

最新银行厅堂营销演讲稿 银行柜面厅堂营销总结(优质5篇)

演讲是练习普通话的好机会，特别要注意字正腔圆，断句、断词要准确，还要注意整篇讲来有抑有扬，要有快有慢，有张有弛。那么我们写演讲稿要注意的内容有什么呢？接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇演讲稿吧，我们一起来看看。

银行厅堂营销演讲稿篇一

客户维系、挖掘、管理、个人产品销售工作

4. 结合市场客户投资理财需求，按照上级行工作部署进一步推进新产品上市，如人民币周末理财、安稳回报系列、中银进取博弈理财等、以及贵金属的销售。

自身培训与学习情况

在省分行的高度重视下，今年三月份通过全省对个人客户经理经过选拔和内部考核后，脱产参加接受xxxxafp资格正规课程培训。在自身的努力学习下，今年x月通过了全国组织的afp金融理财师资格认证考试，并于x月取得资格证书；通过afp系统规范培训，经过本阶段的学习后，提升了自己素质。

尽管我行理财业务已得到初步发展，但由于理财业务开展起步较晚，起点较低，使得理财业务发展存在规模较小，与同业比较存在较大差距，存在人员不足、素质不高、管理未配套等问题。目前，我行为扩大中间业务收入，仅仅在发展代理保险，代售基金是远远不够的，产品有待更丰富，理财渠道有待拓展，我行的特色产品：汇聚宝，外汇宝，纸黄金，人民币博弈等许多特色理财品种还没完全推广开(受营销人员，业务素质等方面的制约)缺少专业性理财。

不足处

2. 营销力度薄弱，需要团队协作加强营销，没有充分发挥个人能力；

2. 不断加强素质培养，作好自学及参加培训；进一步提高业务水平

3. 加大营销力度推进各项目标工作，有效的重点放在客户量的增长。

4. 结合我行工作实际加强学习，做好it蓝图新系统上线工作，做好20xx年个人工作计划。

银行厅堂营销演讲稿篇二

尊敬的各位领导、各位评委、同事们：

而在于追求什么的过程！一直以来，最喜欢的一句话是人生的快乐不在于拥有什么。把不时挑战自我事业上不断追求、不时逾越，作为自己的人生目标。今天，还是这句话的激励下，步履坚定地走上了这个逐梦的讲台，参与省行营销团队主管的竞聘。希望以我能力赢得这一岗位，以我自信赢得大家的掌声！

大家好！叫,x年出生。大专学历。年来到中国银行分行工作。年月至今，一直担任中行营业部理财团队大堂经理。

先，我具有丰富的工作经验众所周知，经验是做好工作的基础和前提。屈指算来，我参加工作已经十多年了。这十几年来，我从基层做起，一步一个脚印的成长和成熟起来。岁月带给我的不仅是阅历上的成熟，还使我在不同工作岗位的锻炼和磨砺中，积累了丰富的工作经验，使我成为既具有扎实

的理论基础，熟悉国家金融政策和法律法规，又善营销，会管理，工作中能够独当一面的复合型人才。而且，在工作中，我接触了大量的客户，并与客户建立了良好的关系，储备了丰富的客户资源，这些为我做好今后的工作奠定了坚实的基础。

第二，我具有较强的综合能力

我性格开朗外向，具有很强的亲和力，善于与他人沟通和交流，能够以自己的真诚热心和细致周到，迅速拉近与他人的距离，具有较强的沟通和协调能力；同时，我具有较强的营销能力。常年与客户接触和交流，使我能够站在客户的角度，揣摩客户的心理，了解客户的需求，以良好的服务意识和水平，为客户提供周到细致的服务，赢得了客户的信赖和选择，在营销工作中成绩斐然，先后获得省行存款先进工作者、省行优秀共青团员、省行营销员、总行先进工作者、全国中行系统百优青年、总行青年岗位能手等荣誉称号；另外，我还具有较强的管理能力。在对理财团队的管理中，我坚持科学管理，向管理要效益，以管理促效益，使理财团队的工作制度化，程序化，科学化，各项工作开展得井井有条。

第三，我具有良好的综合素质

我具有“大雪压青松，青松挺且直”的坚毅品格，在工作中能够做到不畏艰难，不怕挫折，不怕吃苦，勇于承担繁重的工作压力和挑战；我乐观、豁达，善于与他人相处，善于团结同志，具有良好的团队合作精神和群众基础，为做好工作提供了重要保障。

