

# 银行清廉文化心得体会 银行服务心得体会 (模板6篇)

心得体会是指个人在经历某种事物、活动或事件后，通过思考、总结和反思，从中获得的经验和感悟。那么心得体会该怎么写？想必这让大家都很苦恼吧。下面小编给大家带来关于学习心得体会范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

## 银行清廉文化心得体会篇一

银行是金融机构之一，银行服务心得体会怎么写，以下的银行服务心得体会范文，仅供参考。

作为服务行业，商业银行除了出售自己的有形产品外，还要出售无形产品——服务，银行的各项经营目标需要通过提供优质的服务来实现。

做好银行服务工作、保护金融消费者利益，不仅是银行业金融机构的法定义务，也是培育客户忠诚度、提升银行声誉、增强综合竞争实力的需要，更是银行履行社会责任、促进和谐社会建设的本质要求。

“以客户为中心”，是一切服务工作的本质要求，更是银行服务的宗旨；是经过激烈竞争洗礼后的理性选择，更是追求与客户共生共赢境界的现实要求。

做好银行服务工作、取得客户的信任，很多人认为良好的职业操守和过硬的专业素质是基础；细心、耐心、热心是关键。

我认为，真正做到“以客户为中心”，仅有上述条件还不够，银行服务贵在“深入人心”，既要将服务的理念牢固树立在自己的内心深处，又要深入到客户内心世界中，真正把握客

户的需求，而不是仅做表面文章。

我们经常提出要“用心服务”，讲的就是我们要贴近客户的思想，正确地理解客户的需求，客户没想到的我们要提前想到，用真心实意换取客户长期的理解和信任。

之所以坚持银行服务要“深入人心”，一方面是因为当前很多的银行服务表面文章做得太过明显，另一方面是因为银行服务的趋同性日趋显著。

现在社会日益进步，人们对银行服务形式上的提高不再满足，多摆几把椅子、增加一些糖果、微笑加站立服务，这些形式上的举措已被社会视为理所当然的事情，而从根本上扭转银行员工的意识，切实为不同客户提供最有效、最优质、最需要的服务才是让“上帝”动心的关键。

“深入人心”一方面要求我们内心牢固树立服务意识，而不能被动、机械地应付客户，要时刻把客户放在内心，要经常站在客户的角度来思考自身的表现。

另外，服务要做到“深入人心”，我们的领导者要能率先垂范，重新定位角色，也就是从权力型，向责任型和服务型转变，这是培养和激励员工服务意识最好的例证；另一方面，“深入人心”要求我们及时、准确把握客户的内心真实需要，要能急客户之所急，想客户之所想。

不同客户的需求心理不同，要深度挖掘、动态跟踪。

我们要区分客户、细分市场：对于普通客户形式上的服务提升就可能获得他们极大的认可，比如引导员的进门招呼，柜台人员的微笑和礼貌用语；对于vip客人，则更多的要考虑如何为其缩短等待时间、节约交易成本和个性化服务及增值服务问题。

为客户服务除了及时、准确、到位之外，还要能激发客户需求。

要求服务要“深入人心”，并不是说我们要四面出击，全面开花，恨不得把客户的事情全包了，而是要求我们给客户提供服务时必须考虑成本效益原则，要计算成本，要有成本概念，我们绝不能做赔本的买卖，必须有取舍，有所为有所不为，成本高的服务必须要有高的回报，这是市场规律的必然要求。

另外，时时处处把客户放在心中，要求我们不能忘记风险，在服务过程中，要严格把握适度原则，服务流程、手段一定要依法合规，防止过头服务，否则会砸了我们工商银行服务的牌子。

银行面对千变万化的市场，面对客户千差万别的需求，大量的服务不是仅仅按照总行制定的操作流程去做就能做出来的，而是要靠每一位员工去创造，只有全行每一位员工把服务“深入人心”，把服务与各项业务流程的优化和产品创新结合起来、把服务与完成全年综合经营计划结合起来，新的服务措施、服务工具、服务手段和办法才会不断被创造出来。

