

银行营销工作计划表(精选8篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

银行营销工作计划表篇一

20xx年一季度全市主要银行金融机构存款基本都是增加的，同期我行存款是下降的，应对越来越激烈的存款竞争，制定一个完善而有效的存款营销策略成为当前最为迫切的前提！一个好的营销方案将会成为扩充市场、延伸品牌度的有效手段。

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

成立xx支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王xxx任组长，副行长xx任副组长，副行长xx及办公室xx、营销部xx为成员。领导小组下设办公室在办公室，具体负责“百日存款竞赛”的营销体系建设工作的组织、联络、协调、督查、调度和考评。

本行存款的结构特点（应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情景；主要贷款户派生存款情景等）。

从xx支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是xx存款不能持续稳定增长的关键点之一，储蓄存款源的溃乏，对单个帐户的过于依靠，是影响xx支行存款的持续稳定增长的主要原因之一。

（一）稳定性因素：

（1）由于受社会经济运行规律的影响，每年初都会有很多的易变性存款和准易性存款在短期内急聚沉淀到各金融机构。但该类存款流动性大、平均占用天数低，稳定性较差。在没有新的、相当量的新存款源补充的前提下，弥补该部分存款流出后留下巨大资金空缺，需要投入更大的精力和经历更长的修复过程。这是引起xx支行存款下滑的主要原因之一。

（2）个别客户的存款波动较大地影响到xx支行存款资金的稳定性，短期内还难以补足。

（3）居民消费需求不断增长，储蓄心理不断减弱。新客户群体的增长和老客户群体的维护工作需要不断改善服务，供给适宜的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使xx支行一季度存款工作开展较为困难。

（4）新开立的存款帐户的数量大而质量欠缺，一些帐户开立后长期使用效率低，由于新增帐户存款余额的增长乏力，起不到推动作用，无疑浪费了前期投入的人力和物力成本。也是造成xx支行存款不能自然修复和回升的原因之一。

（二）金融政策及居民心理因素：商行属地方性银行，与国有商业银行相比，无论从营业环境、硬件设备、产品的科技含量、网络覆盖面，以及服务手段、服务资料，都不在同一个起跑线上。相对于国有商业银行强大的技术手段、雄厚的资金实力、坚实的国有体制后盾、以及几十年来在社会公众心目中树立积累起来的‘卓著信用。是商行在短期内无法到达的目标。加之国家政策宣传多年来一向偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了必须影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。所以，这对吸收社会公众存款的本事和范围有较大的限制和制约。

（一）优化存款结构：一方面努力提高存款的稳定性，增加定期储蓄存款部分，寻找和吸收新的存款客户，在确保存款总量即定的前提下，加强存款自我更新，自我补充的本事。第二、优化存款质量，建立信用客户群体，资金运用将偏重于有较好优势发展的企业，为其供给配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标、）

（二）改善服务资料、优化服务手段：一方面，注重优质客户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护，对每三位小企业客户经理配置专人进行存款、中间业务、理财产品的营销，对此类人员的应挑选业务本事、表达本事、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是经过信贷营销部门的供给的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面经过对支行供给的客户信息来开展长期不断的存款大户维护工作。着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，经过对优质客户信息的比较、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，进取发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

（一）开展储蓄竞赛活动争揽存款：制定强有力的激励措施，树立团体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，全行全力争揽存款。

（二）以理财产品挖转存款：抓住理财产品收益高、发行期次多、资金回笼快等优势，将他行客户作为主攻点集中力量挖转，且要随时关注发行的很多信托理财产品到期时间，组织人员与大额储蓄客户进行了电话随访，与客户“零距离”接触，做到将所有信托理财产品和大额客户到期的存款都顺利转存。组织人员及时对公存客户帐面上大额存款资金进行了解，对暂时不用的存款为客户做好理财，提示转存为7天通知存款或定期存款，并做好其他业务的营销拓展工作，带动保险、基金、黄金等理财产品的快速销售，带动储蓄存款稳定增长。

（三）以结算沉淀存款：进取分析存量客户的资金运作情景，利用网银转账功能做好付款方、收款方资金划转，确保资金在支行内部循环，确保储蓄存款稳定。

（四）以代发工资吸收存款：先以借款企业为突破口来办理代发工资业务，再经过和xx区、新市区□xx区工商局联系，以区域内所有企业为目标，以代发工资为突破口，二类支行和营销部门、综合业务部门协同营销，主动实施“一揽子”金融服务，促进存款、理财、电子银行等业务协同快速发展。

