管理和业务经营活动，自觉维护班子团结，协定“四优”党员争创计划。

2.做好全行财务状况分析调研及经营利润测算，分析将会影响到全行经营目标任务完成的因素，向行长提出自己的看法和建议，为全行经营献计献策。

3.是积极参与全行业务营销。截止10月末，我行存款日均余额\_\_万元、中间业务收入\_\_万元，比同期分别上升27%、39.2%，国际业务更是取得历史性突破，存款余额达到了25万美元，提前完成全年任务。

三、加强队伍建设创建文明规范窗口。

今年以来，我一直将内塑队伍素质，外树窗口形象，创建行业品牌作为重点工作来抓，主要表现为：

1、是建立奖惩制度，树立积极的农发行新风。

开展创建行业品牌活动以来，我明确了考核标准和落实检查监督措施，形成严格的奖罚制度。创新出台《营业窗口文明服务规范考核办法》，设立“周服务之星”、“月文明之星”、“季规范之星”、“业务精英奖”等，对客户口碑好、业务技能强、服务质量高的员工进行特别奖励。

2、是发挥窗口作用，全员倡导职业文明。

在窗口环境建设上切实做到“形象统一规范”、“设备使用正常”、“环境整洁宜人”、“服务设施到位”、“宣传醒目规范”；在礼仪形象中严格执行“着装统一规范”、“形象整洁大方”、“行动文明得体”；要求员工贯彻执行“三好一提高”，即：服务好、态度好、业务好，提高办事效率的服务宗旨，还要做到“六声”，即：来有迎声、去有转自送声、咨询有答声、求助有请声、不足有歉声、合作有谢声；做好“五心”，即：服务态度要“热心”、接待客户要“诚心”、言谈举止要“虚心”、宣传解释要“耐心”、关心他人要“真心”的服务承诺，切实将职业文明落到实处。

3、是严格执行晨会制度，保证各项工作的出色完成。

为了更好地鼓舞士气，我要求柜面每日的晨会不得低于20分钟，把它当成是柜面工作信息流转、增进团结、提高工作效率和效益的一个平台。上级的各类会议精神及业务更新在晨会上进行传达，上一日的工作情况在晨会上进行及时点评，最新的业务知识和工作经验在晨会上进行学习和交流，每日工作成绩和成功服务事例也在晨会中进行分享，从而充分调动全体员工的工作积极性、主动性和创造性，顺利并高效地完成每天的各项工作。

4、是坚持业务技能培训。

在业务技能培训方面我努力三管齐下：

1、抓规章制度学习。

制订详实的学习计划，资料人手一份，晨会时间轮流领学、工作闲暇时间自学；每周五集中学、指定内容讨论学；不仅组织大家学，更要求自己先学，确保在一起学时能起讲解辅导的作用；不仅学习传达最新文件要求，还对执行不到位的文件进行温故以知新。

2、抓岗位实战训练。

储备积累了业务理论知识，光纸上谈兵是不行的，总得有实战演练才行。平时要求各岗人员在业务操作中严格遵照操作规程办事，以老带新，互相监督，互相提醒，注重细节，注重总结。

3、抓季度测试评。

6月17日，齐商银行召开20\_\_年半年工作会议，在全面总结上半年工作情况的基础上，认真细致地研究部署下半年工作思路和具体措施。齐商银行党委书记、董事长杲传勇在讲话中，着重对今后如何切实做好不良资产清收压降、严密防控经营风险、不断提高核心竞争力以及全行作风效能建设等，提出了具体要求，明确提出了全行下半年着重抓好的工作重点、工作措施和战略部署。谈到如何切实抓好下半年工作时，杲传勇强调指出：

第一，要高度重视全行不良资产的清收压降工作，切实防范和控制风险。重点突出三个方面的工作着力点：

1、着力做好大额贷款的清收工作。下半年要对大额贷款进行一次再检查、再清理，逐户、逐笔摸清情况，制定压缩计划，落实压缩措施，明确落实责任，逐户、逐笔制定清收保全的方案和措施。

