

最新开门红总结暨表彰会主持词(通用5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，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

开门红总结暨表彰会主持词篇一

下面是小编为大家整理的,供大家参考。

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2021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。

1、业务经营情况

截止2021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，完成开门红任务的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。

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。

针对我行2021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，学习党史教育，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。

2021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！

**支行

2021年4月15日

开门红总结暨表彰会主持词篇二

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升自己。

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，我在不断的提升自己，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。进入20xx年，xxx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。

开门红总结暨表彰会主持词篇三

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。

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。

开门红总结暨表彰会主持词篇四

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

开门红总结暨表彰会主持词篇五

20xx年是公司爬坡过坎、改革攻坚的关键之年。而对于全年经营目标能不能完成,改革发展重任能不能实现,公司未来能不能走上健康可持续发展道路,一季度“开门红”之役尤为关键。1-3月份,在上级公司的坚强领导下,全体中华人众志成城、跃马争春,始终坚持改革、发展两手抓、两手硬,始终强调按市场规律办事、按企业逻辑经营,各项工作初见成效,经营业绩逐步改观,“开门红”旗开得胜。

一季度,面对严峻的内外部环境,公司上下同心,变革求生,创新求存,团结求胜,共克时艰,业务发展上实现了保费增速扭负为正、成本率逐步趋好的阶段性目标,为全年发展打下坚实基础。

1. 业务增速方面,一季度公司实现签单保费99.21亿元,同比增长4.26%;实现原保费收入98.45亿元,同比增长0.2%。公

司沉着应对“营改增”带来的保费下降、业务结构调整、市场竞争加剧、手续费骤增等多重挑战，保费收入实现正增长，价值发展能力稳步提升。各级机构严格贯彻总公司要求砥砺奋进，系统内9家老机构一季度实现业务正增长。大机构业务发展持续向好，有效拉动公司整体企稳回升，如华南片区和西北片区一季度业务增速高达21.3%和17.7%；新机构业务实现高速增长，东北和华东片区表现尤为突出，市场份额大幅提升。

2. 经营成本方面，行业成本率逐步上升，而公司成本率呈下降趋势。截至2月底，公司考核口径综合成本率为##. #8%，环比下降0.5个百分点，同比下降2.2个百分点，与行业差距较20xx年底收窄2个百分点。其中，考核口径综合赔付率##. #%，环比下降1个百分点，同比下降0.1个百分点，与行业差距较20xx年底收窄2.3个百分点。公司各项成本管理举措取得初步成效，在各级机构得到有效落实。1-2月，11家机构实现承保盈利，15家机构成本率同比下降，河北、厦门、内蒙古、山西和福建等5家机构下降超10个百分点；11家机构综合赔付率同比下降，内蒙古和厦门分公司下降超10个百分点。

一季度，公司各项改革举措稳步推进，在制度建设、能力提升、创新驱动方面取得诸多成效。

（一）多措并举，提升价值发展能力

1. 车险狠抓“七个坚定不移”，进入价值发展轨道。

一是调整车险发展策略，提高业务价值。去年下半年以来，公司坚决进行业务结构调整，发展家用车，调减营业货车。虽然今年上半年营业货车存量业务规模较大，但通过强化承保政策管控与费用政策引导，车险业务结构进一步优化。截至3月23日，家用车占比升至64.5%，同比提升2.6个百分点，营业货车占比降至14.8%，同比下降1.5个百分点。车险预期赔付率57.5%，同比下降0.7个百分点。二是强化车险续保管

理，盘活存量业务。通过电销外呼兜底、完善续保管理系统功能、理顺续保管理流程等多种举措，在存量业务上精耕细作，价值业务续保率逐月提升。2月底家用车续保率提升至45.5%，较20xx年12月提高2.5个百分点。三是加强车险司控渠道建设，升级发展手段。一手抓电销，实施电销独立核算与考核，加快电销中心和二促团队建设。目前郑州中心坐席1041人，西安中心650人，济宁中心313人。电销自主获客业务1-2月同比增长达50%。一手抓车商，开展“扩网抢新”。全国新开拓二网及大卖场568个，全年新增网点达成率28.4%，网点累计达到5011家，覆盖率达20%，提升2.3个百分点；成功入围上海大众汽车、东风神龙汽车3家汽车主机厂的总对总联合营销，抓住新车销售源头，一季度联合营销新车保费3100万元。