同志们，在激烈的市场竞争中，营销工作显得越来越重要，企业间的竞争很大程度上，已经演化为营销能力的竞争。所以，营销团队主管绝不是名利和荣誉的象征，而是一份沉甸甸的责任，是需要付出艰苦努力去完成的工作。作为营销团队主管，就是要积极思考，勇于创新，做好本部门的组织、

指挥、督促、激励和考核等各项管理工作，提升部门的营销业绩，为企业带来更大的利润。

第一，加强培训，不断提升客户经理的业务水平

客户经理是营销和服务的主力军，他们的素质决定了我们的工作质量。因此我要加强培训工作，对他们进行市场营销、行业解决方案、服务规范等全方位、多层次的培训，提高客户经理理解客户需求的能力、销售能力，人际沟通能力，谈判能力和自我管理能力，使他们个个成为经营服务的能手。

第二，加强考核，建立有效的约束激励机制

我们要建立健全各项考核指标，加大对员工业绩考核的力度。通过考核，强化员工的敬业意识，激发员工的工作热情和主动性，提升业绩；同时还要重视做好对员工的激励，可以通过业绩评比，优秀员工评选等活动，增强员工的荣誉感，充分调动员工工作的积极性。营造奋发向上，拼搏争先的良好氛围。

第三，加强服务，以优质服务赢得客户

为了争取更多的客户，我们要打造自己的服务品牌。我们要完善服务功能，真正使客户进门有舒适感、临柜有亲切感、离柜有留恋感，以此留住老客户，吸引新客户；同时，对重要客户可以采取电话预约、优先办理，上门服务等方法，增加客户的信任感、忠诚度和满意度。

第四，加强营销，千方百计拓展市场份额

我们要在不断完善普通客户标准化服务的基础上，以抢占中、高端客户市场为主攻方向，加强优质客户的信息搜集，建立详尽的档案，进行等级分类，避免营销的盲目性和随机性，同时要大力拓展我们银行卡类、网上银行、电话银行等

产品的销售，并实现资产、负债和中间业务的捆绑销售，进一步拓展我们的市场份额。

尊敬的各位领导、同志们，如果我的坦诚、自信与能力能够得到大家的认可，我将倍加珍视这一机遇，倍加努力工作，以自己的工作业绩回报大家的信任与厚爱。当然，竞争就意味着必然有人会被淘汰，我作好了充分的心理准备，成功的结果固然令人心醉，但追求成功的过程同样魅力无限，无论结果如何，我人生的这一乐章都无比精彩！我的演讲完毕，谢谢大家！

银行厅堂营销演讲稿篇三

任何东西的改进都是在原有基础上进行的，在开始的时候，我按照她们的记录方式来进行记录每天的定单情况，可后来发现有很多不便之处，我根据自己对工作的了解，做了一些改变，这样就减轻自己在工作中不必要的麻烦。

每当订单太多时，我必须要保持清醒的头脑，因为之前有由于订单太多而出现过一次当天没有及时签单的情况，这应该要引起我的注意，就是要注重细节，找出原因，进行改正。

在这项工作中，有很多东西需要自己去发现，去不断的发现与改变。

沟通技巧：

沟通是一门技巧，善于沟通是一门艺术，从心理学的角度来讲，站在对方的角度去思考问题，可能会收到意想不到的效果，但在与客户沟通时，我忽视了自己的出发点，没有注意到张弛有度，还有在开始时我没有注意到说话时内容上要讲求言简意赅。经过一段时间我发现了自己这方面的不足，既然发现了自己不足，就要找到方法进行纠正。

语气，在沟通时是一个很重要的环节，面带着微笑去和别人沟通，别人也会感受到你的微笑与阳光。

银行厅堂营销演讲稿篇四

一、爱岗敬业，与优质客户及代工单位已经建立了良好的合作关系。

二、乐于奉献，勇于开拓，廉洁自律，具有良好的职业道德。

三、12年的基层管理使自己积累了丰富的工作经验和处理各种问题的应变能力。

如果竞聘成功，我将围绕分行所定任务指标开展以下几方面工作：

以理财为主线，通过我行“利得盈”、“汇得盈”、“乐当家理财卡”“贷记卡”等高端产品在加强现有vip客户维护和管理的同时，在大众客户和优质代工单位中培养、挖掘更多的vip客户。将任务指标分配到人，根据每位所员维护和挖掘客户的多少给予不同的奖励。

