

# 最新银行比学赶帮超工作总结(精选7篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 银行比学赶帮超工作总结篇一

银行是依法成立的经营货币信贷业务的金融机构。银行是商品货币经济发展到一定阶段的产物。下面是银行活动方案范文，欢迎参阅。

为进一步加强我行的服务工作，不断提高服务效率，提升服务层次，塑造xx银行的服务形象，打造xx银行的服务品牌，用优质高效的服务推行我行各项经营工作。根据分行今年服务工作的指导精神，按照分行的安排，支行决定开展文明优质服务竞赛活动。活动实施方案如下：

### 一、竞赛目标

通过此次活动，推进优质服务工作，以倡导行业文明规范服务为核心，以规范优质服务标准为向导，以建立和完善科学服务管理工作机制为重点，增强全员服务意识，不断提高服务水平，打造特色服务文化，树立和宣传服务先进典型，建设一流的服务团队，培育一流的服务文化，打造一流的服务品牌，展示一流的行业形象，提升吉林银行的服务品牌，构建“文明优质服务年”，促进支行业务发展。

### 二、组织领导

为保证优质服务工作有序进行，支行成立文明优质服务竞赛活动领导小组，组成人员如下：

组长：

副组长：

成员：

领导小组办公室

主任：

副主任：

成员：

具体工作由办公室组织实施，各部门给予配合。

### 三、活动安排

活动分动员、实施、总结评比三个阶段进行。

(一)动员阶段(3月16日—3月25日)。

1、组织开展学习动员活动。一是召开中层干部会，学习贯彻《x20xx年文明优质服务竞赛活动会议》精神，并传达给每位员工，形成落实材料。二是成立支行文明优质服务竞赛活动领导小组。建立“一把手”责任制，明确责任。三是结合工作实际，制定《文明优质服务竞赛活动实施方案》。四是召开全行员工动员大会，下发今年服务工作活动方案，明确活动目的，布置工作计划。

(二)实施阶段(3月26日—12月31日)

根据分行的竞赛方案，支行将从一下四个方面开展此次文明优质服务竞赛工作。

## 1、制定措施，完善服务

组织开展查摆服务当中问题。每个网点都要组织员工对本单位服务当中的问题进行查摆、梳理，制定整改措施，每个网点都要组织员工写出题为“如何参加优质文明服务竞赛的感想和体会”，自我约束自己，积极投身到竞赛活动中。积极报道活动中涌现的好人好事，总结经验，加强交流，促进工作，提高优质服务整体工作水平。

## 2、组织开展学习和技能培训、比赛。

(1)以《服务规范化标准及细则》和《营业网点标准化管理手册》为标准，定期组织理念培训和礼仪培训，从服务语言、服务态度、职业形象、服务纪律、服务技能、服务场所、服务设施等几个方面规范临柜人员的服方法，促进各营业网点在服务上、管理上达到流程化、标准化，全面提升吉林银行优质文明服务水平。

(2)从网点标准化建设、接待客户水平、业务办理质量等方面开展练兵，着重培养大堂经理服务能力、柜员操作技能，选拔出优秀网点，参加在分行举办现场服务演示竞赛。

(3)为全面提升临柜人员的综合理论能力和业务技能，支行将统一组织业务培训，专项技能培训，业务能手培训，每季度还将开展一次专题讲座、知识问答、技能竞赛，成绩突出的员工将代表支行参加分行举办业务竞赛。

## 3、开展服务监督检查活动。

对外公布监督电话，设立意见箱，及时妥善地处理客户投诉。针对投诉情况，支行将召开处理应急投诉事件经验交流会，对处理投诉率等突发事件得当、客户满意率高的进行现场讲演，以提高全行人员的处理投诉

和应对突发事件的能力。

4、定期召开网点主任和大堂经理服务经验交流会。交流服务管理经验;总结服务中好的想法和做法;查找服务存在的问题和不足,对共性问题,研究解决办法。支行将聘请专业人员进行讲解,提升服务水准。

(三)总结评比阶段(20xx年6月末、12月末)。此次竞赛活动分两次评比,分别是半年小评、全年总评,上半年考评结果计入全年总分,年末总评进行奖励。支行将根据《服务规范化标准及细则》和《业网点标准化管理手册》的标准对各网点活动开展期间的服务工作进行全面检查、评比,并量化打分,进而产生先进集体和个人。