2、着力狠抓责任贷款的清收工作。要按照责任到位、整改到位的原则，深化责任追究机制，加大责任贷款的清收力度。

3、着力狠抓抵债资产的处置工作。不良贷款清收要以现金清收为主，抵债资产要以变现为主，处置过程中要加快变现速度、减少费用支出，促进清收盘活工作再上新台阶。

第二，要高度重视全行的核心竞争力建设，切实完善科学合理的综合考核体系。

下一步要结合全行改革发展的总体任务，继续补充完善薪酬管理体系，充分体现以下几个原则：一要充分体现责权利相结合的原则，重新规划我行的薪酬管理体系。要坚持以岗定薪、以能定资、以绩定奖、岗变薪变的基本原则，认真落实银监会《商业银行稳健薪酬监管指引》的要求，制定有利于本行战略目标实施和竞争力提升与人才培养、风险控制相适应的薪酬机制，充分调动管理者和一线员工的积极性，引导全员模范履职尽责，不断提高业绩水平和工作能力，促进全行经营效益的提高和整体竞争力的增强。二要充分体现多劳多得的劳动报酬分配以及奖勤罚懒的原则。健全完善定性、定量的指标体系，让干事创业者得实惠，做出贡献者得奖励，造成风险者受处罚，真正建立起多劳多得、优胜劣汰机制，让每个员工最大限度地发挥作用和潜能，在实现个人价值的同时为企业创造价值。三要充分体现多种方式、多种渠道相结合的多重激励原则。要切实抓好年初我们提到的为员工办好五件实事的落实，开辟多条职业发展通道。从下半年开始，启动全行人才培养核心工程，达到三个一百的目标：培养储备100名优秀管理人才、100名优秀客户经理和100名技术业务骨干，使我行切实增加人才储备，在竞争中不断发展壮大，并使每位员工从做大的蛋糕中得到应有的回报，实现自己的价值。

第三，要高度重视全行的作风效能建设，切实增强事业心和责任感。

要围绕严、细、实的工作要求，突出抓好以下几个方面：一是教育引导全员大力弘扬求真务实、真抓实干的优良作风。领导干部要坚持深入实际、深入群众，开展调查研究，认真解决基层员工最关心、最直接、最现实的利益问题，让广大基层员工得到实惠。广大员工要依法操作，合规履职，埋头苦干，模范尽职，把岗位责任与全行的发展紧密结合起来。二是大力增强干事创业的事业心和责任感，切实提高执行力和落实力。一把手要切实履行好一岗双责，组织实施好各项决策，切实提高本职工作效能，要以高度的事业心和责任感投入到工作中，坚持以人为本，抓好班子、带好队伍，敢于担当，勇于负责。三是大力弘扬三种精神，引导全员全身心投入齐商银行的发展事业。大力弘扬艰苦奋斗精神，牢记两个务必，崇尚节俭，厉行节约，把资金更多地用在民生上、用在发展上；大力弘扬开拓创新精神，在管理和发展中敢于大胆地试、大胆地闯、大胆地干；大力弘扬身先士卒精神，发挥各级干部的影响力和示范作用，在规章落实、纪律执行、行为检查和责任追究等各方面，都要以身作则，率先垂范，提高依法合规意识，维护制度的严肃性。四是大力提高五种能力，不断增强党员干部的综合素质。一是政治鉴别能力。二是开拓创新能力。三是决策判断能力。四是灵活应变能力。五是驾驭控制能力。在纷繁复杂的工作中，牢牢把握和控制局面，为全行的创新发展做出贡献。

**银行营销工作计划及措施篇十八**

下面是工作计划网小编为大家带来的银行营销下半年工作计划范文，欢迎大家阅读，更多精彩范文请关注工作计划网。

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。xx年年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。xx年年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务.

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势.

加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的.市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平。

加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平。

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

**银行营销工作计划及措施篇十九**

认真做好人事劳资工作一是加强考勤管理，规范考勤制度，实行考勤月报按时上报，在严格落实考勤责任制度的同时，进一步完善请假制度的管理，下面小编带来的银行下半年营销工作计划范文，希望大家喜欢！

\_\_年对于小企业条线而言是极不平凡的一年，而对于\_\_分行小企业更是时间紧、任务重、机遇与挑战并存的一年。截止\_\_年年末，分行小企业条线总体业务指标全部达标，各项工作扎实推进，开局之年稳健发展。而在继\_\_年3月总行小企业金融部呼和浩特条线会议之后，分行小企业金融部在总行小企业金融部和分行领导的悉心指导和大力支持以及全条线人员的不断努力下，经过一个季度的梳理和转变，在稳步发展的同时也在“管理好、培训好、业绩好”的三项基本原则下取得了一定的成绩，基本实现了分行小企业金融部年初的工作预期，也为小企业金融业务的进一步稳健发展，更好地完成总行小企业、分行领导交给我们的任务夯实了基础。现就\_\_年上半年具本工作及完成情况汇报如下：

（一）总体业务发展迅速并呈上升趋势。

分行小企业金融条线坚持有效发展与风险控制并重的原则，努力开拓市场空间，突出抓好小企业信贷投放，资产规模不断壮大，盈利能力逐步增强。截止\_\_年5月31日，\_\_年上半年累计发放贷款467笔，累计金额12。26亿元，贷款余额960笔，达到18.37亿元，较年初增加153笔，2.98亿元。签发银行承兑票618笔，11.65亿元，吸收保证金存款7.7亿元。