我们也就一定能够在同业竞争中脱颖而出。

金融业的竞争，是一种信誉的竞争，服务的竞争。

谁的信誉好，谁的服务好，谁能更适应顾客的需要，谁就能占领更多的市场。

银行服务体现的是银行管理水平的高低，孕育着银行本身的文化内涵和员工的精神风貌，展现在公众面前的是一种品牌。

那么如何实现这个目标呢？笔者认为：银行作为服务行业，服务是立行之本，只有不断增强服务意识，转变服务观念，强

化服务措施，从服务质量、服务手段、服务内容、服务态度、服务环境等方面入手，狠抓优质文明服务，形成“大服务”的格局，才能提高优质文明服务的整体水平。

一、充分理解和认识服务的内涵，是开展优质文明服务的动力

服务是一种管理。

优质文明服务水平的提高必须依赖于严格、规范、科学的管理，严格规范的管理又能促进优质文明服务水平提高。

优质文明服务的好坏体现着一家银行管理水平的高低。

因此，银行在实施优质文明服务战略过程中应严格依靠管理制度。

包括岗位规范、统一着装、仪表举止、文明用语、电话用语等，这些都必须形成制度，成为员工的行为准则，严格执行。

服务是一种文化。

银行构建服务文化体系包括：员工要有爱岗敬业的服务精神，要有以服务为本的道德观、价值观，要有无私奉献、团结奋进的互帮互助和艰苦奋斗的务实精神，以及因此而产生的“一条船”思想和身为银行员工的自豪感等等，这种有行业特色的企业精神，可以使银行员工树立风险意识和效益意识，从而充分发挥这种服务文化的激励作用。

服务是一种精神。

银行文明优质服务活动的核心内容是引导职工树立一种正确的价值观念、职业道德、敬业精神，以行兴我荣，行荣我荣为服务理念，以信誉第一、优质服务、廉洁守法为职业道德

规范标准。

确立和完善员工的服务意识和行为，树立客户第一、主动服务、整体服务的观念。

文明优质服务活动是一项长期的系统性工程，从领导到员工，从一线到二线，从经营业务到内部管理，从行里到行外，都要相互配合协调，使企业的经营目标转化为人的自觉行动。

服务是银行经营的载体，是银行经营不可缺少的有机组成部分。

银行经营必须通过银行服务才能实现，银行服务本质上就是银行经营。

在金融业竞争日趋激烈的今天，一家银行的服务范围、服务内容、服务效率和服务态度直接影响其所能吸引的客户数量和工作效率，因此，提高银行的服务水平，关系到银行经营的规模质量和效率，关系到银行的竞争能力，决定了银行的经营效益和长远发展。

银行服务的核心是维护和加强与顾客的联系。

如何持久地赢得市场是每一个企业需要永远面对的问题。

银行要随时以客户为中心，调整自身，服务要从单纯经营金融产品转移到维护和加深与顾客的联系上，仅仅重视满足顾客的需要是不够的，还必须研究顾客需要背后复杂的各种因素，只有紧紧抓住维护与顾客的关系这一核心，以市场为导向，以高质量、多样化、特色服务，满足顾客多层次需要，才能获得自身发展的持续动力。

“顾客”概念是一个“大顾客”概念，不仅银行直接服务的对象是顾客，与银行服务有制约关系的部门，甚至银行自身

的员工都应视同为顾客。

银行在处理与顾客的关系上，应树立大市场、大客户的意识以及“服务是一个全过程”的概念。

构建新型银企关系，对制约与顾客关系的因素进行协调管理，增强客户的稳定性，没有良好的服务作保障，即使一时被拉过来的客户也可能会跑掉。

优质服务就是信誉。

二、强化和提高服务意识，是开展优质文明服务的前提

要全面动员，深入发动，大造声势，宣传优质文明服务。

优质文明服务关系到企业形象，因此，要必须做到全面发动，全员参与。

对内通过集中考试、突击检查、模拟测验、集中培训等形式，督促员工熟练掌握优质服务的内容；对外通过报刊、电台、电视台等媒介进行广泛宣传，扩大社会影响。

明确目标，制定计划，分步实施，责任到人。

对文明服务工作进行总体规划，制订阶段性目标，联系自身实际，进行细化和充实。

对目标进行层层分解，责任到人，做到人员定岗，用具定位，操作定型，服务定时，努力实现井然有序的工作秩序。

完善机制，严格考核，公开标准，奖罚兑现。

不断完善规章制度，使服务行为规范化、制度化。

要结合本行实际，建立严格的奖励和惩罚制度，制订和完善

严格的岗位规范、各项业务的具体服务标准和业务操作规程，同时将有关经营管理、业务操作、内部管理等规章制度，按专业分工进行系统完善、整理和汇编，并要求全体员工对本职岗位每项操作规程熟记会背，熟练规范运用。

做到每天从接待第一位顾客到送走最后一位顾客，工作的各个环节都要有统一、详细、明确的'标准，使每位员工接待顾客有礼、有节、有度，处理业务规范、快速、准确，让顾客感到和谐、友爱、温馨。

实施“一把手”工程，搞好优质文明服务。

优质文明服务不只是个单纯的服务问题，商业银行在市场竞争中靠的是以优取胜。

施“一把手”工程。

要成立以行长为组长的优质文明服务工作领导小组，各基层支行、营业部也要层层签订优质服务责任书，将各项指标量化、细化，责任分解到人，并纳入行长目标管理体系考核。

在每年年初的工作安排中，都把优质文明服务工作作为贯穿全年各项工作的主线，常抓不懈。

搞好服务是事关银行社会形象，影响银行各项经营活动的综合性工作，因此银行每个机构，每个部门，每个员工都要相互支持、配合，增强服务意识，顾全大局，发挥整体功能，努力提高全行的服务水平和服务质量。