## 四、奖惩措施

### 1、奖项设置。

半年奖项设置:网点人均业务量奖2个;文明优质服务集体奖2个(网点)。

全年奖项设置:文明优质服务先进集体(网点)2个,服务标兵2人,业务操作能手3人。

委屈奖3人。

### 2、奖励方式。

凡获奖单位、集体及个人,支行给予奖励并上报分行,分行将给予物质奖励及外出学习、考察奖励。

委屈奖由各网点推荐上报,经支行领导小组研究确定具体奖励措施。

### 3、处罚。

总行有效投诉一次的网点主任免职(有效投诉当事人下岗重新竞聘上岗)，服务考评得分列分行后三名的营业网点，支行将对网点主任问责或对网点进行经济处罚。

#### 一、合作单位简介

无

#### 二、活动目的

以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

#### 三、活动内容要点

##### 1. 活动内容

##### 1) 体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有

奖回馈，宣传定能达到预期效果。

## 2. 交流话题建议

抢答问题建议如下：

1. 某银行是哪年成立的？

2. 某银行的经营理念是什么？

3. 某银行理财产品的产品规格有几种？问题可选择一些针对客户需求方面的。

3. 宣传方式(1)在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告；

(2)在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

(3)通过微信宣传活动信息；

## 4. 活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

## 四、目标客户组织

### 1. 目标客户

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户；

### 2. 客户组织

约访的新老客户当日来我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏和抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

## 五、时间地点的安排

### 1. 时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可

### 2. 地点

我行社区银行门口(或能力范围可及内)

## 六、费用预算(请详细列出各项费用名称，单价，数量，总价等)

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0--500元(可用我行现有水杯或其他)

平板电视1台3000元(社区银行应自有此设备)

## 七、预期效果分析

### 1. 通过本次活动预计带来的业务量

业务量不敢保，人气量肯定暴增

### 2. 通过本次活动预计带来的影响

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

## 八、人员安排与职责

### 1. 活动策划人：2人

职责：安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配

### 2. 活动协调人：3人

职责：接待来访客户并做好推广解释工作

### 3. 活动现场负责人：1人

职责：负责一切当日活动细则

1. 概念：营销策划方案是商业银行在进行金融产品或服务的市场销售之前，为使销售达到预期目标而进行的各种销售促进活动的整体性策划文书。

2. 作用：营销策划是针对某一客户开发和某一产品营销而制作的规划，它的任务是为将朦胧的“将来时”渐变为有序的“现在进行时”提供行动指南，由此而形成的营销策划方案则是商业银行开展市场营销活动的蓝本。

3. 特点：营销策划方案必须具备鲜明的目的性、明显的综合性、强烈的针对性、突出的操作性、确切的明了性等特点，即体现“围绕主题、目的明确，深入细致、周到具体，一事一策，简易明了”的要求。

## 结构模式

1. 种类：商业银行市场营销策划方案因其策划的对象不同，可分为大型优良客户营销策划方案、重大项目营销策划方案、市场调查策划方案、产品推介策划方案等等。

### 2. 结构：



营销策划方案的基本结构是：

## 第一部分：营销策划方案封面

在这部分内容中，策划者需分项简要概述以下内容：

1) 营销策划的全称。

基本格式是：xx银行关于营销策划书

2) 营销策划的部门与策划人。

营销策划：xx银行分(支)行客户部

主策划人：、

3) 营销策划的时间。

x年x月x日

## 第二部分：营销策划主题和项目介绍

根据不同的营销策划对象(即营销策划项目)，拟定各自所应围绕的主题。营销策划主题是整个营销策划的基石和内核，是营销策划的基本准绳。在阐述营销策划主题的基础上，要对策划的项目情况作一简要的介绍，包括项目的背景、项目的概况、项目的进展、项目的发展趋势等。

## 第三部分：营销策划分析

营销策划分析可以是逐项分类分析，也可以作综合分析，视策划的具体情况来定。

1) 项目市场分析。

宏观环境状况。主要包括宏观经济形势、宏观经济政策、金融货币政策、资本市场走势、资金市场情况等等。

项目市场状况。主要包括现有产品或服务的市场销售情况和市场需求情况、客户对商业银行新产品或服务的潜在需求、市场占有份额、市场容量、市场拓展空间等等。

同业市场状况。主要包括同业的机构、同业的目標市场、同业的竞争手段、同业的营销方式、同业进入市场的可能与程度等等。

各种不同的营销策划所需的市场分析资料是不完全相同的，要根据营销策划需要去搜集，并在营销策划中简要说明。

## 2) 基本问题分析。

营销策划所面临的问题和所要解决的问题，这些问题的生成原因是什么？其中主要原因有哪些？解决这些问题的基本思路如何确定，出发点是什么？通过何种途径，采取什么方式解决？等等。