（二）大力开展培训，努力提升分行小企业主力军综合素质。根据总行小企业条线会的工作思想，在人员培训方面，我们坚持运用集中培训、实战培训，以会代训、以查代训等多种方式，按照“五步培训法”，针对条线建设初期，新晋员工数量快速增长的现状，针对性地进行培训。在去年一年的工作中，我们对客户经理进行了形式多样、内容丰富的培训，\_\_分行小企业一方面承担着总行小企业培训基地，先后为固阳惠农村镇银行、兴安盟分行、北京分行、锡盟分行以及乌兰察布分行等各分支机构小企业金融部委培了近30人，为总行减轻了不少的压力；另一方面，进入\_\_年后，\_\_分行小企业金融部培训体系也已经建立并相对成熟，相对应的培训计划也相应制定，从而分层次、全方位的综合培训模式，提高客户经理的综合素质，加强专业技能培训，并为客户经理做职业生涯规划指导。例如，每周二是新晋员工培训，每周四为初级客户经理培训，相同的培训主题针对成长阶段不成的客户经理设定的难易度及强度不一，起到分层次培训的效果。上半年共组织新晋员工及初级客户经理基础知识系列培训各8期，见习客户经理封闭式培训1次，针对后台工作的职责、工作流程及风险防范培训2次、新系统流程及操作办法2次。近半年的培训活动不仅给客户经理及时补充了营养，也在一定程度上扎实了条线员工的基础，提高分行小企业金融部员工的综合素质。

（三）人员招聘工作效果明显，条线人员队伍迅速壮大，为分行小企业的后续发展奠定初步的人员基础。\_\_年初，小企业金融部首先注入23名员工壮大我们的队伍，4月中旬，分行小企业部在总、分行人力资源部的组织下进行现场招聘，新纳入小企业条线55人，先后分两5月中旬及6月中旬两个批次入行。截至5月底，分行小企业共有员工211人，其中正式员工133人，业务覆盖20家团队，同时按照客户经理培训的完成情况基本可以一并覆盖我们拟定设立的10家新团队。与此同时，分行小企业率先在各支行对本年度招聘的新人进行为期三个月的柜面业务学习，三个月期间业务培训完全依照柜面要求进行，包括基础的前台知识及三项基本技能。这样的招聘及培养方式在加快我行小企业员工队伍建设步伐的同时打破了直接上手做业务而对于前台业务知识相对匮乏的缺陷的传统模式，进一步优化人员的素质。

二、工作中存在的问题及解决方法。

根据总行小企业年初工作会对\_\_分行小企业提出的工作要求及6月1日\_\_分行小企业与常行长座谈会，分行小企业亟待解决的问题主要体现在以下几个方面：一是\_\_地区客户储备不足，异地业务占比较大；二是整体发展情况较好，小的“指标”不够完善。这就要求我们在规模做大的）同时，把小的指标提高（如客户经理的“单产”；三是，产品品种单一。在这个问题上，我们一方面灵活使用还款方式，把小企业客户做活，另一方面积极探索信贷工厂，如“循环贷”等模式，实现企业资金的循环可用。同时，在银行承兑汇票业务上，也尽可能的挖掘客户经理的潜能，即使无绩效无奖励也要尽全力深挖客户，为客户提供优质服务，提升小企业员工的综合贡献度。

根据\_\_年度总、分行两级会议的会议精神中对\_\_分行小企业发展的基本要求及指引，围绕\_\_年度小企业表彰会议的召开，结合去年工作和今年的实际情况，\_\_分行小企业金融部从“三化两转变两提升”开展\_\_年的工作。“三化”为管理精细化、业务标准化、客户优质化“两转变”为转变贷后管理意识、转变业务推进原则“两提升”提升团队负责人（中心负责人）管控能力，提升内控经理履职能力。

（一）管理精细化管理精细化，\_\_年一年的管理工作重点放在了机构搭建、制度试行、人员布局等方面，今年的工作重点则转向各项制度的梳理、明确，各岗位人员的履职能力的提升，尤其是团队负责人和中心负责人的管控能力的提升。管理能力的提升是部门整体管理精细化的重中之重，无论是团队负责人还是中心负责人都是信息传递的途径、上传下达的枢纽、管理半径的延伸，因而在管理上必须思路宽，眼界广，找准定位，找对方法，找清渠道，有的放矢的开展管理工作，例如一个团队负责人，首先应该抓管理，强培训、控风险、带队伍，每一部分都要合理安排，使之相互之间融会贯通，各项工作有条不紊，张弛有度。同时沟通能力、协调能力、培训能力、掌控能力以及应变能力都要有一个量的积累和质的飞跃。我们希望通过管理精细化的打造，培养出符合小企业各项发展要求的区域执行经理。

