# 2025年银行开门红工作总结报告(优秀11篇)

来源：网络 作者：情深意重 更新时间：2025-01-21

*报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，报告的格式和要求是什么样的呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧银行开门红工作总结报告篇一对于我行春天行动开门红的对策：转眼一年一度的“开门红...*

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，报告的格式和要求是什么样的呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

**银行开门红工作总结报告篇一**

对于我行春天行动开门红的对策：

转眼一年一度的“开门红”即将到来，对于我行的业绩是个很好的提升机会，我们要抓住机遇做好各方面的工作来迎接。在我看来我们重重之中就是要做好理财业务，不论是我行自己推出的每期理财产品还是代理的保险、基金。“思路决定出路,眼光决定财富”。多数人依据习惯思维判断,农民的理财观念相对保守,但客观现实是农村理财投资渠道缺乏,农民不得不选择储蓄。但在现今的农村,不少农民通过外出学习、工作,对投资理财有一定的了解,头脑十分灵活。

因此,金融行业应加大对农村关于投资理财的宣传和引导。农业银行和农村信用社可以在农村农村设立理财中心,邮政储蓄加大基金、保险代理力度。各类金融组织也应组织服务下乡。

近年,我国商业银行相继推出了理财中心和理财产品,国内个人理财业务方兴末艾,市场前景十分广阔。特别是零售业务的快速发展,它的作用越来越突出。从一定意义上说,它关系到银行的兴衰大事。

从银行战略层面考虑,无论怎么强调理财产品和理财市场的重要性都不过分。从眼前看,资本市场的活跃,导致储蓄不断分流,迫使银行必须推出收益率高的理财产品遏制新增储蓄下滑的势头。从长远看,央行几次调整利率,不仅表明利差在收窄,还会使商业银行在定价、债券市场缩水等方面面临多种风险。“近忧”和”远虑”迫使商业银行必须加快推进经营方式、结构和盈利方式的战略转型,大力推出理财产品等不占用资本金、不占用信贷规模的中间业务。从需求层面看,农民投资渠道狭窄,只能在无风险、低收益的产品(国债、存款)和高风险、高收益的产品(股票、主要与股票挂钩的基金)间进行选择,银行理财产品可以填补中间的空白地带,为居民投资多元化和商业银行开拓新的利润增长点带来了良好契机。

理财业务是一把“双面刃”。不管怎样的“利器”,在把握风险、做好内控的基础上,通过产品价值最大化实现客户价值最大化才是理财的终极目的。当然理财业务因其涉及面广、专业性强、复杂度高,对境内商业银行的组织流程、业务模式、专业人才等提出了新挑战、新课题。在农村进行理财业务的推广中,非常有必要做好相应的扎实工作。

(一)开拓农村金融市场首先应改善农村金融理财环境。1、加强硬件设施建设。农村信用社应积极利用现有网络资源,探索符合现代农民需要的理财业务,建立健全个人理财的服务营销、风险监控体系和技术支持系统。如可在农村农村设立理财中心,推出满足农民特征化要求的“农民理财顾问”。同时针对实际加强理财产品的宣传和风险提示,组织农民开展金融投资知识、理财产品宣传。大型商业银行则可增设自助存取款设备,延伸金融服务触角。2、设计适合农民的理财产品。应充分考虑城乡差别,针对农村居民的经济、生活和金融知识水平,开发符合农民理财需要和理财心理、操作简单方便,且风险低、收益稳定、能随时赎回的金融理财产品。如可针对农民目前关注的子女上学、养老问题,适当降低教育储蓄产品的准入条件,设计专门针对农民养老的投资理财产品等。对有较高风险承受能力的农民可加大办理开放式基金、分红保险等理财产品的力度。对于理财业务尚处于起步阶段的农村信用社,可侧重于帮助农民了解金融知识、建立家庭资产档案、制定并论证资产增值计划、传导各种理财投资信息等,使农民排除恶性负债,控制良性负债,理性选择投资方式。

(二)理财规划要做到既顺应历史潮流又要有前瞻意识。

当前,银行要积极顺应历史潮流,不断地适时地推出新的理财产品,应对由于资本市场和直接融资的快速发展对商业银行造成的“金融脱媒”压力,满足客户的投资需要。同时,随着我国经济日益多元化、国际化,我们还要充分利用中国银行外汇资金的传统优势,充分利用利率、汇率、信用等管理工具,满足客户的避险需求,提供挂钩国际市场的理财产品。为实现上述目的,围绕发展理财业务实现流程再造深入性和业务规划长远性的紧密结合。

目前农村的理财市场潜力巨大、方兴未艾,但理财专业人员的危机意识不可或缺,前瞻性研究不可缺少。在理财产品的推广上,不能一哄而上,要根据本地的实际情况,有所为,有所不为。(三)农村理财要做到专业性和通俗性相结合。

个人理财的推出是对银行综合实力,以及对市场需求的判断和反应能力的检验,从一定意义上说它代表银行零售业务的水平,理财是各种经济信息的汇集和综合。因此,要贯彻战略合作理念,与农村保险公司、证券公司等全方位的合作,互相依托,共同做强,建立长期稳定的合作伙伴关系;要充分利用合作伙伴的核心资源,渠道资源、品牌影响力为个人理财vip客户提供更多的高附加值服务,想方设法稳定住现有客户,赢得客户持续的忠诚。充分利用和挖掘现有产品、服务和信息资源,为优质客户提供个性化、全方位的服务。

理财服务一方面通过实体渠道(理财工作室、理财专柜)与客户进行面对面接触,通过理财专家讲解理财知识,让客户在理财的安全性、收益性、流动性等方面权衡利弊,进行适当理财;另一方面则依靠call-center以及各种电子通讯手段(电话、互联网、手机短信)进行在线理财、移动理财并实施客户的理财方案。

完整的“理财”的产品服务体系将包括:1、基础账户服务:存取款、银行卡、个人结算、银证转账等;2、投资类产品:外汇投资理财产品(外汇宝、汇聚宝)、纸黄金、保险、基金等;3、信息咨询服务:理财规划、投资财讯及非银行类信息服务;4、增值类服务:银行产品价格及费率优惠等。

总结。

农村理财市场比城乡理财更难营销，农民同志思想守旧，解放思想加强宣传工作是首要任务。中国的农民不是美国的的农民，中国的农民都是省吃俭用积累的财富也经不起任何金融风险的打击。这就要求我们在设计理财产品的时候要控制好管理风险，法律风险，技术风险；体现为农民服务的宗旨。农民也需要金融市场不是只有单纯的储蓄一项投资方式。农民了解更多的理财投资方式这样，并让农民知道不同的投资方式不仅能控制风险还能套期保值获得更多的收益更多的利益。