建立“一个中心、四个层次”的服务大格局，即以客户服务为中心，一线为客户服务，在各服务窗口、部门为客户提供品种多、效率高、质量好的金融服务；二线为一线服务，各管理、科技和后勤部门要根据一线的需要，想方设法搞好服务，提供保障；领导为群众服务，领导干部要体察民情，关心

员工的工作和生活，调动员工的工作积极性和创造性；上级为下级服务，上级行要统筹规划和指导基层行的优质文明服务活动，做到有计划、有方案、有检查、有奖励，不断改进工作作风，提高办事效率，对下级的工作积极给予支持和协调。

中华民族是传统礼仪之邦。

作为企业，一名员工的服务礼仪，处事态度不仅代表着他个人的修养，更代表着他所在公司的形象。

想要在日趋竞争激烈的金融行业中夹缝求生存，唯有以更优质的服务赢得客户。

最近半年，我们重庆农村商业银行都在力抓规范化服务，从六步服务法到七步服务法，从批评教育到罚款通报，作为柜员，的确压力很大，有怨言。

因为重庆农村商业银行，从“农村”两个字来说，就注定了他和其他银行不同。

不管是以前的农村信用合作社，还是现在的农村商业银行，他所面对的客户大多数都在乡镇都是农民，素质参差不齐，你的几步规范化服务在他们面前根本就得不到施展。

但在总行、支行、负责人的重重施压下，我们从最开始的不情愿到现在的成为习惯。

坚持真的会有成效，经过这几个月的工作，使我明白了有效的沟通要以诚为先，从心开始，用心与客户交流，才能赢得客户的心。

你怎样对别人，别人同样会怎样对你，当我以真诚的微笑给客户带来优质服务时，他们会感到特别受尊重，内心得到满足。



人都是相互的，当你在工作的时候，客户他们会偶尔的关心你，“吃饭了没有？天凉了要多加衣。”只因你在他们办业务时善意的提醒，“请拿好您的存折，请清点好您的现金。”当你在路途中偶遇客户的时候，他们会热情地与你寒暄，只因你在为他们办业务时真诚的微笑，高效快捷的服务质量。

赶场的时候，还会有老大爷老大娘带来他们亲手种的菜给你，只因你耐心给他们讲了一下，定期存款还有多长时间到期，社保费还有几个月未取。

在别人的饭后闲谈中，你会不经意得知客户他们对你的赞许。

“那个银行工作同志不错，服务态度很好。”你心里会很高兴，因为自己得到了别人的肯定，所以规范化服务是服务行业的宗旨所在，银行业也是服务行业，我们不应该流于形式，坚持做好。

让优质服务深入每位客户心中，成为农商行一道美丽的风景线。

上星期开会时，主任给我们看了一段视频，是支行组织人到各个分理处拍摄的，每个网点的环境，员工的着装，服务态度都展现了出来，进行对比学习。

我感觉都很不错，营业部当然还是最好的，城乡差距还是有，网点环境也希望领导能尽快改善，减少差距。

但比起以前，整体状态都提高了太多，至少认识到了规范化服务的意义。

良好的开端是一切成功的保证。

做好银行工作，取得客户信任，把规范化服务放在心中，每位重庆农商行员工都坚持，做文明礼貌农商人，打造真诚进

取农商行！

## 银行清廉文化心得体会篇二

作为一名银行班学员，我在努力学习金融知识和技巧的同时，也积极参与各种实践活动和实习机会。这一段时间的学习和实践经历给我留下了深刻的印象，让我对银行业有了更深入的认识和理解。在这篇文章中，我将分享我在银行班学习中的心得体会。

### 第二段：学习的收获

在银行班的学习过程中，我深入了解了银行业务的各个方面，例如贷款、理财、信用卡、外汇交易等。通过课堂学习和实践操作，我掌握了金融分析和风险评估的方法，学会了如何制定有效的投资策略和风控措施。同时，我也意识到了金融市场的复杂性和变化性，学会了灵活应对市场变化和风险挑战。

### 第三段：实践的体会

除了课堂学习，我们还有机会参与各种实践活动和实习机会。通过参观银行业务部门和交流讨论，我深入了解了银行的运营模式和业务流程，亲身体验了客户咨询和服务的过程。在实习期间，我与导师一起工作，通过参与项目和分析报告的撰写，提升了自己的实际操作能力和实务经验。这些实践机会让我对银行的职业要求和自身发展方向有了更清晰的认识。