## 3) 主要优劣势分析。

主要优势分析：围绕营销策划主题，将要开展某一方面的市场营销活动(如市场调查、新产品开发、市场促销、广告宣传等)，拥有哪些方面的优势，主要是自身优势(即自身的强项)分析，也应考虑外部的一些有利因素。营销策划就是要利用好有利因素，发挥出自身优势。分析优势应冷静客观，既不能“过”，也不能“不及”，要实事求是。

主要劣势分析：主要劣势分析就是分析与将要开展的市场营销活动相关联的外部一些不利因素和自身的弱项、短处等。营销策划就是要避免和化解这些不利因素，如何弥补自身的不足，错开自身的弱项。

主要条件分析：主要条件分析就是分析将要开展的市场营销活动所需要的条件，包括已具备的条件和尚须创造的条件，逐一系列出，逐一分析，以求得资源的最佳利用与组合。

#### 第四部分：营销策划目标

不同项目的营销策划，有各自不同的营销策划目标，而营销策划目标大多由一些具体的指标所组成。拟订营销策划目标，要实事求是，经过努力能够达到。

#### 第五部分：营销执行方案(即保障措施)

制订营销执行方案，是营销策划的重头戏，是对市场营销活动各环节、各个方面工作的精心设计、周密安排和逐一布置与落实，是营销活动组织、开展的脚本。

制订营销执行方案应考虑以下问题：

- (1) 理顺本次营销活动所涉及的各种关系。
- (2) 把握本次营销活动的重点和难点。
- (3) 确定本次营销活动应采取的策略。
- (4) 弄清楚开展本次营销活动可利用的人、财、物等方面的资源与条件，确定好策划预算。
- (5) 本次营销团队人员的组成，各参与部门及人员在本次营销活动中所应完成的任务、所应承担的责任和所应充当的角色。
- (6) 开展本次营销活动的监控、反馈机制和传导系统。
- (7) 完成本次营销策划任务的时间安排(分阶段任务)。
- (8) 开展本次营销活动可能出现的突发问题与应急措施。

(9)对本次营销活动的考核奖惩方式。

写作指要：

撰写营销策划方案，应注意把握以下几个要点：

1. 要突出卖点。

说服是策划方案的本质特征。每个策划方案一定要有独特的卖点，让读者一看就明白，一看就心动，以说服领导采纳。

2. 要突出创新。

不要把策划书当作计划书来写，因为计划无需创意，只处理细节，而策划必须要有创意。

3. 要突出重点。

策划方案切不可面面俱到，无论是项目介绍、策划分析还是营销执行方案都要重点突出。

共2页，当前第1页12

## 银行比学赶帮超工作总结篇二

无

以五一劳动节为契机，以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

1、活动内容

1) 体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口（或能力可及范围内）开展体感的游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模的时候，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

## 2、交流话题建议

抢答问题建议如下：

1) 某银行是哪年成立的？

2) 某银行的经营理念是什么？

3) 某银行理财产品产品规格有几种？问题可选择一些针对客户需求方面的。

## 3、宣传方式

(1) 在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告；

(2) 在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

(3) 通过微信宣传活动信息；

## 4、活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动的开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

### 1、目标客户

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户；

### 2、客户组织

约访的新老客户当日来我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏和抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

#### 1、时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可

#### 2、地点

我行社区银行门口（或能力范围可及内）

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0——500元（可用我行现有水杯或其他）

平板电视1台3000元（社区银行应自有此设备）

#### 1、通过本次活动预计带来的业务量

业务量不敢保，人气量肯定暴增

2、通过本次活动预计带来的影响

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

## 银行比学赶帮超工作总结篇三

20xx年9月20日

中国银行借记卡、中银信用卡、长城信用卡

陕西金岳楼珠宝店（西安市西大街219号）

活动期间在规定时间内持中行卡在指定商店刷卡消费即可享受“黄金每克266元，凭中行卡每克减2元，购物前一百名客户送转运珠”特惠。

- 1、客户需持中行卡刷卡消费方可参加活动；
  - 2、持卡人需在结账时出示中行卡，并明示使用及参与活动；
  - 3、活动不可兑换现金、不找零、不与其它优惠同时享受。
  - 4、持卡人享受优惠后，商户须派专人填写《顾客签单记录表》相关内容（见附表）；
  - 5、优惠条款适用于参加本次优惠活动签约商户，如遇商户停业需提前告知；
  - 6、中国银行在法律许可的范围内享有本次活动的最终解释权。
- 1、活动期间，合作企业对中行卡持卡人给予“黄金每克266