开门红结束了，这段日子过的很忙碌同时也很充实，感觉自己是在学习中成长，在成长中进步，这段时间过的特别的值得。

外部环境上，我在二月末从高柜调到了低柜，工作需要进一步去学习和适应，同时低柜业务的种类也让我需要不断给自己充电，在工作之前我一直希望自己可以从事国际业务，这次终于有了机会，国际汇款、光票、汇票、旅行支票，这些曾经只是在书本上听过的名词如今终于有机会去尝试去了解去办理，这都要感谢两位主任给我提供的锻炼机会，才能让我去了解和掌握银行的知识，但是我深知这还只是银行的皮毛，我还需要更多的去充电，去锻炼自己，我也希望自己的生活中明天都充满挑战，这样才能鞭策自己不断的进步；在低柜也做了一个半月了，感觉业务上基本可以应对自如，当然还有很多细节上叫不准，吃不透，相信会在未来的一段时间不断去积累不断和老员工学习来提高自己。

绩效不理想的原因很多，每天我也会想很多，工作该怎么做，有件事我觉得是让我欣喜的，我在不断的提高自己，我觉得自己这段时间的进步很大，我开始有意识的积累客户，花时间去电话回访，建立起良好客户关系的现在有三个客户，资产都是百万的优质客户；同时我觉得柜台营销很重要的一点就是增加开口率，说的多了机会自然也就多了，低柜可以和客户更近距离的接触，成功的概率也就相应的提高，我发现很多客户在办理业务的时候还是愿意和自己闲聊些家常的，我想在建立起信任的基础上营销就不是有太多的心理障碍了；我在学着用记事本记每天发生的事，需要我解决和跟踪的事，需要我回访的客户，以前总是发生很多事，但是都记不住，有的干脆第二天就忘了，所以有一个记事本记录每天需要跟踪的事让我工作起来更有规划；跟踪事件的进程让我觉得很有收获，上个月末从香港划来的7000万港币让我觉得很有成就感，虽然我没帮上太大的忙，但是跟踪整个事件的进程让我学会了很多东西，当时听国结说要进来7000万港币，我就想要是能留在咱营业部就好了，然后和主任汇报，协助国结关注这个帐户，然后和公司把这笔留交的钱进账，看主任和公司进行协商，最后留在我们家2025万，感觉这件事很有成就感，晚上又去国结报文，第二天才知道这笔款项应该算在资本项下，又给个金打电话询问该怎么上报。过了几天这笔款项有些多余的余款需要原路退回，我又给高姐做的国际汇款，再和个金和国结沟通这属于资本项下还是投资项下的，怎么申报，总之这件事打了很多电话，和很多部门进行了沟通，跟踪这件事让我学到了很多，毕竟这么大额的款项不是经常能碰到，学习业务的同时也锻炼了自己的沟通协调能力，感觉这件事让自己很有成就感。同时也让我知道，很多部门都是只知道自己的那一块，对别的部门不了解，所以我想跟踪一件事可以让我知道整件事的过程该怎么做，可以了解很多自己平时不知道的东西。总的来说我对自己开门红绩效的完成情况不是很满意，但是我对下一个季度的工作充满了信心，我想自己有能力做的更好，我是个不服输的人，我不想比别人差，我总是会告诉自己别人能做到的事自己也能做到。进入20xx年，\*\*\*支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

该行在“开门红”工作所取得的优良业绩验证了一句话：只要上下一心，就没有克服不了的困难。“开门红”工作的胜利也证明了只要主动抓早、抓准工作重点，就抓住了工作的主动权，谁就会取得满意的工作成效。

**银行开门红工作总结报告篇二**

20xx年，我行在上级行的正确领导下，认真贯彻落实省、市分行工作会议精神，紧紧围绕我行的总体指导思想，一切围绕扭亏为盈的奋斗目标，转变经营理念，强化市场营销，加强内控管理，积极开展业务营销；一手抓非典防治，一手抓业务发展，各项工作取得了前所少有的成绩，尤其是业务经营取得了历史性突破，实现封闭盈利，一举摘掉近xx年来亏损的帽子。截止12月末，各项存款余额x万元，较年初净增xx万元，同比多增xx万元，在四家国有商业银行中余额占比35.38%，排名第1位，净增额占比36.02%，排名第1位。其中，储蓄存款余额xx万元，较年初净增xx万元，完成市分行调整任务xx万元的153.25%，同比多增xx万元，净增额同业占比35.60%，排名第2位；对公存款余额xx万元，较年初净增xx万元，完成市分行调整任务xx万元的130%，同比多增xx万元，净增额同业占比37.63%，排名第2位；贷款余额xx万元，贷款净投放xx万元；全年实现利息收入xx万元，完成全年任务xx万元的102.51%，其中：清收现金xx万元，完成市分行调整任务xx万元的100%；实现中间业务收入xx万元，完成市分行全年任务xx万元的108.43%，同比多收xx万元；实现经营利润xx万元，实现封闭利润xx万元。全年安全无事故，无案件、无重大业务差错。今年8月份被xx省委、省政府命名为省级文明单位。

一年来，我行紧紧围绕扭亏为盈的总目标，坚持六个坚定不移，主要做了如下工作。

1、以市场客户为中心，改革内设管理机构。

一是对机关内设机构进行了业务及职能的优化整合，突出业务工作中的重中之重，将信贷不良资产管理和清收处置从信贷部单列出来，设置资产风险管理中心，实行四专管理工作机制，专司清收、处置、核销、保全之职。

二是重视对公司业务的拓展，设立公司业务部，将对公存款和信贷营销、信贷管理纳入到公司业务部统一协调管理，集中对外营销公司及机构公司。

三是将原存款部更名为个人金融业务部，专门负责储蓄存款及银行卡营销、个人综合贷款营销及个人客户管理。

四是注重将内控管理落到实处，设立会计结算中心，将会计、出纳、储蓄基础工作、事后监督纳入统一管理。

2、以加快业务发展为宗旨，创新用人机制。

一是在全行选拔了一批年轻有为的中层干部(让位6名，提拔9名)，充实一线担当重任，优化了我行干部结构，增强了工作活力；二是提倡从管理看水平、以业务论英雄的观念，靠工作赢得重视，靠业绩取得职位，靠作风巩固地位。

3、以增加活力为核心，完善考核机制。

一是以实干、业绩为原则，调整和完善绩效工资考核办法，促进各项工作任务的完成；

三是对聘任的客户经理直接进行绩效工资考核，促进客户经理努力进行业务营销。

通过以上三大机制的改革创新，有效地解决了人气不足、员工无活力和中层干部结构断层的问题，使干部结构得到优化，工作活力得到增强，出现人气旺盛的良好局面，为全面超额完成各项工作目标任务奠定了坚实的基础。