### 第四段：团队合作的重要性

在银行班的学习过程中，我们通常会进行小组活动和团队项目。通过这些合作活动，我意识到团队合作的重要性和优势。在团队中，每个人都有自己的专长和特长，通过相互协作和

分工合作，我们能够充分发挥个人优势，实现共同目标。同时，团队合作也让我们学会了倾听他人意见、沟通协调和解决问题的能力，这些都是银行业所需要的核心能力。

### 第五段：未来的展望

通过银行班的学习和实践，我对银行业有了更深入的了解和认识，也为未来的发展做好了准备。我希望能够继续学习和提升自己的专业能力，不断适应市场变化和技术创新，成为一名优秀的银行从业者。同时，我也希望能够积极贡献自己的智慧和力量，为银行业的发展做出更大的贡献。

### 总结：

通过银行班的学习和实践，我不仅仅学到了金融知识和技巧，更重要的是培养了自己的实践能力和职业素养。在未来的发展中，我将牢记学习的收获和团队合作的重要性，不断提升自己的专业能力，为银行业的繁荣发展做出贡献。

## 银行清廉文化心得体会篇三

二〇xx年三月十八日，在办事处的组织领导下，我们有幸与其他联社一起参观学习了浦发银行和招商银行西安分行。通过参观招商银行一流的服务设施、一流的从业人员、一流的从业环境、一流的业务品牌，学习两个商业银行先进的经营理念、主要业务种类、主营产品，开阔了眼界，开拓了思路，感到大饱眼福，不虚此行，提高了对商业银行的了解和对现代商业银行发展的感性认识。现就本次参观学习的体会汇报如下：

当来到浦发银行西安分行一楼营业厅时，我们感受到的是一种现代金融的气息，营业大厅装饰简洁明快，细致入微，柜台摆布科学有序，客服人员着装整齐大方，工作忙碌而有序，整个氛围感觉温馨专业。听取了浦发银行西安分行有关部门

领导的业务介绍，感觉商业银行产品多、种类全、市场大、定位准，高层管理人员理念新、境界高，处处体现了“以客户为中心”的经营理念和人性化的服务气息。

商业银行“以客户为中心”的经营理念最终体现在业务产品的推陈出新上。众所周知，商业银行扎根大城市，市场比较大，准确的市场定位是成功决策的关键。商业银行准确把握市场，主要为城市高中端客户服务，个人业务中比重较大的是个人住房按揭贷款。从所有产品的设计来看，为客户量身定做了许多产品，在满足客户的需求同时，实现了自身业务的良性发展，市场越做越大，发展空间愈来愈广，而且风险控制做的比较到位，所有产品风险相对比较小，不良资产占比低，每年实现的利润比较可观。

通过对这两个银行的参观，作为信合人，我们触动很大。

第一，客户是一切业务的来源，是生存和竞争的基石。两个商业银行，做法虽各异，但经营理念殊途同归，都是以客户为中心，处处为客户着想，最终都赢得了市场，实现了利润最大化的目标。这一理念已经深深地植入商业银行所有员工心中。这一点，值得信合人深思。

第二，品牌是一个企业保持旺盛生命力的源泉。两个商业银行均针对不同的客户群体，量身定制了不同的业务产品、服务品牌和业务方向。相对来说，农村信用社业务品种单一，服务手段还欠发达，缺乏新的有活力的产品，甚至还停留在让客户适应银行产品的片面认识上。

第三，两大商业银行紧紧把握市场节奏，顺势而为，适应发展，是我们学习的重点和难点。农村信用社对市场的发展方向和节奏把握还不很准确，目前由于多方面原因，还缺乏细分市场的主动性，细分市场的眼光和能力还有待进一步提高。

第四，实践是成功的关键。商业银行基层一线员工相对素质

较高，加之其管理相对科学，给业务创新提供了必要的生存土壤。他们的产品是基层员工创新的结果，总行只是从风险和管理角度加以规范，然后进行全面推广。受多方面因素制约，农村信用社缺乏走出去、引进来的精神和批判吸收的态度和能力，老担心别的银行开发的产品适应自己的市场，而不能将专业银行、商业银行的产品与自身的业务和实际相结合，不能在学习后进行实践，也不能在实践后及时进行总结、改进、推广，总想吃“现成饭”，当然这些可能与农村信用社自身的人员结构和素质有一些关系。

第五，先进的服务理念和经营管理水平是企业不竭的动力。这一点是摸不着、看不见的，但是能让人感觉得到。受地域限制，同时受服务对象的约束，信用社业务品种的发展相对受到束缚，经营理念跟不上业务发展的步伐。这一点是最重要也是最需要学习和值得改进的地方。

时不我待。参观学习后，重要的是要将学到的东西与我市农村信用社的实际进行结合，开发新的业务产品，进行实践，并在实践中不断完善，逐步总结出一套适合自身发展的业务品牌，用品牌开拓市场，占领市场。坚决不能固步自封，继续停留在“老陕爱参观，就是不动弹”的阶段。