（二）业务流程标准化小企业成立伊始，都在尝试摸索着适合小企业发展，尤其是\_\_小企业发展的方法，总行也在鼓励我们先试先行，由此我们的业务流程、分析技术等方面存在着标准不尽一致的现象，今年我们要趁着ipc专家的东风，依仗培训能力的打造来实现业务流程标准化。在这方面重点强调，后台也就是内控经理的责任重大，前期内控报告的书写为我们的内控建设起到了一定的作用，这项工作我们要作为一项工作内容长期进行下去，因此我们的内控经理必须明确岗位职责，切实做到监督有效、执行有力。

（三）客户优质化在去年金融形式比较复杂，我们蹒跚起步之时，由于各种原因没有做到对市场的细分，对优质客户的界定，今年我们将着力进行优质客户的筛选工作，这里就需要我们的客户经理加速提高综合业务素质，不仅仅是调查分析的能力，还包括对客户的选择问题、对客户的把控能力、和客户的议价能力等等。因此，客户的优质化工作最终是要落在客户经理素质提高这一环节上。因而我们的客户经理要通过培训和自身经验的积累，逐步具备自己的分析、判断能力，对从客户那里获取信息有一个很好的甄别，并可以把握调查节奏，把握调查的主动权，确保调查真实有效。

（四）转变贷后管理意识一方面加强对逾期贷款，特别是5天以内的刚露头的逾期贷款的处理力度，这里要求我们的客户经理一方面必须严格按照总行及分行的贷后管理办法及相关操作实施细则中的相关要求开展工作，保证及时、有效。另一方面，贷后管理中心要强力推动日常贷后管理工作，去年我们在贷后管理工作中要求客户经理转变重放轻管的观念，并培养贷后管理工作的意识和习惯，而今年我们将加大对日常贷后管理力度，一但发现不按要求认真做贷后，或将贷后流于形式，应付检查的客户经理，将取消受理业务的资格，对存在这样情况的团队和支行，取消受理和审批业务的权限。

（五）转变业务推进原则坚持“立足本市、一圈两链，深挖客户”的营销及业务推进原则，我们需要进行这样一个转变，不要一营销业务，就直奔鄂尔多斯等地域，虽然这样见效快、议价能力强，但我们忽视了对\_\_本地市场的挖掘和培育。在截至去年年底的存量中，\_\_分行小企业有近50%的客户为异地客户，所以今年，我们必须逐步转变这种业务推进模式，大力的去营销和调查\_\_地区的客户，同时也牢牢抓住现有\_\_地区存量客户的上下游客户，在\_\_市场占较大份额的基础上，有更多的能力和精力再在去辐射周边地区。

以上是我代表\_\_分行小企业部对\_\_年上半年工作的一个简要汇报，以及对我部下半年工作的设想，请领导指正。

上半年，\_\_银行全体员工在总部年初工作会议精神的指引下，紧紧围绕巩固、完善、改革、发展的工作方针，以双五战略为目标，结合东北老工业基地的振兴，鼓足干劲、同心协力，克服不利因素，继续发扬艰苦创业精神，以诚实守信、创新务实为座右铭，不断拓展新的业务领域，开辟广阔的生存空间。

今年下半年的工作要从以下几个方面考虑和安排：

一、适应新形势和股份制银行的要求，真正学会在严密的风险控制基础上谋求有效发展，绝不能重复以前粗放的发展。

经过几年的思想准备、组织准备、体制准备，就是为了今后能真正取得长效发展。我们要学会适应、驾驭和运用这个新的体制，高度防范风险，而不是试图去突破体制。所以下半年我们要谋求有效的发展，学会在严密风险控制下走向市场。在当前宏观调控的形势下，不少大企业有一些困难，我们看准了企业，选准时机介入就有营销机会。营销上要突破旧的信贷文化，学会抓客户、抓结算、抓产品营销，学会经营客户。

二、深入推进安全运行年工作。

今年提出要实现安全运行，涉及到治理整顿、机构改革等方方面面的工作。下半年还要继续落实推进，一定要确保安全运行。

三、积极配合总行做好重组改制工作。

要落实重组分立工作有关财务重组、剥离后账务处理、机构撤并、财务计划等组织和推进工作。公告期后，我们要抓紧时间着手完成机构撤并计划、调整结构优化方向。为此，各分支行要按照总行的要求，加强组织，明确责任进行工作布置。各二级分支行要实行一把手负责制，从关键环节入手，制定多层次的应急预案，特别要考虑最复杂情况下的应急措施；各级行领导要实行轮流值班制度，非经领导小组批准，不得离开本职岗位。同时，要确保应急机制和信息渠道畅通，建立严格的工作检查和问责制度。