1、切实转变经营观念，积极开展全员营销和xx活动。

一是通过进行教育、十字行风主题教育和管理方法的学习，促进了全员经营观念的转变。自3月底支行召开全员业务营销动员大会以来，全行全员全方位业务营销的经营观念逐步确立，市场竞争意识逐步形成，员工经营理念发生了根本转变：即由单一业务营销服务型向以客户为中心的综合服务型转变，由纯粹完成计划任务向市场要份额转变。员工自觉营销的意识明显增强，尤其是临柜人员变单一营销为综合营销，做到了两个结合：把营销与新业务品种和中间业务营销相结合，把走出去营销与柜面营销、大堂经理营销相结合。

二是召开全员客户经理动员大会和客户经理聘任会暨客户经理例会等专题会议，让全员感受到了竞争的氛围和积极营销、争抢业务市场的紧迫形势，使全员由嘴难开、手懒伸的坐商行为，逐步向三勤(腿勤、嘴勤、手勤)的行商行为转变。

三是为了推进工作，专门出台了劳动竞赛活动的实施方案，明确专门的部门负责工作的推动、督促、监督、考核和管理。经过广泛动员、全方位营销理念的确立及督办到位，工作取得实效。截止12月末，全员xx7x户，余额xx万元；机关人员业余揽存2800万元。

2、落实六大增存措施，实施对公存款大会战。

一是机制增存。继续深化客户经理考评机制，将每位客户经理的对公存款及其他各项营销任务直接与工效挂钩，真正形成按劳分配、任务自担、整体公关、多方突破的工作格局。

二是增存。一方面督促全体客户经理走出家门，把手伸向外地，利用三缘关系抓大户，找小户，另一方面发动全行、全员整体综合营销，将做成全行性的日常工作，以此来促进我行对公存款的稳步增长。

三是做好招商引资项目的开户工作，以信息增户增存。至目前已有9户新引资企业在我行开立了帐户，并力促与这些企业建立长期合作关系。

四是以评级授信为契机，将一批民营企业网罗到我行，发挥营销的整体功能，靠客户增加现金流量增存款。

五是抓大不放小，确保基本户的稳存增存。对公司类客户，我们在货款归行、贷款营销、用款调剂方面做好稳存增存工作；对机构类客户，我们依托重点户的杠杆作用来做画龙点睛的文章，通过最优质的服务，赢得客户的支持；对中小客户加强感情联络，发挥我们支行捡芝麻的精神，从小做起，逐步壮大。

六是深入研究行业竞争的态势，摸清他行增存的路子，寻找我行的增存对策，以竞争增存。正是靠扎实有效的工作作风和良好的敬业精神，才使得我行自9月份以来对公存款增量从原来的倒数第一跃居同业第1名，对公存款创纪录地实现了总量和增量均居同业第一。

3、做大做强亮点业务，不断争抢储蓄市场。

一是召开好每月一次的储蓄存款工作例会，通过同业占比的分析查找自己的差距，从差距中找市场、从差距中争份额，追赶同业。

二是发挥一线临柜人员的综合营销作用，主动向客户宣传推销银行卡、话费代收等业务，以此促进存款快速增长。

三是发挥个人客户经理的作用，我行在各网点聘任了客户经理，明确了目标任务，使各网点从传统的柜台营销走出去面向广大客户延伸服务，为存款的增长起到了促进作用。

四是积极发行卡，为储蓄存款的稳步增长和长远发展奠定了基础。

五是开展人包门店所包社区(街)道的争户揽存活动，开辟个人金融业务的储源。正是由于我行运用论和论，紧盯同业竞争态势，积极寻找对策，才不断缩小与同业的差距，如两项存款净增额(与行相比)由5月份相差xx万元，追赶缩小到11月份的xx万元，我行多争回xx万元的市场份额，其中储蓄存款从相差(与x行比)10个百分点到目前仅相差6个百分点。至9月末我行两项存款增量首次超过1亿元，提前实现了行长x月x日来我行现场办公时提出的全年两项存款保万、力争xx个亿的奋斗目标，存款实现了三超：超历史、超同期、超同业。

4、抓住地方经济结构变化特点，做好有特色的信贷营销工作。

一是针对地方民营、个体经济较活跃的实际，我行加大了对民营企业的投放力度。对全市民营企业进行筛选调查，确定了xx户优质客户，并全部进行了信用等级评定(a级5户，aa级8户)。至12月末，已向民营企业投入贷款xx万元，发放个人综合消费贷款笔，金额xx万元。

二是靠全方位的优质服务竞争他行优质客户，我行与股份公司建立了良好的业务关系，对该公司营销贷款xx万元，营销网上银行等电子产品，办理了贷记卡，目前该户存款余额已达xx万元。

三是针对票源少、金额小的实际，积极开展争票源拣芝麻活动，至12月末，共办理贴现笔，金额xx万元，其中：金额最小的5万元，金额最大的100万元。

5、全力以赴，打好压降不良贷款攻坚战。

一是实行行长挂帅出征，一方面实行行领导包户挂点；另一方面采取亲自督办的工作方式，加大清收处置工作力度，确保工作成效。

二是主攻大户清收。如，集中力量处置，共清收现金xx万元；同时在上级行的大力支持下，对xx集团的破产进入程序给予了积极支持。

三是抓好抵贷资产的处置。如，对商场进行拍卖，收回现金xx万元。

四是抓住时机进行诉讼清收。如，起诉4家企业，清收本息多万元。

五是抓划转资产的清收。如，清收人行划转企业现金xx万元。至12月末，累计清收现金xx万元，不良贷款占比较年初下降xx个百分点。

6、强化管理，多途径拓展中间业务。

二是大力开展卡的营销活动，重点做好大学生使用卡的宣传营销工作，适时推出卡折合一的储蓄帐户，既满足大学生及其家长方便汇款和消费，又能让家长及时了解孩子的消费情况，适时控制孩子在外的消费量，深受客户欢迎。

三是开展移动话费及固定话费代收业务，在柜面代收的同时，还积极与联通和移动公司协商代售移动、联通充值卡业务(手续费为x%x%)，既扩大了市场份额，又提高了中间业务收入。至12月末，全员代收手机话费金额xx万元，代收固定话费xx户；营销分红保险xx万元；代理发行基金xx万元；营销银行卡张。