学习商业银行，就要学习商业银行的先进的企业文化，先进的企业文化可以使一个企业永葆青春，充满生机。农村信用社发展历史悠久，但和商业银行相比，缺乏先进的、健康向上的企业文化，从而导致缺乏竞争力，从某种意义上讲，也制约了自身的发展。要实现农村信用社可持续健康发展，缩小和专业银行、商业银行的差距，就必须高屋建瓴，一切从实际出发，为自身量身定做先进的企业文化，让先进的企业文化引导企业走上良性发展的快车道。

总之，这次参观后我们学习了商业银行先进的经营理念，了解了先进的技术手段，看清了距离现代金融企业的差距，为我们今后的发展提供了一个全新的思路，也明白了渭南办事

处组织这次参观的良苦用心，这些都鞭策我们在今后的工作中不断努力，不断改进，不断提高自身的竞争力。

## 银行清廉文化心得体会篇四

大学期间，我选择了参加银行班的培训课程。选择银行班的原因是出于对金融行业的兴趣和渴望，以及对未来职业发展的规划。在这段时间的学习和实践中，我不仅对银行业务有了更深入的了解，还培养了自己的沟通能力和团队合作精神。这些收获使我深感参加银行班是一个明智的决策。

### 第二段：学习银行业务知识和技能

在银行班的培训课程中，我们系统学习了银行业务的基本知识和技能。我们学习了贷款、存款、理财等各种业务的操作流程和风险控制原理。通过模拟业务操作的实践，我们掌握了信贷审批、风险评估和信用评级等关键技能。这些知识和技能不仅提升了我们的专业素养，也增强了我们的实际操作能力。

### 第三段：提升沟通能力和团队合作精神

银行业务中涉及到与客户和同事的沟通和合作，因此我们必须学会与人相处和协作。在银行班中，我们进行了大量的角色扮演和团队合作训练，通过模拟客户咨询和投诉的场景，我们学会了倾听和沟通技巧。同时，通过团队合作项目，我们学会了团结协作、分工合作、互相支持的重要性。这些训练使我们的沟通能力和团队合作精神得到了有效的提升。

### 第四段：实践经验与职业规划

银行班的培训课程不仅包括理论学习和技能培训，还涉及到实践项目。我们有机会去实际承担一些与银行业务相关的工作，丰富了自己的实践和经验。这些实践经验对于我们的职

业规划有着重要的影响。通过实践，我们深入了解了银行业务的实际操作，也更加明确了自己的职业目标和发展方向。

## 第五段：成长和感悟

通过参加银行班的培训课程，我不仅学到了丰富的银行业务知识和技能，还培养了自己的沟通能力和团队合作精神。这段时间的学习和实践让我感受到了自己的成长和进步。我明白了只有不断学习和提升自己，才能在竞争激烈的职场中脱颖而出。同时，我也意识到团队合作的重要性，只有与他人合作才能实现更大的价值。参加银行班是我大学生涯中的一段宝贵经历，我会将所学所得应用到未来的职业生涯中，不断追求自己的职业梦想。

总结：通过参加银行班的培训课程，我不仅丰富了自己的银行业务知识和技能，还培养了自己的沟通能力和团队合作精神。这些收获让我在未来的职业道路上更有竞争力。银行班的经历使我认识到，职业规划和个人成长是一个长期的过程，只有不断学习和提升自己，才能在职场中取得成功。我将继续努力，追求自己的职业梦想。

## 银行清廉文化心得体会篇五

在营销过程中，我觉得以下四个方面是十分重要的。

第一，是对产品的把握；第二，是对市场的了解和开拓；第三，与客户面对面的营销；最后，就是申请表格的填写和客户的维护。

首先是对产品的把握。

熟悉产品的各种功能并不代表对产品的把握。

我们只有站在用户的角度来看问题，才算是真正把握

我们在营销实战中，在和客户的交流沟通中磨练自己的嘴皮子以及和客户打交道的能力。

什么是对产品熟悉?就是要大胆走出去，说，不要怕拒绝，拒绝了再总结，再出去跑。

产品需要由我们的客户来定义，我们更需要在实践中去把握产品背后隐藏的东西。

第二，对市场的了解和开拓。

销售任何一件产品除了掌握产品本身之外，我们需要将其定位，并找到相关渠道把它推销出去。

那么信用卡的目标客户和市场在哪里呢?其实，信用卡销售指引，已经为我们指明了方向。

其中目录第六条《现阶段重点推广行业的明细分类》规定了3类行业为重点营销对象，第八条《现阶段可接受推广行业的明细分类》规定了15类相关行业，并对信用卡的用户按风险程度不同划分为abcde五类。

这样一来我们的营销范围就确定了。

其实这个范围和我们原先想象的客户市场是不一样的。

我开始认为那些私营企业的老板是我们的客户，但是操作下来一看，不对，信用卡部不仅需要他们提供收入证明，还需要他们提供个人房产证明及其它相关的个人资信证明，即使批下来，信用额度也很低，弄得他们很没面子，同时我的工作量无形当中也增加了许多。