各分支行在分立公告期间要密切关注：资金备付和现金供应、安全防范和案件防查工作、电子产品和系统运行情况和当地媒体报道，严格遵守答疑纪律，在这个敏感的阶段，要确保万无一失，不能松懈，不能出大的问题。

四、继续推进员工培训年工作。

要抓好干部队伍以及员工队伍的培训，进一步提高管理水平与队伍素质，特别要加强对基层网点负责人的培训和指导，使其迅速转变观念，实现各项业务的健康发展。

五、做好dcc上线的各项准备工作。

一是做好业务测试；二是重视网点员工培训；三是制定周密完备的应急预案。

六、配合银监局做好三项检查，及时落实整改。

银监局拟于7月份进驻我分行开展三项检查，包括票据、新增贷款质量和内控状态检查。我们狠抓内控工作将近一年了，实际上检查也是一次全面检验。票据检查的具体被检单位一定要落实，通知到人。被检单位要先抓紧清理，票据中心也要赶紧布置，及时纠正问题。另外审计中查处的问题，该整改的要整改，该调整的要调整，该解决的要解决。

七、关注分立公告后员工的思想工作。

股改分立公告后，从社会外界看基本平静，没有影响客户的利益，市场反应不大。倒是我们内部员工有一些思想顾虑。希望各分支行行长、部门老总密切关注员工负面的情绪苗头。有的人可能会急得不得了，有的人会想不通，有的人接受了错误的信号，什么情况都会有。比如老干部可能对集团和股份之间的关系不很清楚。总的来讲要给大家一个信心，要明确在股改过程当中，肯定会和现有的利益格局不同，但只会越来越好。人员问题不会有很大变化。

八、做好跨年度的战略性工作安排。

这两年我一直关注战略性投放问题，有些行进行了网点改造，有些行业务作了新的拓展。作为二级分支行的行长，要有点战略眼光，尽管考核体制中有些问题对当期会有影响，我们觉得有点压力，但必须要承担跨年度的战略性投放。一个单位、部门领导任期总是有限的，在哪个位置、地方干都不可能干一辈子，财产也不是个人的，但一个有素质的银行领导干部掌握这么大的资源，基本的职业精神、职业道德和基本价值观都体现在战略眼光上。

我们做银行业务不能象农民一样，肚子饿了，先把谷子吃了、卖了，连种粮也不留，明年再说。我们做银行，不能寅吃卯粮，这是素质问题！战略性投放问题决不能忽视，跨年度的财务安排要多考虑，不能放弃。

一、提升内部管理水平，加强企业文化建设。

1、加强内控管理。我行的各岗位人员基本已配置到位，必须严格执行各项规章制度的监督落实，实行一级抓一级、层层抓落实、责任到人的管理体制，严格把好各项业务环节的风险关，加强制度的执行力建设，进一步提升员工的风险防范意识，确保全年内控综合评价维持一类行的目标。

2、提升服务素质。我行员工的服务素质与同行相比，确实存在一定的差距，这主要表现在服务态度生硬、欠缺主动和专业水平等。为此，我们将加强评价监督和培训学习等。对于多次被客户评价服务态度差的员工，将被列为劳动合同到期停止续签对象。

3、加强和完善考核激励机制，提升员工的积极性和协调性。我行将通过细分市场，突出业务发展重点，制定具体的工作目标和任务计划，充分利用绩效工资考核方案的有力平台，进一步加大奖惩力度，表扬先进、激励后进，形成各司其职、各尽所能、共同发展的良好氛围，推动业务发展。

4、增强企业活力，建设团结、和谐大家庭。充分发挥妇联、团支部的带动作用，多组织集体活动，为员工解压，在工作中多聆听员工心声，切实帮助员工解决困难，让员工愉快工作，增强他们对我行的归属感。

二、完善和强化服务功能，加快业务发展。

我们将注重发挥自身优势，通过细分业务发展重点、整合产品，合理规划和部署客户部、营业网点的`工作目标，继续以客户部作为市场拓展的先锋部队，做强做大网点服务功能，形成目标明确、分工协调、相互支持、上下联动的业务开展模式，全面提升我行的市场竞争力。

（一）客户部。

必须加强与营业网点的沟通联系，细分客户部服务功能，细分对公组、国际组、个人组的岗位职责，明确其拓展资产业务外，更要加快负债业务、中间业务、理财业务等全面发展，改变以往业务拓展单一、被动的局面。