前台人员固有的营销方式与建行不断推出的新产品跟不上，通常是单一营销某种产品或者只单纯办理业务。我所制定了定期学习制度，将各种新产品的功能、特点介绍给大家，通过学习培训，对产品的了解认可，使大家转变观念，紧紧围绕以实现价值最大化为核心，以创造经济增加值为目的，针对不同客户，实行差异化营销，在营销中注意组合搭配，对富裕客户重点营销，实行上门服务，亲情问候等，提升优质客户对我行的依赖度。

经初步测算，中间业务收入创造的费用前经济增加值高达60%以上，远远超过资产和负债业务。首先我所以“速汇通”实时到帐，功能全面的特点，大力营销给个体工商户，同时组

合营销借记卡和电子银行业务，既增加了速汇通手续费收入，又扩大了借记卡发卡量。其次以创造经济增加值为目的，调整存款结构，将客户两年以上定期存款逐渐引导为基金、保险业务，制定考核激励措施，调动所员营销的积极性，扩大中间业务收入，争取年底达到25万元。

随着金融业不断涌现的银行信贷案件给我们敲起了警钟，作为网点负责人要把防范风险放在首位，对所员加强风险防范教育，提高认识，使大家形成尊规守法的良好习惯，把各项规章制度真正落实到位。以身作则，坚持授权制度，杜绝越权操作。平时对所员多督促检查，做到有错必究，违规必罚。多组织学习，吃透各业务的风险点，减少操作风险，保证各项业务健康稳定发展，争创一流佳绩。

以上是我的工作思路，请大家批评指正，无论竞聘成功与否，我都会百倍努力，无私奉献，实现自己的价值。

谢谢大家。

银行厅堂营销演讲稿篇五

我自从##年10月起从事个人客户经理，至今只有半年左右的时间，在这短短的半年里，我的观念从原来的“我等客户”变为现在的“我找客户”，根据“二八定律”，20%的客户创造80%的利润，如何去找这20%的客户，于是我利用以前积累的个人业务知识以及在培训班所学的知识，慢慢地摸索，同时向公司客户经理及其他同事请教，现就柜面营销的一些体会，与大家共享。作为一名个人客户经理，主要的工作就是寻找客户资源、营销产品以及为客户提供服务。寻找客户资源，就意味着不仅仅与熟识的客户联系，还包括许多陌生的客户需要去开拓。在与陌生客户接触时，在坐姿、保持的距离、说话的语气、语速等方面有不同的处理方法。刚开始打陌生电话发展客户时，我感到有点怕，怕客户拒绝我，每次打电话之前先深呼吸几次，电话通了以后，噤里啪啦一口气把话

说完，语速很快，然后客户说等等，等等，你在说些什么，我再把话重复一遍，有些成功了，也有些失败了，每打一次电话，我就自我反省一下，下次再改进。

经过一段时间的实践，我在给客户打电话的时间、语速、语气等方面也稍微有了一点了解，每次打电话之前设想好几种方案：如果客户拒绝的话，该怎么讲；如果客户正在忙，那么又应该怎么与他预约下次联系时间；如果与该客户联系过几次了未成功，又该如何开口。要做到不怕拒绝，不怕失败，调整好心态。不能因为前一个电话遭到拒绝，就不敢打下一个电话，说不定下一个电话你就会遇到一个转折点。有时在柜面咨询，面对新的客户，我就根据客户的坐姿、穿着、谈吐等先大概的估计一下客户的性格，然后再通过交流来营销合适的产品。有时向客户介绍vip的优先优惠政策后，会觉得无话可谈，那么在客户填写资料时，就要特别关注一些，如兴趣爱好、需要提供信息方面等，先是无话找话，然后找出其感兴趣的话题，再多谈些。

我觉得在向客户营销产品时，交流和沟通是非常关键的。只有通过交流和沟通，才能知道客户需要什么，才能发现有时连客户自己都未发觉的需求，才能去向客户推荐产品。客户其实就是你最大的财富和无形资产，有了客户，就要对客户进行分类。在客户填写申请表以及与客户平时交流时，你要细心观察，根据客户的具体资料编制客户档案，对客户群进行分类，通过细分，明确定位。除了按照客户的要求分别提供信息，比如国债、基金、外汇等以外，另外针对每位客户对风险的承受能力，根据产品的特点，区别对待。

在向客户介绍产品时，我采用了多种方法，如对于老年客户，我就直接打电话；对于一些公司经理、老总，我就发手机短信或email[]简要介绍产品要点，然后让他们有兴趣的话就与我联系，我再为他们详细介绍。在编辑短信或email时，在用词遣句上都要仔细斟酌。比如，“我再为您详细介绍”这句话中的“为”，我原先用的是“给”，“我再给您详细介