所以为了节省时间，提高发卡量，我放弃了私营企业主这一块，开始按照《指引》中的行业对象来划分我的营销目标市场。

由于时间有限，我做了三个阶段的准备。

第一个阶段是用一个半月的时间来主攻公务员市场，因为这一块手续简单，批准率高。

第二个阶段用十天的时间来向相关企业推广。

第三阶段，收尾，看看还有什么没有营销到的地方。

有了计划以后，我的任务就变得十分清晰了。

要做的是怎样一块一块地吃掉。

我采用的方法是先从有熟人的单位开始。

我把所有的朋友名单拿出来，开始搜寻政府公务员、教师、医生，然后逐个打电话，通过他们来帮助我营销。

这一块是有保证的。

因为是朋友帮忙，所以操作起来十分方便，我把相关的要素告诉他们，其余的宣传工作就由他们来做了。

这里有一个细节，就是填表一定要简化。

比如身份证上很多要素都有了，你就不要别人再填写姓名，身份证号码了。

熟人做完了，就开始做他们介绍过来的重点客户，这一块做起来相对复杂一些，因为交情不深，要靠嘴皮子了，同时也需要一点技巧。

例如，我办了一个局机关的团办卡，团办对于我们来说最省事，但是很重要的一点，你要找对办事的人。

你去找财务科，他们会说每个人已经办过其它行的卡了，你去找办公室，人家会说，单位人多嘴杂，别人还以为收了银行什么好处。

对于这一种情况，我们要有思想准备，团办并不代表每个人都办，除非是单位的行政命令，否则别人有权拒绝。

所以我首先办公室物色了一个人缘较好的人，然后通过他，先给局长办好了，这时候，千万不要指望他就能帮助你完成，他没有这个义务，于是我就和他一个一个办公室的跑。

拿着局长已经填好的东西有意的给他们看，这些人一看，局长办过了，我也办一张算了。

营销就是这样一味的去强调产品的好处是没有用的。

别人就是不信任你，你还真的办不起来。

第二阶段就是一些企业单位。

先挑一些有特色的单位，比如有事业单位背景的企业，如广播电视中心，注册资金较高的，和我们行有业务往来的，对于信用卡用卡环境有帮助的，例如，青年旅行社，可以用信用卡购机票。

总之，并不是所有的企业都可以作为发卡对象，在时间有限的情况下，我只有先从最有把握的开始。

第三阶段，就是扫尾，主要是零星的办了一些个人的卡。

通过三个阶段的工作，完成了三百多张卡，公务员占了80%，所以批准率较高。

有特色企业，也基本获批了。

在市场的开拓中，我感受最深的是关系营销的作用太重要了。

有的人认为，我的客户资源太少了，怎么办？其实，机会就在每个人的身边，你的亲戚、同学、朋友，客户都是你的目标，营销就是要脸皮厚。

第三、与客户面对面的营销。

在这一过程中我感受最深的是，一定要对客户的问题做出最敏捷的反应。

我归纳了一下，客户的常见问题有六个：(1)信用卡收不收年费？(2)信用卡的特别功能是什么？(3)信用卡是否安全，后台支撑怎么样？(4)我手中已经有好几家银行的卡了，没有办的必要了。

(5)你们银行的网点太少了，还款不方便。

(6)我根本不需要办，我平时都是用现金。

所以在交谈之前，一定对这些问题有所准备。

回答时要充满自信，产品好坏全在我们的嘴上。

在所有的这些问题当中，我们会把限制条件当成客户的拒绝理由。

比如，第五条，网点少是我们的劣势，但是这只是办卡的限制条件，并不能作为客户抗拒理由。

我们完全可以有三点理由来回应。

一是，我行的自助银行正在加快发展；二是，我们即将实行借

记卡自动还款功能;三、刷卡后不是要你第二天就来还钱，在56天当中你随时抽个空来还就行。

把限制条件解释清楚，客户绝的理由就少一些。

同样第四条，客户的卡实在太多，不想再办了。

我通常会先问他，其它行的卡什么时候办的?额度是多少?有没有担保人?国内外是否通用?免息期多长?购物是否有积分?先确定客户手中的卡是不是信用卡，同时把事先准备好的几张信用卡卡样拿出来，再适时介绍手机短信服务，保险服务，医疗服务等特色功能。