四是针对代发工资收费难度较大的现状，一户一户地进行公关，突破代发工资由无偿服务向有偿服务的转变。至目前已有xx个单位实现了代发工资的收费。

五是与自来水公司协商达成代收水费收费，在市分行系统率先实现水费代理业务收费的突破。

**银行开门红工作总结报告篇三**

目前,农村比较热门的投资渠道仍然是储蓄。来自武穴市统计局的数据显示,2025年末金融机构人民币各项存款余额121、33亿元，比上年末增长15、4%，其中，城乡居民储蓄存款余额87、65亿元，增长18、5%。人民币各项贷款余额52、03亿元，增长10、5%，其中：短期贷款余额27、85亿元，增长8、8%；中长期贷款余额23、65亿元，增长10、7%。显然,如果将所有的钱存银行吃利息,不仅收益低,还要面对通货膨胀、货币贬值、购买力下降等带来的损失。除此以外,农村比较热门的投资方式还有民间借贷,但动辄10%至30%的年利率风险极大,纠纷不断,严重威胁了债权人的财产安全。在日新月异的新农村建设中,金融服务更是农村经济发展中不可或缺的重要环节。

对于我行春天行动开门红的对策：

财投资渠道缺乏,农民不得不选择储蓄。但在现今的农村,不少农民通过外出学习、工作,对投资理财有一定的了解,头脑十分灵活。

因此,金融行业应加大对农村关于投资理财的宣传和引导。农业银行和农村信用社可以在农村农村设立理财中心,邮政储蓄加大基金、保险代理力度。各类金融组织也应组织服务下乡。

近年,我国商业银行相继推出了理财中心和理财产品,国内个人理财业务方兴末艾,市场前景十分广阔。特别是零售业务的快速发展,它的作用越来越突出。从一定意义上说,它关系到银行的兴衰大事。

从银行战略层面考虑,无论怎么强调理财产品和理财市场的重要性都不过分。从眼前看,资本市场的活跃,导致储蓄不断分流,迫使银行必须推出收益率高的理财产品遏制新增储蓄下滑的势头。从长远看,央行几次调整利率,不仅表明利差在收窄,还会使商业银行在定价、债券市场缩水等方面面临多种风险。“近忧”和”远虑”迫使商业银行必须加快推进经营方式、结构和盈利方式的战略转型,大力推出理财产品等不占用资本金、不占用信贷规模的中间业务。

就忘了，所以有一个记事本记录每天需要跟踪的事让我工作起来更有规划；跟踪事件的进程让我觉得很有收获，上个月末从香港划来的7000万港币让我觉得很有成就感，虽然我没帮上太大的忙，但是跟踪整个事件的进程让我学会了很多东西，当时听国结说要进来7000万港币，我就想要是能留在咱营业部就好了，然后和主任汇报，协助国结关注这个帐户，然后和公司把这笔留交的钱进账，看主任和公司进行协商，最后留在我们家2025万，感觉这件事很有成就感，晚上又去国结报文，第二天才知道这笔款项应该算在资本项下，又给个金打电话询问该怎么上报。过了几天这笔款项有些多余的余款需要原路退回，我又给高姐做的国际汇款，再和个金和国结沟通这属于资本项下还是投资项下的，怎么申报，总之这件事打了很多电话，和很多部门进行了沟通，跟踪这件事让我学到了很多，毕竟这么大额的款项不是经常能碰到，学习业务的同时也锻炼了自己的沟通协调能力，感觉这件事让自己很有成就感。同时也让我知道，很多部门都是只知道自己的那一块，对别的部门不了解，所以我想跟踪一件事可以让我知道整件事的过程该怎么做，可以了解很多自己平时不知道的东西。总的来说我对自己开门红绩效的完成情况不是很满意，但是我对下一个季度的工作充满了信心，我想自己有能力做的更好，我是个不服输的人，我不想比别人差，我总是会告诉自己别人能做到的事自己也能做到。

户沟通，了解他们的不同需求，为他们配置适合他们的产品，我感觉这就是工作的乐趣，让每个人各取所需，实现双赢，同时这个月我准备再积累3个客户，每天办完业务给1-2名沟通不错的客户做回访；学习上，我觉得自己做的业务只是整个业务的一段或者一部分，我想把这个业务从发生到结束的整个流程都了解清楚，现在我就想多学习些东西，感谢主任能给我这么多机会去了解银行的基本业务，我也会抓住这个机会不断提高充实自己。

进入20xx年，\*\*\*支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

如果对您有帮助！感谢评论与分享的本外币储蓄时点数比去年净增93万元，完成分行下达“开门红”储蓄时点“保二增一”必保任务数达383%；对公存款时点数比去年净增1736218万元，日均数比去年净增达668510万元，分别完成分行下达“开门红”任务数的766%和561%，存款增量达27万元，居分行第二名；其他主要业务指标完成情况也良好：信用卡发卡8张，完成“开门红”任务的148%，居分行第五名；此外，该行还努力克服信贷市场和同业竞争激烈的不利因素，通过积极寻找新客户、稳定存量客户等措施，实现流动资金贷款净增9万元，个贷业务净增1万元，贸易融资净增1万美元，分别完成“开门红”任务的579%、181%和681%。尤其是票据贴现业务，支行以对票源大户的营销作为工作重心，充分利用我行对优质客户在价格优惠和“边查边贴”速度方面的政策倾斜，在合法合规前提下尽可能缩短工作流程，重视对优质客户上下游企业的链式营销，加强并巩固与票源大户的良好合作关系，不断扩大票源，一季度累计发放贴现贷款40万元，完成开门红任务498%，完成率和完成量均居全行第二。

该行在“开门红”工作所取得的优良业绩验证了一句话：只要上下一心，就没有克服不了的困难。“开门红”工作的胜利也证明了只要主动抓早、抓准工作重点，就抓住了工作的主动权，谁就会取得满意的工作成效。，希望能帮助您！

**银行开门红工作总结报告篇四**

进入20\_\_\_\_年，\_\_\_\_\_\_支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

“开门红”储蓄时点“保二增一”必保任务数达383%;对公存款时点数比去年净增1736218万元，日均数比去年净增达668510万元，分别完成分行下达“开门红”任务数的766%和561%，存款增量达27万元，居分行第二名;其他主要业务指标完成情况也良好：信用卡发卡8张，完成“开门红”任务的148%，居分行第五名;此外，该行还努力克服信贷市场和同业竞争激烈的不利因素，通过积极寻找新客户、稳定存量客户等措施，实现流动资金贷款净增9万元，个贷业务净增1万元，贸易融资净增1万美元，分别完成“开门红”任务的579%、181%和681%。尤其是票据贴现业务，支行以对票源大户的营销作为工作重心，充分利用我行对优质客户在价格优惠和“边查边贴”速度方面的`政策倾斜，在合法合规前提下尽可能缩短工作流程，重视对优质客户上下游企业的链式营销，加强并巩固与票源大户的良好合作关系，不断扩大票源，一季度累计发放贴现贷款40万元，完成开门红任务498%，完成率和完成量均居全行第二。