元，凭中行卡每克减2元，购物前一百名客户送转运珠”优惠待遇。

2、合作商户需在店内摆放活动宣传品（电子显示屏等），按要求在活动期间提供中行卡持卡人相应优惠，并保证活动的顺利进行。

3、活动期间合作企业如未能按合同执行，中国银行有权追究其违约责任，并要求对方承担相应损失。

4、活动结束后，须将顾客签单记录表附带pos签购单据发送中国银行项目负责人进行审核，并由负责人组织完成项目后评价。（表格内容见附件）

## 1、中国银行渠道

1) 中国银行短信平台

2) 中国银行网点：通过行内向各网点发送活动信息，各网点向网点客户进行宣传。

3) 广播宣传。

## 银行比学赶帮超工作总结篇四

“中行卡五一献礼，?金?喜来找你！”

### 二、参加活动卡种

长城系列信用卡、中银系列信用卡

### 三、活动时间

4月30日-5月3日



## 四、活动内容

### (1) 一重礼---“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准：当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准：单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

### (2) 二重礼---刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动（房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动），该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根

## 【范例】

### 一、活动目的

营造良好刷卡用卡环境，提高持卡人用卡意识，培养市民用卡习惯，让更多市民能够享受银行卡这一新型结算工具所带来的便利，方便群众生活。

### 二、活动时间

20xx年12月1日---20xx年12月30日

### 三、活动组织

本次活动承办单位仪征市银行卡工作领导小组办公室、江苏仪征农村合作银行、中国工商银行仪征支行、中国农业银行仪征支行、中国银行仪征支行、中国建设银行仪征支行、交通银行仪征支行、中信银行仪征支行、江苏银行仪征支行、仪征邮政储蓄银行，扬州银通公司（协办），中国银联江苏分公司提供技术支持。

### 四、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

### 五、活动规则

20xx年12月1日—20xx年12月30日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在仪征市辖内指定商户刷卡消费68元（单笔交易）以上的. 持卡人均有机会获奖，奖项如下：特等奖1名，韩国游（6000元等值奖品）

一等奖30名，各奖励400元等值奖品

二等奖90名，各奖励200元等值奖品

三等奖1200名，各奖励10元等值奖品

兑奖方式：持卡人联机抽奖奖项凭标有“仪征市银行卡活动x等奖”的签购单到仪征银行卡管理办公室领取（仪征市解放西路106号人民银行内），咨询电话82660688，兑奖日期为中奖次日至20xx年12月日---20xx年1月30日止，兑奖期间的工作日星期一上午8：30—11：30，奖项逾期不领者，视作放弃领奖。

# 银行比学赶帮超工作总结篇五

## 【活动一】浪漫七夕相约——鹊桥会

8月15日—20日□xx商城正门设立大型鹊桥，鹊桥气势宏伟，如银河一样横贯南北，并现场为顾客准备汉服，让您盛装亲登鹊桥，去体验牛郎织女那忠贞不渝的爱情！

活动期间，顾客在商城购物满100元均可凭购物小票参与如下活动：

- 1、在鹊桥上着汉服扮牛郎、织女，免费合影留念；
- 2、在鹊桥上牵手走过，爱情长长久久，幸福一生；
- 3、不购物的顾客也可花费10元在鹊桥上照相留念。
- 4、活动期间，二楼工艺品店为顾客免费提供千纸鹤原料，顾客可将写有心愿的自折纸鹤，悬挂于鹊桥上，祈求爱情、幸福两美满。（每人限2只）

## 【活动二】浪漫七夕乞巧大赛乞巧：

七夕节，原名为乞巧节。“乞”是乞求，“巧”则是心灵手巧，“乞巧”是向神灵讨要智慧、乞求幸福的意思。乞巧的方式很多，有：穿针引线验巧，做小物品赛巧，做巧食赛巧，摆上瓜果乞巧……等。为传承经典，演绎浪漫，8月20日七夕情人节当晚7□07□xx商城北门舞台七夕情人节之乞巧大赛将浓情登场！带您走进古老而又唯美的浪漫世界！