我们要想方设法的很自然的让客户感受到信用卡的特别之处。

在与客户交流的过程中，一定要有一个良好的心态，如果客户实在为难，赶紧把目标移到下一家。

最后一点是就申请表格的填写和客户的维护。

我们做了大量的前期工作，到了最后千万不要因为填写表格不规范而导致被拒绝，那是一件很伤心的事。

首先是填写表格。

我只让客户填写(1)家庭住址、电话;(2)工作单位地址、电话、职务;(3)直系亲属和朋友;(4)签名。

其余的我都自己帮他们填。

一来，让客户省去了许多填表的麻烦，二来，填写过程就是审核的过程，可以发现很多漏洞。

三来，可以让表格相对工整一些，有的客户填完后，在写错的地方就乱涂一笔。

其实，卡部的人在审核的时候同高考阅卷一样，卷面整洁无形中就有一个印象分，所以在错的地方，我们就可以用涂改液修饰一下。

我们有很多同事把审核的工作，都交给零售部的相关同志去做，自己就不问了，这样肯定是不行的。

我举个例子。

有一次我地税局的朋友拿来十张表格，我在帮他们填写表格的时候发现，他们留的家庭电话都是单位号码。

这就麻烦了。

因为家庭电话号码一般是信用卡的查询密码，基本上每个人是不同的，于是我就一个一个打电话问。

如果，我忽视了这一细节，也许我又做了十个无用功。

另外，表格中错误率较高的就是最后一栏，联系人资料。

以我的经验，这一栏一定要写，特别是直系亲属。

朋友一栏可放松要求，你可以写自己的名字，也可以写其同事的名字。

其次是，客户提供的相关资料。

我想重点说一下人事收入证明。

其中有一个关键点，就是职位的细节。

因为在信用卡销售指引中，职位稳定的员工获批率是比较高的。

有的同事在营销过程中，看到对方的职位不是很好，就产生了一个想法，这种人肯定批不下来。

在这里我想说一说我自己的经验。

拿一个单位来说，就是扬州青年旅行社。

应该来说，导游的获批的率是很低的，因为他们的工作不稳定。

但是反过来，导游不能365天天带团，不带团的时候，他要负责计划调度，也要负责相关的文书的工作，于是我就让他们在工作职位一栏写上计调，文员。

与此同时，还写了一份情况说明，交待了此单位在扬州的地位以及将要和我行展开的合作，希望能提高信用额度。

作为营销员，你要让信用卡中心的审核人员认为，这个单位是非发不可的。

第三，就是客户的维护。

就是所谓的售后服务。

这个工作，就是在申请表寄出以后，一定要打电话给客户，问问卡有没有拿到，用的如何，有什么不明白的地方，感谢他们对中信工作的支持，其实这样做的目的很简单，希望他们再介绍一些客户给我们，同时联络感情，发掘一批优质客户，为以后的银行业务做准备。

以上，我从四个方面和大家交流了在信用卡营销过程中的一点感受，其中，有很多想法是我们部门的同志在研究信用卡营销方案时共同讨论的结果，他们在信用卡的营销过程中也付出了相当大的努力。

我想在目前的社会状况下，信用卡的营销很有挑战性。

每个人有各自的营销理念，如果大家能够自动自发，并且经常互相交流经验的话，我相信20xx年我行的信用卡任务一定能够完成。

俗话说：“一年之计在于春”。

三月是温暖的季节，也是我们开始奋斗的季节。

在这个充满希望的日子里，我走进了中信银行这个大家庭，进行了两周的跟岗实习，在营销过程中，我留下很多耐人寻味的回忆，同时也得到很多刻骨铭心的体会。

第一：具备专业的业务知识。

我们是用设点营销的模式，当我们在家乐福摆点时有客户前来询问相关信用卡使用情况，需要我们营销人员具备良好的专业知识，为客户答疑解惑，无论是从办卡条件、激活还是使用、还款，都必须了如指掌，然后才能指导客户完成之后的操作。

第二：具备充分的自信，瞬间获得客户的信赖。

一名合格的营销员首先要具备充分的自信，只有对自己充满信心，才能给自己一个清晰的思路，把产品通过流畅的语言介绍给客户。

在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自己有好感。

与客户初次见面时的说辞非常重要，好的开场白往往是成功的一半。

当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体现在初次见面，交谈时客户可能在很长一段时间对营销员是无动于衷的，但在一些细节上的改变或许可以赢得客户的倾心。

第三：给自己制定一个力所能及的计划。

因为设点营销是很多同行惯用的模式，客户见多了也就觉得并不那么新鲜了，点摆在那里，关键要能把客户吸引过来。

在营销的过程中，我一直在积极的引导客户，虽然其中有过不少挫折，但同时也掌握了不少方法。

而为了避免一种盲目性的积极，我需要制定相应的计划。

只有合理安排每一天的工作，才能事半功半。

第四：在营销失败中学到新知识。

常言道：“失败乃是成功之母”！在营销过程中，很多时候我们都会遇到形形色色的客户，也许你幸运，遇到很好说的客户，但也有倒霉的时候，客户专门刁难你。

所以很多时候失败了，不要气馁。

要从事物的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，希望下次不要常犯同样错误。

以上几点是我从事营销员的一些心得体会，我相信付出就会有成果，坚持就能获得胜利。

信的明天更加辉煌。

经过一年半载的努力与奋斗，在这一年多营销工作时间里，

做为一名在广发银行信用卡从事营销工作近一年多的营销人



员，一直以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应能力、懂得拿捏揣测客户心理变化、对产品的认知与诠释、语言表达技巧、良好的心理素质。