该行在“开门红”工作所取得的优良业绩验证了一句话：只要上下一心，就没有克服不了的困难。“开门红”工作的胜利也证明了只要主动抓早、抓准工作重点，就抓住了工作的主动权，谁就会取得满意的工作成效。

**银行开门红工作总结报告篇五**

笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

值得一提的是，新的一年由于股市火爆的冲击，xxx支行又毗邻证券公司，首当其冲，存款深受影响，加上我支行网点经营环境不够理想，同业竞争激烈，开年以来存款不断大幅下滑，形势严峻。支行通过早动员、早部署、早抓落实，全行员工迅速行动起来，上下一心，众志成城，奋力拼搏，采取各种有效办法，人人争存揽储。由于目标明确，措施得力，终于扭转了存款下滑的不利局面，至3月底，全行的本外币储蓄时点数比去年净增93万元，完成分行下达“开门红”储蓄时点“保二增一”必保任务数达383%；对公存款时点数比去年净增1736218万元，日均数比去年净增达668510万元，分别完成分行下达“开门红”任务数的766%和561%，存款增量达27万元，居分行第二名；其他主要业务指标完成情况也良好：信用卡发卡8张，完成“开门红”任务的.148%，居分行第五名；此外，该行还努力克服信贷市场和同业竞争激烈的不利因素，通过积极寻找新客户、稳定存量客户等措施，实现流动资金贷款净增9万元，个贷业务净增1万元，贸易融资净增1万美元，分别完成“开门红”任务的579%、181%和681%。尤其是票据贴现业务，支行以对票源大户的营销作为工作重心，充分利用我行对优质客户在价格优惠和“边查边贴”速度方面的政策倾斜，在合法合规前提下尽可能缩短工作流程，重视对优质客户上下游企业的链式营销，加强并巩固与票源大户的良好合作关系，不断扩大票源，一季度累计发放贴现贷款40万元，完成开门红任务498%，完成率和完成量均居全行第二。

该行在“开门红”工作所取得的优良业绩验证了一句话：只要上下一心，就没有克服不了的困难。“开门红”工作的胜利也证明了只要主动抓早、抓准工作重点，就抓住了工作的主动权，谁就会取得满意的工作成效。

**银行开门红工作总结报告篇六**

我行继续围绕第二届董事会目标任务，理清工作思路，求真务实，强化管理，统筹发展，狠抓了组织资金和市场份额拓展，8月底，各项存款总额突破150亿元大关，发展的速度不断加快，管理水平不断提升，各项业务又有了新的进展，为下阶段工作打下了坚实的基础。

今年三季度，我们主要抓了以下几方面工作：

存款始终是银行经营的根本；份额代表着地区竞争的地位。今年上半年我行存款总额虽然实现了时间过半，任务过半，但在同业竞争中，我行新增存款额较本地区其他行存在较大差距，。面对这一情况，我们充分认识到“逆水行舟，不进则退”，三季度，我们一步不松抓组织存款，一着不让拓市场份额。

1、为帮助各支行调动员工积极性，激发员工工作热情，长久保持组织资金的高昂斗志，在激烈的市场竞争中，打好组织资金漂亮仗，力争市场份额有更大的突破，向我行独立运行十周年献礼，8月18号，独立经营以来第一次在晚上召开了各支行行长会议，全面动员，紧密部署了“结对子、争份额、比贡献、争市场组织资金竞赛”活动。竞赛将全市3xxxx支行按市场份额水平和所处经济环境结成14组，分别下达各自目标任务，捆绑式竞赛考核，为我行存款的增加，市场份额的扩大起到了有力的推动作用。

2、通过对市场份额较低支行的排队，分析我行组织资金工作存在的考核不力，激励不力等具体问题和不足，8月24日，再次召集市场份额在本镇低于他行，当年新增少于他行，考核力度不大的20位支行行长，在xx支行举行现场会。再一次鼓劲增压，敲响了结对子、比贡献、争份额的战鼓。通过看xx支行营业大厅的宣传氛围，和张榜公布的`全体员工每月组资业绩和每季考核结果；听xx支行组织资金实行公开、公正、透明考核的经验做法和强考核，扩份额，促进各项业务稳健发展的汇报；20位支行行长纷纷上台表示，一定坚定必胜的决心与信心，发扬好领先精神、拼搏精神、吃苦精神；营造好宣传氛围、考核氛围、组资氛围，创造出新的业绩。

同时，为让全行干部员工通过与兄弟支行的对照比较，更加清楚自己存在的差距，和在整个农商行中的排名，做到知己知彼，百战不殆，我们开办了每周一期《结对子、争份额、比贡献、争市场组织资金竞赛简报》，每周公布存款情况，跟踪各支行组织资金竞赛动态，定期介绍组织资金做法，营造了你追我赶、共同进步的浓烈气氛。9月末总存款比6月末增长了14亿元，存款市场份额得到稳步拓展。

三季度，时值xx商业银行党委保持共产党员先进性教育活动开展，我们在行党委领导下，统一部署，精心组织，周密安排，求真务实，积极投身到保持共产党员先进性教育活动之中，做到以先进性激发员工工作积极性，以先进性体现支持地方发展的责任性，以先进性提升地方银行声誉。

以支持地方发展为己任，构建“三走进，三服务”长效机制。一方面继续强化“三农”意识，积极支持“三农”发展。大力培植农业支持典型，扩大农业支持面。先进性教育活动中，我行党委成员每人联系一个农业产业企业。在党委成员带领下，基层支行牢固树立“三农”服务意识，对当地农户、农业企业支持力度进一步加大，9月末，我行农业贷款余额比6月末新增310xxxx元，占全市9xxxx。继续保持了我行农业贷款在全市的绝对份额。

同时，党委领导“三走进，三服务”确定的xxxx中小企业联系点工作，为我行大力扶持中小企业，强化市场份额拓展起到了很好的带头作用。全行上下结合市场份额拓展，瞄准国有土地、房产等有效资产抵押企业，信誉好、发展有前景企业，不断加大对地方经济支持力度，9月底，全行支持民营、个私、股份制中小企业共计xx多家，贷款余额xx亿元，比年初增长xx亿元，比6月末新增xx亿元。其中抵押贷款占总贷款比例首次突破3xxxx，，百分点，有效地拓展了市场份额，也进一步提升了我行地方银行的声誉和社会地位。