绍”，但我总觉得有一种高高在上的感觉，后来改为“我再为您详细介绍”，把自己放得低一点，那么客户的感受就会比较好，营销产品成功的可能性就会高一些。还有，在营销产品时一定要诚信，不要为了完成指标而夸大其辞地去推销，该说的部分一定要说清楚，不能隐瞒风险，只有做到诚信，客户对你产生了信任，才会有事第一个想到你，买产品先到你这儿来问清楚再买，他在你这儿买觉得放心。

我有几位客户，他们购买基金一般都到我这儿买，而且，不光是自己买，还介绍同事或亲戚朋友到我这儿来买。对非vip客户，在不影响对vip客户服务的情况下，也尽量满足客户的需求，因为他们说不定就是潜在的vip客户或经过你的努力，在不久的将来也会成为你的vip客户。如有一位客户，她来办理“汇得盈”，但原来的存单密码怎么也想不起来，我就安慰她，让她慢慢地想，当时正在发售“银华保本基金”，她在旁边想，我在给其他客户讲解基金，结果这位客户在旁边听了我的讲解以后也坐了下来，让我帮她参谋一下，她的存款该如何安排，我问了她的家庭资产后，根据她的具体情况，建议她外汇购买“汇得盈”，另外10万人民币购买“银华保本基金”，另外一部分购买货币基金，以便将来股票基金发售时换成新的基金，这样就为下一次基金销售作好准备，同时她也成为我的vip客户。另外有一对老夫妇到营业室来看博时基金的净值，正好我没有其他的客户，于是我就让他们看我终端上的基金净值表，同时与他们闲话家常，结果他们告诉我，他们在美国女儿家呆了一年多，刚回来，博时基金认购好了以后就没关心过，现在回来了想了解一下情况。

于是，我就对他们说，你们的投资理念比较新，开放式基金是中长期投资的产品，我国刚刚开始起步，你们就已经跟上脚步了。他们后来在我的推荐下，购买了“汇得盈”产品，另外，开了现金本票，从工行划了15万存入支行专柜，过了几天，购买了“银华保本基金”。也成为了我的vip客户。由于对产品的介绍比较到位，而且针对不同的客户进行不同的

推荐，因此在今年的三个基金销售中，专柜的基金销售情况也都完成得比较好。其中有大概260万的资金是现金或是从其他银行划入的。为客户服务，不仅仅是微笑，也不仅仅是细心，还需要有专业的知识，而营销产品，更需要专业知识。专业知识，包括储蓄、保险、外汇、股票、基金、期货、宏观经济等各方面知识，不能想象，如果对一个产品不了解的话，如何去说服客户购买这个产品。我在每次营销产品之前，都要先熟悉产品，找出其卖点，在找出其卖点的过程中，需要先做大量的功课准备：比如产品的一些基本知识，与其相关的产品，与同行的相关产品比较，同一公司不同产品的比较等。比如现在正在发售的“华宝多策略基金”，它的卖点首先华宝兴业基金管理公司是第一批国家批准成立的中外合资基金管理公司之一，四大国有商业银行中我行是第一家与中外合资基金公司合作，其次，该产品引入国外成功的旗舰产品，另外，还有该公司的过往业绩，如宝康消费品基金成立9个月的收益达到20%左右等。

另外，由于针对的是个人客户，每个客户的兴趣爱好是不同的，因此知识面要广泛，对各种知识都要略知皮毛，尽管自己不感兴趣，但也要强迫自己去了解、去看，时间一久，也就自然而然地成为一种习惯，也感兴趣了。比如看第一财经、国际金融报、理财周刊等，了解外汇走势、股市行情、房产信息等，通过了解各类信息，一方面可以在营销产品时加以运用，另一方面以便与各类客户都有话题可聊。时代在快速发展，知识在不断更新，信息的来源渠道越来越多，产品的品种越来越丰富，涉及的领域也越来越广，客户的知识水平也正在提高，这些都促使我要去掌握更加多的知识，来更好地与客户进行交流，增进客户对我行产品的理解和认识。

“真情付出必有回报”，只要你愿意付出，那么成功和快乐就会属于你。“爱心服务，快乐营销”。我愿意用我的真诚和专业去服务每一位客户。让我们大家共同携手，相聚建行，共创辉煌。