经过一年半载的努力与奋斗，在这一年多营销工作时间里，有喜、有悲，有笑声、又有泪水，有成功，也有失败。

不过在短短时间里，让我深深体会到，无论做任何事情，都要对自己充满信心。

从事营销行业除了对自己要有足够信心，有经验之外，更重要的是自己的一种心态。

我是一名刚刚被提升为小分组长的营销人员，对刚被提升，我感到非常荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力可以给我推动力，在这里我也想与大家分享下，相信很多在公司工作的同事，他们也有独特的见地。

博众长而用之，这样才能为自己在打开一片天地！

心得一：对自己要有信心。

在我刚开始从事营销工作的时候，要拜访客户时犹豫再三不敢进门，好不容易鼓起勇气进门，却又紧张得不知说什么，刚刚开口介绍产品，就被客户三言两语打发出来。

一次又一次的拜访失败，我开始为自己在找借口，在抱怨。

但我从未意识到给自己找借口的同时，我已经变得相当的消极了。

消极的情绪给我工作带来很大影响，后来领导得知此事，他找我聊了许多，他告诉我：“一名合格的营销员首先要具备充分的自信，只有对自己充满信心，才能消除面对客户是的

恐惧，才能给自己一个清晰地思路，把产品通过流畅的语言介绍给客户”。

这番话深深的刻入我的脑海中，每当我低落的时候，我都会暗暗给自己鼓劲，我坚信一点，只要对自己有信心、对产品有信心，那我已经成功了一半。

心得二：给自己在不同时期制定一个力所能及的目标

每个人都要合理安排每一天的工作，都要有计划性、目的性，为了避免一种盲目性的积极，也可以说是一种没有方向性，这种情况往往是事倍功半，得不偿失。

在我做为一个新营销小分组长，除了我自己，还要带领组员，既然带领了一支小团队，那要有周详的工作计划、合理时间安排、充分调配人员、良好的团队精神等等。

给自己、组员制定一个力所能及的目标！

心得三：要瞬间获得客户的信赖

在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自己有好感、信赖。

与客户初次见面时的说辞非常重要，好的开场白往往是成功的一半。

当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体现在初次见面，交谈时客户可能在很长时间对营销员是无动于衷的，但在一些细节上的改变或许可以赢得客户的倾心。

心得四：在营销失败中学到新知识

常言道：“失败乃是成功之母”！在营销过程中，很多时候我们都会遇到形形色色的客户，也许你幸运，遇到很好说的客

户，但也有倒霉的时候，客户专门刁难你。

所以很多时候失败了，不要气馁。

要从事情的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，希望下次不要常犯同样错误。

以上几点是我从事营销员到营销小分组长一职的一些心得体会，如果我们能做到：“把握现在、向过去学习、着手创造将来。”

想象一个美好的将来是什么样子的，制定一个切实可行的计划，今天就做些事情使之成真。

明确你的目标，发掘让你的工作和生活更有意义的方法，你会更快乐，更成功！

## 银行清廉文化心得体会篇六

有人说：“位不在高，爱岗则名；资不在深，敬业就行。”所谓“爱岗”就是热爱本职工作，所谓的“敬业”就是忠于职守，尽心尽责。爱岗敬业是金融职业道德的基础，表现为对事业的责任心。责任心促成员工热忱地、自觉地投入工作。具有责任心的员工不需要强制，不需要责难，甚至不需要监督。他们将金融工作内化为自身需要，把职业的责任升华为博大的爱心，于平凡中创造奇迹。

马克思曾经指出：“作为一个确定的人，现实的人，你就有规定，就有使命，至于你是否意识到这一点，那是无所谓的。”每一个人都生活在单位这个集体中，是现实的人。虽然每一个人在不同的工作中扮演不同的角色，但是单位对每一个人都有“规定”，有“使命”，有“任务”，其中最主要的内容，就是应尽的责任。俗话说，没有规矩不成方圆，规矩

来源于各行各业的劳动特点，无论成文的，还是不成文的，对各行各业的从业人员都具有规范和约束的功能。

正由于责任心是对所有员工的基本要求，无论你是否愿意，也无论你是否意识到，责任心无时无刻都伴随着你，表现着你。我是农业银行平凡的一分子，我要求自己爱岗敬业，认真严肃对待自己的职业，忠于自己的事业，勤奋工作，深思慎行，将责任心融化于血液，荡漾于情感，体现于行动，伴随于身边，有一分热，发一分光。在自己的任务里，竭尽心力，做一个实实在在的农行人。