（一）落实营销环境：将营销措施落实到二类支行、营销部门负责人，要负责人引起高度重视，借以调动全员存款营销进取性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给本事就是提高资产创立本事”的观念。其次在全行召开“人人抓存款”活动动员会议，组织全体员工认真学习营销，围绕任务目标统一全员思想，使大家从全局和长远的角度牢固树立服务客户、加快发展的意识。从营销环境上要落实从行领导到一般员工，人人坚守“团结激发活力、团结激发智慧、团结激发斗志、团结创造奇迹”的信念。

（二）落实营销人员：要求窗口服务人员成为存款总量扩充的主力军。在对现实、潜在的优良客户进行分类排队的基础上，锁定目标客户，把握营销重点，开展高端营销和亲情营

销。其次要加强营销部门的存贷款综合营销，强化以贷款带动存款的营销措施，确保客户资金在我行体内循环，降低实贷实付的影响。

（三）制定考核办法，建立激励机制，使存款营销工作目标明确，职责落实到人，将存款任务的增长与二类行全体员工、营销部门人员的绩效工资20%挂钩。并落实二类行和营销部将任务层层分解落实到每位员工，及时下发存款营销情景通报，激励先进、督促后进。每旬由综合业务部对此次活动进行效果评价，活动的策划方案实施情景如何，活动是否到达了预期的目的，客户对活动的反映如何等等详细地进行评估。

银行营销工作计划表篇二

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2018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，采用“对接对子”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。

银行营销工作计划表篇三

银行保险的`市场营销策略是由一系列的决策和行动方案组成的统一体，其目的是利用银行和保险公司双方的资料来完成经营目标。总结欧美银行保险的经营经验，营销策略的制定会受到银行品牌、销售渠道等四大要素的影响，忽视任何一个要素都会导致策略的失败。这四个要素对我国银行保险的发展有重要的启发意义。

银行保险的市场营销策略应该充分利用银行商誉对顾客的影响。客户普遍认为银行在咨询服务及专业知识等方面均优于保险代理人。合理的银行保险策略会充分利用银行良好的商誉，银行保险人将保险产品纳入到银行提供的产品中，并通过银行基本的通路进行销售。在欧美国家，银行的许多销售

渠道都是依靠银行良好的品牌支持才得以畅通。对于顾客来说，银行是金融服务的提供者。它不仅提供传统的银行服务，还提供个人风险管理服务。

银行保险的销售模式应该完成以下目标：首先，该模式能充分调动有关银行人员的积极性。第二，该模式能满足银行客户的金融服务要求。第三，该模式能够有效地利用现存的银行经营网点。第四，该模式能充分利用银行的其他销售渠道所提供的多种销售机会。最后，该模式能依据保险产品特点选择销售通路，使二者协调一致。

银行保险最突出的优点是有效利用银行现有的销售网点，节约经营成本。银行保险的经营使得每增加一个客户所带来的边际成本是可以忽略不计的。银行保险人削减了传统保险人因招募、精选、培训代理人所引起的巨额成本。这部分减少的成本可以通过降低保费使客户获益，从而增强银行保险人的竞争力；也可以保持保费不变而直接提高银行保险人的收益率。因为寿险市场的保险产品的需求价格弹性不大，因此银行保险人往往采取后一种决策。

欧美的银行保险人均运用一定的技术来收集、分析银行数据库中的客户信息，并以此发掘客户的需求，开发出交易简便的保险产品。

通常银行所掌握的客户资料都隐含有客户购买习惯、经济地位及理财经验等重要信息，但这些宝贵的资产是许多银行，包括大型的经验丰富的银行都没能有效利用的。运用某种技术来处理这些有关客户经济行为的信息可以为保险产品的设计和营销提供有价值的线索。例如，客户通过向银行按揭贷款购买一套房屋，这一行为就与许多保险产品相关。就传统的保险人而言，有关保单持有人的个人行为信息是难以获得的。即使获得也只能通过其代理人，而代理人可能为了自身的经济利益而阻挠保险人与客户的直接接触。

此外，银行保险人还通过技术尽量简化保险产品的购买程序，从而使得客户通过银行购买保险产品完全不同于传统方式购买保险产品，这个过程让人感觉更加愉快、轻松。用传统方式购买保险产品意味着频繁与代理人接触，经历繁复的承保过程，而这些过程在银行保险都可以省略。对于保险这种无形商品，购买过程本身就是产品十分重要的一部分。银行保险人应充分发挥技术的作用使购买过程更加简便、流畅。