根据国务院领导加大案件专项治理力度，防范商业银行风险的批示，和中国银行业监督管理委员会办公厅《商业银行和农村信用社案件专项治理工作方案》，我行自4月下旬开始，案件专项治理组织发动、专项检查和整改总结全部三个阶段工作深入进行。

1、通过案件专项治理，进一步强化了会计基础工作。我行以《会计升级达标实施办法》为依据，对基层支行在执行账户管理、现金管理及规范操作方面结合案件专项治理，进行了本年度的会计出纳大检查和会计达标升级验收，分析检查出来的问题。

2、通过案件专项治理，进一步规范了信贷管理和运作。我行结合银监会贷款五级分类偏离度专项检查，着重对全市贷款五级分类准确情况、贷款抵押率规范情况、担保手续合法情况、企业关联交易情况以及本行内部多行贷款情况等进行了清理，有效地促进了信贷运作的规范管理。

随着金融业服务时代的来临，竞争将会日益激烈，而竞争的优势一方面体现在人才的优势上，另一方面体现在服务优势上。为打造服务优势，我行自下而上，从支行——各片——总部，在7月份广泛开展了“假如我是一个客户”演讲比赛，对机关开展了“假如我在基层”演讲比赛活动。演讲从分析一个客户的基本要求出发，从分析基层员工需求出发，实行换位思考，积极探索新时期农村金融服务的新思路、新方法，从而促进全行上下服务理念更新，服务水平提升，保持地方银行活力，促进xx商业银行更快、更好发展。

另外，以xx支行为试点的开放式服务在七月初正式亮相，运行初期就取得很好效果，深受广大客户地青睐和好评。开放式服务摈弃了营业大厅服务窗口上的铁栅栏，实行与客户面对面，心贴心的亲情化服务，从而拉近与客户的距离，使客户走进银行犹如走进家一样感到亲近、舒适。目前，营业网点开放式服务正有序向全市推广。我们相信，通过设立开放式服务区来提供优质服务，方便客户，一定能更好地诠释“离您最近，和你最亲”的服务宗旨，为进一步扩大市场份额，提升xx行形象作出贡献。

三季度，是第二届董事会第一年工作的冲刺阶段，针对前二个季度经营工作中存在的存款增长稳定性不够，资产质量优化进度不够，综合盈利能力、资本充足等核心竞争力有待进一步提高等不足，将继续围绕半年度工作会议提出“份额”、“效益”、“风险”和“形象”八个字抓好工作，向独立经营10周年献礼。

1、突出重点增存款，份额再上新台阶。

组织资金始终是银行工作的基础和重点。前阶段的结对子竞赛，取得了初步成效，但存款的稳定性不强，要继续突出存款增长，强化宣传攻关，强化竞赛考核，强化服务创新，持之以恒把“结对子、争份额、比贡献、争市场组织资金竞赛”活动开展得有声有色，争取存款市场份额再上新台阶。

2、紧抓拓展争效益，夯实资本充足率。

今年是我行享受所得税减半政策的最后一年，三季度要继续围绕我市经济发展的热点、重点，紧盯我市临江开发、开发区建设、工业集中区建设，瞄准有效资产抵押企业，紧抓传统业务拓展，加大支持力度，尽力拓展市场，争取效益最大化。同时，要继续强化各项管理，搞好年内各项财务核算，尽力控制不合理费用开支，反对铺张浪费，杜绝跑、冒、滴、漏，防范各类案件发生，争创最佳效益，扎扎实实地提足资本充足率和各项拨备率，向全体股东交上一份满意的答卷。

3、狠抓难点求突破，奋力提高资产质量。

信贷资产质量始终是我行效益的根本，始终是我行快速发展的根本。三季度，要抓住年终企业资金回笼较多的有利时机，锲而不舍活资产，一步不松降不良，争取余额占比双下降。一要抓紧以规范信贷五级分类为抓手，加快我行信贷管理系统建设，早日为我行强化信贷管理提供科学决策工具。二要集中力量做好中央银行专项票据兑付工作，争取央行资金扶持政策落实到位。三是以控制不良贷款产生为出发点，全面完成对支持类企业、控制类企业、和压缩类企业的清理工作，为明年进一步强化信贷管理打好基础。

4、强化宣传树形象，努力营造发展环境。

要抓紧我行独立经营10周年庆典准备，设计系列宣传方案，大搞舆论宣传，深化、细化、延升ci形象策划，促使我行办公场所、办公用品、宣传资料、仪表仪容、服务用语等硬件、软件建设上档次、有规格。要拓展优质文明服务新思路，强化行风建设，塑造品牌形象，为xx商业银行增添新的活力。

**银行开门红工作总结报告篇七**

支行在开展全面工作的同时，也认真贯彻支行领导班子的经营战略及决策，不仅要注重业务发展，也强调风险防范与内控管理，使\_\_\_\_支行的各项业务稳步提升，力争完成全年目标。

现针对20\_\_年开门红工作情况以及经营中存在的问题进行一次全面的总结。

一、各项经营情况总结。

1、业务经营情况。

截止20\_\_年3月31日，\_\_\_\_支行各项存款余额41077万元，较年初上升1655万元，其中个人存款较年初上升911万元，完成开门红任务的130.18%，对公存款较年初上升744万元，完成开门红任务的50%;信用卡完成19张，完成全年任务的67%;贵金属业务实现中间业务收入0.04万元，完成开门红任务的6.9%;收单支付完成新增有效户数8户，完成开门红任务的100%;掌上银行及个人手机银行净增户数222，完成开门任务的96%。

2、明确任务，制定目标。

针对支行制定的目标任务，\_\_\_\_支行进行了详细的目标计划安排，并将任务进行细分，逐个落实到每一位员工中，并在每周对员工的业绩完成情况进行通报，在鼓舞员工工作积极性的同时，也激励了员工的工作热情。

3、业务营销中取得可喜成绩。

在年初七里河支行开展的“开门红”业务营销竞赛活动中，我行的各项业绩虽有不足之处，但也形成了比学超赶的工作氛围。开门红各项任务情况务完成的较为良好。

4、创新营销，效果明显。

在进行客户营销时，我支行摒弃了传统的营销模式，改变了一线网点人员单打独斗式的营销，实行全员联动的轰炸式营销，通过各种途径巩固老用户，吸纳新客户。在全员的共同努力下，在“开门红”期间，我支行成功营销对公存款5000万元，营销对公贷款150万元。