（二）营业网点。

1、规范服务，做强做大网点服务功能，以拓展负债业务、个人业务、中间业务、理财业务为重点，以网点负责人、驻点客户经理、大堂经理为拓展主力，完善vip资料库，整合产品，推行“捆绑式”的全员营销策略。

2、通过借助我行先进的网上银行和自助设备，分流低端客户，减轻柜台压力，进一步优化服务环境和客户结构。

3、继续加大以发工资业务为手段，有效推动我行银行卡业务、中间业务的快速发展。

4、加强员工的培训学习，提高综合业务素质。我们将通过培养自己的师资队伍，利用班前学习、专题培训、交流学习等营造良好的学习氛围。

三、加强员工队伍建设，提高整体战斗力。

1、加强领导班子建设，提高执行力。领导班子的工作决定了整个队伍建设的成败，我们将明确分工，充分发挥各成员的智慧和能动性，提高执行力，开创性地开展工作。

2、加强党建工作，发挥党员的先锋模范作用。我行党员人数比例大，但党员的先锋模范作用还没有充分发挥出来，我们将充分利用各个岗位中党员的作用，实现操作规范、风险可控、服务优质、效益显著的目标。

3、以创建青年文明号为契机，充分调动广大青年员工的积极性。团支部制定了详细的工作计划，包括青年员工的培训学习、业务竞赛、上企业开展业务宣传、组织员工的业余活动等，引导青年员工树立正确的就业观念和职业道德，提高我行的凝聚力和战斗力。

大家好！在各级行的高度重视、正确领导和大力支持下，在各位同事的配合下，一年来，我能紧紧围绕省行24项履职要求，着重在业务经营、窗口建设、基础管理和财务核算上下功夫，团结和带领全体同仁恪尽职守、努力工作，圆满完成了全年各项工作任务。现将一年来本人的主要履职情况向大家汇报如下：

一、认真贯彻落实会计基础管理会议精神狠抓会计内控建设。

作为副行长兼会计主管，我的压力很大。为从根本上解决困扰我行的基础管理较差，内部控制力弱的的问题，我行于年初召开了高规格的会计基础管理工作会议。认真查找了我行会计基础管理方面存在的问题，深入分析了问题存在的原因，提出、制定了提高我行会计内控管理水平的具体措施。作为会计出纳部的负责人，我把贯彻落实会计基础管理工作会议精神作为首要任务和履职工作的切入点，并从以下几个方面开展了工作：

1、以抓《中国农业发展银行会计内控管理尽职指引》和在年初会计基础管理工作会议上签订的责任书的落实为契机，把各部室的负责人、临柜柜员、内勤主任、监管员以及办公室等相关职能部门纳入会计内控管理组织体系，大家各司其职、齐抓共管、相互制约、相互监督、一体考核，让会计内控管理关系更清晰，内控管理层次得到显著提升。

2、坚持按月组织开展监管检查工作，促进会计内控管理水平逐步提高。会计监管是内控管理的重要组成部分和操作风险的重要防线。尽管面临各种各样的困难，我还是坚持按计划、按程序每月对营业部进行一次认真细致的检查。做到每次检查都有方案、有通知、有记录、有整改、对责任人有处理。从已经结束前十个月的检查监管情况来看，累计查出问题37个次，绝大部分问题得到整改或改善，处理或建议处理责任人2人次，其中扣发考核性工资4人次，扣款金额400元。我始终把实质重于形式作为监管的重要原则，通过持续、认真细致的监管，我行的会计内控管理水平有了明显的进步。

3、坚持突击轮岗带班制度，充分发挥会计监控系统的监督作用。一是能促使各岗都能熟悉掌握不同岗位的业务操作，提高操作技能，另一方面让柜员自己互查，在离岗交接时显现隐性问题，创新防范风险的手段。我每月会不定期突击要求员工临时休假，然后自己临柜代班。今年来我已经累计代班23天，涉及柜面所有岗位。通过岗位轮换和全日制代班，已发现纠正涉及印鉴管理、借据管理、账簿记载、档案归档等方面共12处问题。通过调看监控录像观察临柜人员的操作程序是否合规，每周调看监控工作的加强和持续，直接促进了我行临柜人员工作效率的提高，规避了操作风险，更重要的是对会计人员产生了一种持续、强大的监督和威慑作用。

4、注重提高副行长兼会计主管的业务素质和履职能力。副行长兼会计主管履职到位与否，是会计内控好坏的关键一环。一年来，我认真履行副行长兼会计主管职责，加强业务学习，分析内控形式，学习新的文件精神，研究解决管理中存在的实际问题。以会带训，不断提高副行长兼会计主管的履职能力。