银行与保险公司不同的经济利益引起了企业文化的冲突，而银行保险的市场营销策略会反映出这种冲突。保险公司的经营策略中如果缺少银行的承诺，那么任何银行与保险的合作计划都将失败。要使得银行承担义务，最有效的方法就是让银行分享保险公司的经营获利。因为保险公司的经营会影响银行利润，这就有效地激励银行积极参与和支持保险公司的经营策略。

在某一种具体情形下，四种关键要素中可能只有一种是最重要的。例如，某些情况下，解决企业文化冲突的问题是最重要的，而另一些情况下，发展完善银行保险的技术却是首要的。但无论怎样，银行保险人要综合考虑四种要素，以制定出完善的营销策略。

银行营销工作计划表篇四

××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%。

银行营销工作计划表篇五

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！

一、__年上半年工作总结

（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同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。

三、下半年工作计划及思路

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，一旦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与当地媒体报道，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 and 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。

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

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、对责任人进行处理。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

- 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

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、工作闲瑕时间自学；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。

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。

银行营销工作计划表篇六

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*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。20xx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。20xx年下半年要努力实现新开对公结算账户*户，结算账户净增长*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、世界强、纳税前*名、进出口前强”等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。

银行营销工作计划表篇七

截止3月末我行政府机关类客户存款合计为xxx亿元，其中各级财政系统存款合计xxx亿元，其他政府机关类客户存款较少，如医疗卫生系统存款xxx亿元、文教系统存款xxx亿元。

1、做好信息收集工作、摸清客户情景

政府机关类客户具有较强的政策性，政策变化会对政府机关类客户产生极大地影响，做好政府机关类客户的营销工作，核心问题就是把握好政策。如：政府客户、事业法人单位的组织架构、组织形态、主体资格认定等问题，国家投入和地方政府投资方向、投资运作方式、行业优惠政策等。从研究分析政策入手，把握政策变化趋势，有针对性地开展营销工作。由副行长、总监带队，经过组织人员广泛收集客户信息。每月确定一个小类的政府机关类客户为当月主要目标，组织相关人员重点了解政策信息、摸清客户情景，结合收集到的客户信息和我行目前的客户情景，为全面介入营销工作打好基础。

2、根据掌握信息，做好联动营销

按照客户所属部门或条线细分客户类型，确定具体的公关对象，由副行长、总监带队，相关支行行长为成员构成攻坚小组，每月确定一个攻坚条线，经过突破其中一个客户或上级机关的方式，开展专项联合攻坚行动，拓展我行在该条线的市场份额。

政府机关类客户具有专业集中、条块管理分明、管理标准相对独立的特点。客户之间往往具有较强的同一性，可利用同一条线客户之间的联系进行统一营销，如借助卫生局的关系

统一营销各医院客户、利用教育局的联系统一营销各学校客户等。

3、做好延伸营销和综合营销

对于已建立联系的客户，由支行（部）指派专人进行日常维护，比照授信业务的贷后管理模式，对该客户进行维护管理，及时掌握客户资金变动情景，做好下游客户的营销。

政府机关类客户具有延伸性和综合性。该类客户具有资金源头作用，能够经过他们做好拓展下游客户的前期准备，开发下游客户的金融需求和延伸服务的需求。营销介入政府机关类客户在做好资产和负债联动营销的同时，有、有步骤、有系统的营销相关下游客户，充分发挥这些客户授信营销风险相对较小、存款营销潜力较大的优势，整体推进，打好长期稳定合作的基础。

4、加强考核激励机制

（1）月度攻坚目标新增考核

本考核以该月确定的攻坚目标客户在我行的存款月日均环比增长》0为启动条件，以各支行（部）该类客户存款月日均增量为评价指标。按照该类客户在我行存款月日均环比增量的1元万，提取月度攻坚奖励，由该类客户存款增长支行按照增长比例分配。

（2）月度政府机关客户增长考核

本考核以所有政府机关类客户在我行的存款月日均环比增长》0为启动条件，以各支行（部）该类客户存款月日均增量为评价指标。按照该类客户在我行存款月日均环比增量的1元万，提取月度攻坚奖励，由该类客户存款增长支行按照增长比例分配。

截止3月底，我行对公贷款达xxx亿元，但授信公司类客户存款仅为xxx亿元，授信客户贷款与存款之比仅为1:0.2，存款比例严重偏低。据了解，部分同业在向客户发放贷款时，提出的存款条件为贷款：存款比例到达1:1，甚至到达1:2。