二、经营中存在的问题。

1、单位存款占比较少。

在我行的日常业务中，单位存款余额仅为3700万元，仅占支行存款的9%，占比较少，留存率较低，并且缺少了优质企业客户，严重制约了我行的发展。

2、业务操作差错时有发生。

在实际的会计业务中，部分员工因工作不够细致，仍存在一些差错，业务操作规程有待进一步规范，因此，在未来的工作中，我行将严格执行分级授权制度，加强监督，确保业务准确率。

三、后三季度重点工作安排。

针对我行20\_\_年开门红经营情况及经营中存在的问题，特提出以下重点工作，期待在后三季度有更好的业绩展现：

1、在后三季度的工作中，我会把重点工作放在存款、贷款推荐、和电子银行业务上。带领全行员工积极做好低成本存款营销工作，加大宣传力度，主动走访企业客户及周边社区、居民区，积极开拓新的存款来源，并使之持稳定态势发展，对待优质贷款客户要尽量做到推荐一户，成功一户。

2、电子银行业务也是影响我行一季度业绩的一大绊脚石，因此，在后三季度的工作中，我们会在掌上银行、信用卡等方面积极做好营销方案，利用走街串坊，联系身边亲朋好友为其上门办理业务从而提升我行的电子银行替代率。

3、目前，我行中间业务拓展缓慢，因此，在后三季度的工作部署中，我们应竭力寻求新的经济增长点，将存款、收入与发卡、布放智能pos机相结合，积极开展代收代付业务，提高中间业务的比重。

4、在后三季度的工作中，我行将加强优质文明工作，树立良好的社会形象，做好各项党建工作，加强员工培训，不断提升服务品质，从而满足广大客户的金融服务需求，提高客户满意度。

20\_\_年，\_\_\_\_支行全体员工将在七里河支行党总支的正确领导下，一同振奋精神、扎实工作，提升服务品质，力争完成全年各项任务!

**银行开门红工作总结报告篇八**

开门红结束了，这段日子过的很忙碌同时也很充实，感觉自己是在学习中成长，在成长中进步，这段时间过的特别的值得。

外部环境上，我在二月末从高柜调到了低柜，工作需要进一步去学习和适应，同时低柜业务的种类也让我需要不断给自己充电，在工作之前我一直希望自己可以从事国际业务，这次终于有了机会，国际汇款、光票、汇票、旅行支票，这些曾经只是在书本上听过的名词如今终于有机会去尝试去了解去办理，这都要感谢两位主任给我提供的锻炼机会，才能让我去了解和掌握银行的知识，但是我深知这还只是银行的皮毛，我还需要更多的去充电，去锻炼自己，我也希望自己的生活中明天都充满挑战，这样才能鞭策自己不断的进步；在低柜也做了一个半月了，感觉业务上基本可以应对自如，当然还有很多细节上叫不准，吃不透，相信会在未来的一段时间不断去积累不断和老员工学习来提高自己。

绩效不理想的原因很多，每天我也会想很多，工作该怎么做，有件事我觉得是让我欣喜的，我在不断的提高自己，我觉得自己这段时间的进步很大，我开始有意识的积累客户，花时间去电话回访，建立起良好客户关系的现在有三个客户，资产都是百万的优质客户；同时我觉得柜台营销很重要的一点就是增加开口率，说的多了机会自然也就多了，低柜可以和客户更近距离的接触，成功的概率也就相应的提高，我发现很多客户在办理业务的时候还是愿意和自己闲聊些家常的，我想在建立起信任的基础上营销就不是有太多的\'心理障碍了；我在学着用记事本记每天发生的事，需要我解决和跟踪的事，需要我回访的客户，以前总是发生很多事，但是都记不住，有的干脆第二天就忘了，所以有一个记事本记录每天需要跟踪的事让我工作起来更有规划；跟踪事件的进程让我觉得很有收获，上个月末从香港划来的7000万港币让我觉得很有成就感，虽然我没帮上太大的忙，但是跟踪整个事件的进程让我学会了很多东西，当时听国结说要进来7000万港币，我就想要是能留在咱营业部就好了，然后和主任汇报，协助国结关注这个帐户，然后和公司把这笔留交的钱进账，看主任和公司进行协商，最后留在我们家20xx万，感觉这件事很有成就感，晚上又去国结报文，第二天才知道这笔款项应该算在资本项下，又给个金打电话询问该怎么上报。过了几天这笔款项有些多余的余款需要原路退回，我又给高姐做的国际汇款，再和个金和国结沟通这属于资本项下还是投资项下的，怎么申报，总之这件事打了很多电话，和很多部门进行了沟通，跟踪这件事让我学到了很多，毕竟这么大额的款项不是经常能碰到，学习业务的同时也锻炼了自己的沟通协调能力，感觉这件事让自己很有成就感。同时也让我知道，很多部门都是只知道自己的那一块，对别的部门不了解，所以我想跟踪一件事可以让我知道整件事的过程该怎么做，可以了解很多自己平时不知道的东西。总的来说我对自己开门红绩效的完成情况不是很满意，但是我对下一个季度的工作充满了信心，我想自己有能力做的更好，我是个不服输的人，我不想比别人差，我总是会告诉自己别人能做到的事自己也能做到。

**银行开门红工作总结报告篇九**

做为一名监控人员，能自觉遵守工作纪律，严格按照站里的各项制度来约束自己，取得了一定的成绩。

当班发生的一切突发事件和难以解决的问题及时请示或报告给站长，站长采取措施予以解决。尽量杜绝放人情车在本班发生。

在交接班时交代监控设备的运行情况，确保录象过程的连续完整。通过自己的学习和请教，能初步掌握电视监控设备的使用。操作和简易维护，保证设备正常运转，充分发挥现代化设施的作用。

在上下班之际打扫室内卫生，做到无杂务，窗明。地净。墙洁，让自己和他人都能保持愉快的心情上岗。

严格执行站里的规定，按作息时间上下岗，小病坚持。有事推迟，爱岗敬业，有较强的事业心和责任感。

展望明年，充满了信心，即使道路坎坷荆棘，只要我们团结友爱，同心同德，一定会做到最好。

**银行开门红工作总结报告篇十**

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。

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。

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200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200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1000元(含)以上，赠送价值100元礼品;。

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品;。

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品;。

刷卡消费达20000元(含)以上，赠送价值300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5000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。

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。

2.结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

(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。

(2)切实促进个人储蓄存款业务。

9月、10月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季节特点，大力吸收储蓄存款。抓住国庆节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。国庆节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户。