二、履行岗位职责积极参与全行经营管理。

1.一年来，我能积极参与全行内部管理和业务经营活动，自觉维护班子团结，协定“四优”党员争创计划。

2.做好全行财务状况分析调研及经营利润测算，分析将会影响到全行经营目标任务完成的因素，向行长提出自己的看法和建议，为全行经营献计献策。

3.是积极参与全行业务营销。截止10月末，我行存款日均余额\_\_万元、中间业务收入\_\_万元，比同期分别上升27%、39.2%，国际业务更是取得历史性突破，存款余额达到了25万美元，提前完成全年任务。

三、加强队伍建设创建文明规范窗口。

今年以来，我一直将内塑队伍素质，外树窗口形象，创建行业品牌作为重点工作来抓，主要表现为：

1、是建立奖惩制度，树立积极的农发行新风。

开展创建行业品牌活动以来，我明确了考核标准和落实检查监督措施，形成严格的奖罚制度。创新出台《营业窗口文明服务规范考核办法》，设立“周服务之星”、“月文明之星”、“季规范之星”、“业务精英奖”等，对客户口碑好、业务技能强、服务质量高的员工进行特别奖励。

2、是发挥窗口作用，全员倡导职业文明。

在窗口环境建设上切实做到“形象统一规范”、“设备使用正常”、“环境整洁宜人”、“服务设施到位”、“宣传醒目规范”；在礼仪形象中严格执行“着装统一规范”、“形象整洁大方”、“行动文明得体”；要求员工贯彻执行“三好一提高”，即：服务好、态度好、业务好，提高办事效率的服务宗旨，还要做到“六声”，即：来有迎声、去有转自送声、咨询有答声、求助有请声、不足有歉声、合作有谢声；做好“五心”，即：服务态度要“热心”、接待客户要“诚心”、言谈举止要“虚心”、宣传解释要“耐心”、关心他人要“真心”的服务承诺，切实将职业文明落到实处。

3、是严格执行晨会制度，保证各项工作的出色完成。

为了更好地鼓舞士气，我要求柜面每日的晨会不得低于20分钟，把它当成是柜面工作信息流转、增进团结、提高工作效率和效益的一个平台。上级的各类会议精神及业务更新在晨会上进行传达，上一日的工作情况在晨会上进行及时点评，最新的业务知识和工作经验在晨会上进行学习和交流，每日工作成绩和成功服务事例也在晨会中进行分享，从而充分调动全体员工的工作积极性、主动性和创造性，顺利并高效地完成每天的各项工作。

4、是坚持业务技能培训。

在业务技能培训方面我努力三管齐下：

1、抓规章制度学习。

制订详实的学习计划，资料人手一份，晨会时间轮流领学、工作闲暇时间自学；每周五集中学、指定内容讨论学；不仅组织大家学，更要求自己先学，确保在一起学时能起讲解辅导的作用；不仅学习传达最新文件要求，还对执行不到位的文件进行温故以知新。

2、抓岗位实战训练。

储备积累了业务理论知识，光纸上谈兵是不行的，总得有实战演练才行。平时要求各岗人员在业务操作中严格遵照操作规程办事，以老带新，互相监督，互相提醒，注重细节，注重总结。

3、抓季度测试评。

6月17日，齐商银行召开20\_\_年半年工作会议，在全面总结上半年工作情况的基础上，认真细致地研究部署下半年工作思路和具体措施。齐商银行党委书记、董事长杲传勇在讲话中，着重对今后如何切实做好不良资产清收压降、严密防控经营风险、不断提高核心竞争力以及全行作风效能建设等，提出了具体要求，明确提出了全行下半年着重抓好的工作重点、工作措施和战略部署。谈到如何切实抓好下半年工作时，杲传勇强调指出：

第一，要高度重视全行不良资产的清收压降工作，切实防范和控制风险。重点突出三个方面的工作着力点：

1、着力做好大额贷款的清收工作。下半年要对大额贷款进行一次再检查、再清理，逐户、逐笔摸清情况，制定压缩计划，落实压缩措施，明确落实责任，逐户、逐笔制定清收保全的方案和措施。