对于现有的授信客户，应进一步深入挖掘客户潜力，从日常结算和存款等方面，进一步提高其对我行的综合贡献。拟由副行长、总监、支行行长构成攻坚小组，对各支行授信客户进行攻坚，加大授信客户存款占比。同时围绕现有客户的上下游关系，选择部分优质客户开展产业链营销。

要求各支行（部）梳理现有的一般公司类客户，深入了解客户需求，如授信融资、代发工资、代理收付、上门收款等多项业务需求。经过发展授信业务等多项业务，增强客户对我行的依靠性，同时提升其对我行的综合贡献度。

银行营销工作计划表篇八

20xx年，我满怀着对金融事业的向往与追求走进了中国工商银行深圳分行福田支行，在这里我将释放青春的能量，点燃事业的梦想。在福田支行，我从事着一份最平凡的工作——柜员。也许有人会说，普通的柜员何谈事业，不，柜台上一样可以干出一番辉煌的事业。卓越始于平凡，完美源于认真。我热爱这份工作，把它作为我事业的一个起点。作为一名工行员工，特别是一线员工，我深切感受到自己肩负的重任。柜台服务是展示工行系统良好服务的“文明窗口”，所以我每天都以饱满的热情，用心服务，真诚服务，铭记“三心”“五量”思想意识，以自己积极的工作态度赢得顾客信任。时光飞逝，来福田支行已经一个年头了，在这短短的一年中，我的人生经历了巨大的变化，从一个对银行柜员营销比较生疏，到有所了解，有所营销心得，其中也得到领导的信任、关心和指导，同事耐心地帮忙，使我受益良多，帮助我在业务上创造佳绩。

在银行柜员营销方面，我主要有以下几方面的心得体会：

第一，在思想与工作上，我能够更加积极主动地学习工行的各项操作规程和各种制度文件并及时掌握，各位同事的敬业与真诚都时刻感染着我。在工作期间，我能够虚心向同事们请教，学到了很多书本以外的专业知识与技能，也更加深刻地体会到团队精神、沟通与协调的重要性，同时为自己在今后的成长道路上积累了一笔不小的财富。在工作方面，我有强烈的事业心和责任感，我能够任劳任怨，不挑三拣四，认真落实领导分配的每一项工作与任务。日常我时时刻刻注意市场动态，在把握客观环境的前提下，研究客户，通过对客户的研究从而达到了解客户的业务需求，力争使每一位客户满意，通过自身的努力来维护好每一位客户。

第二，在技能方面，我个人也能够积极投入，训练自己，这一年中，我始终保持着良好的工作状态，以一名合格的工行员工的标准严格的要求自己，立足本职工作，潜心钻研训练业务技能，使自己能在平凡的岗位上为招行事业发出一份光，一份热。

第三，对市场的了解，销售任何一件产品除了掌握产品本身之外，我们还需要将其准确定位，对于产品所对应的市场还应当有一个大致的了解。

第四，与客户面对面的交流，这一过程中我感受最深的是，在充分理解产品的同时，还应该充分了解大众心理，在与客户沟通当中，营造轻松，惬意的谈话氛围，广泛听取他们的诉求，充分了解他们想要得到什么，可以怎样得到，以及得到之后所能给他们带来的好处，及时耐心回答客户疑问，把适合的产品推荐给合适的目标客户。

第五，善于运用各种有利的时间和空隙，主动与客户进行交流，多跟客户沟通，捕捉任何有利的时机，随时随地创造有利的营销机会。

第六，保持积极的工作心态。我们每天都要同不同的客户群打交道，因此一些细节性的东西，往往会影响到与客户的交流，甚至会导致客户降低对我行业已建立起来的忠诚度，对于客户的拒绝应当用积极的心态去看待，切记不要因此而影响到自己销售的积极性，并对客户拒绝的原因加以分析，以便今后纠正改进。

第七，做好售后服务，对日常所销售产品的功能应当为客户详细予以说明，必要的话做好演示，提高客户对我行产品的使用度，为今后给客户推荐其他相关产品打下一个良好的基础。

我相信，机遇总是垂青有准备的人，终身学习才能不断创新。知识造就人才，岗位成就梦想。有一种事业，需要青春和理想去追求，有一种追求需要付出艰辛的劳动和辛勤的汗水，我愿我所从事的工商银行永远年轻和壮丽，兴旺和发达！