**银行开门红工作总结报告篇十一**

对于我行春天行动开门红的对策：

转眼一年一度的“开门红”即将到来，对于我行的业绩是个很好的提升机会，我们要抓住机遇做好各方面的工作来迎接。在我看来我们重重之中就是要做好理财业务，不论是我行自己推出的每期理财产品还是代理的保险、基金。“思路决定出路,眼光决定财富”。多数人依据习惯思维判断,农民的理财观念相对保守,但客观现实是农村理财投资渠道缺乏,农民不得不选择储蓄。但在现今的农村,不少农民通过外出学习、工作,对投资理财有一定的了解,头脑十分灵活。

因此,金融行业应加大对农村关于投资理财的宣传和引导。农业银行和农村信用社可以在农村农村设立理财中心,邮政储蓄加大基金、保险代理力度。各类金融组织也应组织服务下乡。

近年,我国商业银行相继推出了理财中心和理财产品,国内个人理财业务方兴末艾,市场前景十分广阔。特别是零售业务的快速发展,它的作用越来越突出。从一定意义上说,它关系到银行的兴衰大事。

从银行战略层面考虑,无论怎么强调理财产品和理财市场的重要性都不过分。从眼前看,资本市场的活跃,导致储蓄不断分流,迫使银行必须推出收益率高的理财产品遏制新增储蓄下滑的势头。从长远看,央行几次调整利率,不仅表明利差在收窄,还会使商业银行在定价、债券市场缩水等方面面临多种风险。“近忧”和”远虑”迫使商业银行必须加快推进经营方式、结构和盈利方式的战略转型,大力推出理财产品等不占用资本金、不占用信贷规模的中间业务。

从需求层面看,农民投资渠道狭窄,只能在无风险、低收益的产品(国债、存款)和高风险、高收益的产品(股票、主要与股票挂钩的基金)间进行选择,银行理财产品可以填补中间的空白地带,为居民投资多元化和商业银行开拓新的利润增长点带来了良好契机。

理财业务是一把“双面刃”。不管怎样的“利器”,在把握风险、做好内控的基础上,通过产品价值最大化实现客户价值最大化才是理财的终极目的。当然理财业务因其涉及面广、专业性强、复杂度高,对境内商业银行的组织流程、业务模式、专业人才等提出了新挑战、新课题。在农村进行理财业务的推广中,非常有必要做好相应的扎实工作。

(一)开拓农村金融市场首先应改善农村金融理财环境。

1、加强硬件设施建设。农村信用社应积极利用现有网络资源,探索符合现代农民需要的理财业务,建立健全个人理财的服务营销、风险监控体系和技术支持系统。如可在农村农村设立理财中心,推出满足农民特征化要求的“农民理财顾问”。同时针对实际加强理财产品的宣传和风险提示,组织农民开展金融投资知识、理财产品宣传。大型商业银行则可增设自助存取款设备,延伸金融服务触角。

2、设计适合农民的.理财产品。应充分考虑城乡差别,针对农村居民的经济、生活和金融知识水平,开发符合农民理财需要和理财心理、操作简单方便,且风险低、收益稳定、能随时赎回的金融理财产品。如可针对农民目前关注的子女上学、养老问题,适当降低教育储蓄产品的准入条件,设计专门针对农民养老的投资理财产品等。对有较高风险承受能力的农民可加大办理开放式基金、分红保险等理财产品的力度。对于理财业务尚处于起步阶段的农村信用社,可侧重于帮助农民了解金融知识、建立家庭资产档案、制定并论证资产增值计划、传导各种理财投资信息等,使农民排除恶性负债,控制良性负债,理性选择投资方式。

(二)理财规划要做到既顺应历史潮流又要有前瞻意识。

当前,银行要积极顺应历史潮流,不断地适时地推出新的理财产品,应对由于资本市场和直接融资的快速发展对商业银行造成的“金融脱媒”压力,满足客户的投资需要。同时,随着我国经济日益多元化、国际化,我们还要充分利用中国银行外汇资金的传统优势,充分利用利率、汇率、信用等管理工具,满足客户的避险需求,提供挂钩国际市场的理财产品。为实现上述目的,围绕发展理财业务实现流程再造深入性和业务规划长远性的紧密结合。

目前农村的理财市场潜力巨大、方兴未艾,但理财专业人员的危机意识不可或缺,前瞻性研究不可缺少。在理财产品的推广上,不能一哄而上,要根据本地的实际情况,有所为,有所不为。

(三)农村理财要做到专业性和通俗性相结合。

个人理财的推出是对银行综合实力,以及对市场需求的判断和反应能力的检验,从一定意义上说它代表银行零售业务的水平,理财是各种经济信息的汇集和综合。因此,要贯彻战略合作理念,与农村保险公司、证券公司等全方位的合作,互相依托,共同做强,建立长期稳定的合作伙伴关系;要充分利用合作伙伴的核心资源,渠道资源、品牌影响力为个人理财vip客户提供更多的高附加值服务,想方设法稳定住现有客户,赢得客户持续的忠诚。充分利用和挖掘现有产品、服务和信息资源,为优质客户提供个性化、全方位的服务。

现在的理财产品同质性多,差异性还没有拉开。如何让客户靠近你、了解你、购买你,依赖于理财经理独辟蹊径的推介和深入浅出的阐述。这种介绍不能绕开对客户的风险提示,实际上这也是对投资者的教育和保护,促使客户树立正确的投资理念,使银行避开潜在风险。

(四)拓宽理财营销渠道,建立完整的“理财”产品服务体系。

理财服务一方面通过实体渠道(理财工作室、理财专柜)与客户进行面对面接触,通过理财专家讲解理财知识,让客户在理财的安全性、收益性、流动性等方面权衡利弊,进行适当理财;另一方面则依靠call-center以及各种电子通讯手段(电话、互联网、手机短信)进行在线理财、移动理财并实施客户的理财方案。

完整的“理财”的产品服务体系将包括:。

1、基础账户服务:存取款、银行卡、个人结算、银证转账等;。

2、投资类产品:外汇投资理财产品(外汇宝、汇聚宝)、纸黄金、保险、基金等;。

3、信息咨询服务:理财规划、投资财讯及非银行类信息服务;。

4、增值类服务:银行产品价格及费率优惠等。

总结。

农村理财市场比城乡理财更难营销，农民同志思想守旧，解放思想加强宣传工作是首要任务。中国的农民不是美国的的农民，中国的农民都是省吃俭用积累的财富也经不起任何金融风险的打击。这就要求我们在设计理财产品的时候要控制好管理风险，法律风险，技术风险；体现为农民服务的宗旨。农民也需要金融市场不是只有单纯的储蓄一项投资方式。农民了解更多的理财投资方式这样，并让农民知道不同的投资方式不仅能控制风险还能套期保值获得更多的收益更多的利益。

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