比赛项目：对月穿针、巧手剪纸、做巧食、背媳妇大赛、七夕唱情歌、默契大考验

比赛要求：情侣配合，共同完成以上比赛项目，按得分多少

依次评出：默契一、二、三等奖，各奖价值不等的神秘情人  
大奖一份！

现各项比赛火热报名！

报名方式一：电话报名，咨询热线：88888888

报名方式二：短信报名，编辑短信“浪漫七夕乞巧大赛”+情  
侣姓名至88888888

报名方式三：现场报名，地点：兴隆商城一楼总服务台。

浪漫情人礼———情侣对戒特别推荐情人黄金戒  
指299—799元/枚（幸福戒、誓言戒、福字戒）

梦幻珍藏礼———情侣吊坠

祈福爱人礼———黄金项链、手链

#### 【活动四】浪漫七夕爱在金秋百对情侣服饰搭配大赛

从18—19日，顾客可以在服装、鞋帽、针纺商场随意挑选兴  
隆服饰进行搭配，搭配出一对“郎财女貌”，商场进行拍照  
展示，同时进行评选。20日七夕情人节当晚，在北门舞台对  
入选的搭配服饰选手给予奖励。

奖项设置：

一等奖钻石情人1对奖面值299元奖品一份；二等奖黄金情人6  
对每对奖面值99元奖品一份。

## 银行比学赶帮超工作总结篇六

方案是计划中内容最为复杂的一种，由于一些具有某种职能

的具体工作比较复杂，不作全面部署不足以说明问题，因而公文内容构成势必要繁琐一些，一般有指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。今天为大家准备的是银行促销活动方案，希望能满足大家的阅读需求。

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

### （一）开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

1、活动对象：支行全体存款客户。

2、活动时间□20xx年7月1日—20xx年10月31日。

3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理存款业务满xxxx元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

### （二）开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

1、活动对象：支行全体贷款客户。

2、活动时间□20xx年7月1日—20xx年10月31日。

3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

### （三）开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

1. 活动对象：支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。

2. 活动时间□20xx年7月1日—20xx年10月31日。

3. 活动规则：活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔（含）以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值xxxx元的xx商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔（含）以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品：一等奖20名（个人网银和手机银行用户各10名），分别赢取价值xxxx元的xx商品。二等奖500名（个人网银和手机银行用户各250名），分别获赠100元话费充值卡一张。

活动结束后在11月中旬抽奖，抽奖在公证部门的公证下进行，由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布，并到指定地点领取奖品。

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点领取奖品，视为客户自动放弃。

（一）本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

（二）本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

（三）本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

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，面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。

成立支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王任组长，副行长任副组长，副行长及办公室、营销部为成员。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；高端客户情况；主要贷款户派生存款情况等）。

从支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是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赖，是影响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，每年初都会有大量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进服务，提供合适的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使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、服务内容，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达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直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一定影响。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。因此，这对吸收社会公众存款的能力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，自我补充的能力。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，为其提供配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标）

（二）改进服务内容、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能力、表达能力、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是通过信贷营销部门提供的信息对信



贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面通过对支行提供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，通过对优质客户信息的对比、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，积极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，树立集体与个人目标统一、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大量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：积极分析存量客户的资金运作情况，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，再通过和\*\*区、新市区、\*\*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积极性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给能力就是提高资产创立能力”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活动方案，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、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。

## 银行比学赶帮超工作总结篇七

一年一度的元旦即将来临，在园领导的'安排下今年我班将以开展系列活动来庆祝元旦。活动的形式多样化，每位家长和小朋友都要积极参与，为了使庆祝活动顺利进行，特制定此方案。

1、表演时间□20xx.12.31上午

2、地点：中一班

幼儿的桌椅围着场地绕圆圈的形式摆放，供幼儿及家长观看，表演的幼儿集体到场地中间进行表演。

1、参加元旦活动时不拥挤。

2、活动时，不高声喧哗，不乱丢垃圾。

3、活动时要注意安全。

4、幼儿在游戏中要能够互相谦让。

1、吹气球比赛：规则由4名幼儿和自己的家长一组，分组进行比赛，每次由两组进行比赛，最后在规定的时间内哪一组的幼儿吹得气球数越多，哪一组获胜。

2、园本活动：篮球表演。

3、幼儿集体歌表演：《扮家家》《我问爷爷打月饼》《小雪花》《小鸟落落》。

4、家长及幼儿集体演唱《新年好》结束。