2、着力狠抓责任贷款的清收工作。要按照责任到位、整改到位的原则，深化责任追究机制，加大责任贷款的清收力度。

3、着力狠抓抵债资产的处置工作。不良贷款清收要以现金清收为主，抵债资产要以变现为主，处置过程中要加快变现速度、减少费用支出，促进清收盘活工作再上新台阶。

第二，要高度重视全行的核心竞争力建设，切实完善科学合理的综合考核体系。

下一步要结合全行改革发展的总体任务，继续补充完善薪酬管理体系，充分体现以下几个原则：一要充分体现责权利相结合的原则，重新规划我行的薪酬管理体系。要坚持以岗定薪、以能定资、以绩定奖、岗变薪变的基本原则，认真落实银监会《商业银行稳健薪酬监管指引》的要求，制定有利于本行战略目标实施和竞争力提升与人才培养、风险控制相适应的薪酬机制，充分调动管理者和一线员工的积极性，引导全员模范履职尽责，不断提高业绩水平和工作能力，促进全行经营效益的提高和整体竞争力的增强。二要充分体现多劳多得的劳动报酬分配以及奖勤罚懒的原则。健全完善定性、定量的指标体系，让干事创业者得实惠，做出贡献者得奖励，造成风险者受处罚，真正建立起多劳多得、优胜劣汰机制，让每个员工最大限度地发挥作用和潜能，在实现个人价值的同时为企业创造价值。三要充分体现多种方式、多种渠道相结合的多重激励原则。要切实抓好年初我们提到的为员工办好五件实事的落实，开辟多条职业发展通道。从下半年开始，启动全行人才培养核心工程，达到三个一百的目标：培养储备100名优秀管理人才、100名优秀客户经理和100名技术业务骨干，使我行切实增加人才储备，在竞争中不断发展壮大，并使每位员工从做大的蛋糕中得到应有的回报，实现自己的价值。

第三，要高度重视全行的作风效能建设，切实增强事业心和责任感。

要围绕严、细、实的工作要求，突出抓好以下几个方面：一是教育引导全员大力弘扬求真务实、真抓实干的优良作风。领导干部要坚持深入实际、深入群众，开展调查研究，认真解决基层员工最关心、最直接、最现实的利益问题，让广大基层员工得到实惠。广大员工要依法操作，合规履职，埋头苦干，模范尽职，把岗位责任与全行的发展紧密结合起来。二是大力增强干事创业的事业心和责任感，切实提高执行力和落实力。一把手要切实履行好一岗双责，组织实施好各项决策，切实提高本职工作效能，要以高度的事业心和责任感投入到工作中，坚持以人为本，抓好班子、带好队伍，敢于担当，勇于负责。三是大力弘扬三种精神，引导全员全身心投入齐商银行的发展事业。大力弘扬艰苦奋斗精神，牢记两个务必，崇尚节俭，厉行节约，把资金更多地用在民生上、用在发展上；大力弘扬开拓创新精神，在管理和发展中敢于大胆地试、大胆地闯、大胆地干；大力弘扬身先士卒精神，发挥各级干部的影响力和示范作用，在规章落实、纪律执行、行为检查和责任追究等各方面，都要以身作则，率先垂范，提高依法合规意识，维护制度的严肃性。四是大力提高五种能力，不断增强党员干部的综合素质。一是政治鉴别能力。二是开拓创新能力。三是决策判断能力。四是灵活应变能力。五是驾驭控制能力。在纷繁复杂的工作中，牢牢把握和控制局面，为全行的创新发展做出贡献。

**银行营销工作计划及措施篇二十**

以上就是我这一年的个人销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

本人接受某某公司的委托，就野马汽车的生产与上市广告宣传进行具体策划。通过对新车进行主题开发，研究设计一款适合现在人们需求的一款车。然后通过广告等的宣传，让大家认识这款车，了解这款车，最终对这款车产生购买欲望，从而使大家都能购买这款车。此次策划包括四个阶段，分别是概念挖掘，主题研发，时空运筹和推销说服。

第一阶段：概念挖掘。就是要研究现在什么样的人买车的概率大，而这部分人又喜欢什么样的车，所以我们要生产这种款式的车。

第二阶段：主题开发。我们研发的这种车的主题是什么即车的名字是什么，在确定主题后，这款车的设计就也要体现出这个主题来。

第三阶段:时空运筹。在新型车问世之前，公司请当地的一些的收入属于中等层次的夫妇，带他们去汽车样品陈列馆，请他们发表感想。

第四阶段：推销说服。

第二步，新车上市前一天，根据媒体选择计划，让几乎全部有影响力的报纸用整版篇幅刊登野马汽车广告。

第三步，从野马汽车上市开始，让各大电视台每天不断地播放野马汽车的广告。第四步，选择最显眼的停车场，竖起巨大的广告牌，上面写着“野马栏”，以引起消费者的注意。第五步，在全国最忙的15个飞机场和200家假日饭店展览汽车，引起顾客的购买欲望。第六步，向全国各地的福特车主寄送广告宣传品。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找