2. 非车险克服宏观经济下行压力，抢抓结构性发展机遇。

一是加快农村事业部建设，对农险业务进行独立运营、独立核算。以“三联三创”为抓手，稳住农险市场第二的地位。二是抢抓国家“一带一路”战略发展机遇，以大项目为抓手，大力发展企财险、工程险、货运险和信用证保险等境内外业务。一季度，成功承保财产险大项目57个，实现保费1.35亿元。其中，湖北分公司在缅甸承保中色镍业公司企财险项目，实现保费112.73万元。三是把握“新国十条”服务民生保障机遇，大力发展责任险、健康险等民生领域业务。一季度非车险实现较快增长，农险累计增长24.7%、财产险累计增长11.6%、责任险累计增长19.2%、信保险累计增长67.4%、意外险累计增长21.2%、健康险累计增长21.4%，有力拉动了整体业务的发展。

3. 发挥股东优势，股东协同业务发展呈现新亮点。

一是加强对东方资产内部资源的整合力度。通过共建业务渠道、推动产品创新，深度开发客户资源，控股协同信保业务实现保费收入###万元。其中，与某银行合作的工程履约转保

函业务实现保费收入###万元，是公司首笔非融资类业务。二是大力开拓成大、中车等股东协同业务。总经理室成员多次拜会股东高管洽谈合作，把握中车集团财务工作会议机遇进行合作方案宣导，有力推动了中车合作项目落地，目前5个合作项目保费合计###万元。利用中车平台打通央企财产险市场通道，通过项目培养队伍，开启股东业务合作新局面。

（二）改革建制，提升成本管控能力

1. 稳步推进人力资源改革，有效管控人力成本。

一是全力推进“三定”工作。总部层面，已经完成组织架构优化调整，初步完成处室和人员的岗位和职能调整，严格按照干部管理组织程序开展部分部门负责人选聘工作。分公司层面，在总结江苏和大连分公司试点经验的基础上，正式启动全系统机构改革工作。3月底完成分支机构定岗定编，计划4月底分批完成各层级人员定员，稳步推进转岗分流。按照公开公平公正的原则，通过选聘、竞聘等方式选拔优秀人才，组建年轻化、知识化人才队伍。二是强力推进销售基本法和三、四级机构管理办法的落地实施工作。所有分公司制定并实施了本机构统一标准的销售基本法。销售基本法系统正式上线，为销售人员的定级、转套等工作的闭环管理提供系统支持。

2. 大力加强理赔管理，着力控制赔付成本。

一是快速推进核损集中。已完成车险人伤全国集中核损工作和人伤系统上线，人伤案件过程管控尤其是前端现场管理得以强化。落实人伤“三早”原则，人伤核损人均日审核万元以上案件从5.7件提升到29件，涉人伤案件未决时长同比下降5天。已有18家分公司完成车物核损集中，人均日审核案件从19件提升到22.96件。二是坚决开展“打鬼行动”。截至目前，公司收到有效举报案件##起，已调查既成事实的5起，挽回经济损失27.61万元；正在调查的##起，预计将挽回经济损

失达百万元，威慑效应及对公司的形象建设贡献巨大。三是分类管理送修资源。在全系统实施修理厂abcd分级管理、逐级推修，促进优质车商合作。积极向低维修成本的维修企业推修，降低理赔成本。截至2月，送修资源使用率升至42.7%，环比提高3个百分点。

3. 严格执行全面预算管理，提升财务精细化管理水平。

一是完善预算制度，建立制度体系。按照全面预算管理、变动费用滚动预算制等要求，进一步完善并推行《全面预算管理办法》《变动费用管理办法》，通过建章立制规范预算管理。二是梳理流程规范，推进固变分离。完成对费用管控事前、事中、事后的全流程梳理。细化零基预算，严控房屋租赁费与车辆使用费，大力压缩日常办公及广告宣传等开支，为业务发展腾挪空间。压缩机构固定费用#.0#亿元，同比下降6.2个百分点；公车改革预计处置车辆244辆，节约成本近####万元。严格归口管理，对人力成本列支规范及归口管理系统事宜进行全面梳理，杜绝固变混用、固定费用挤占销售费用。进行五分成本分析，按月进行预算执行分析及异常提示。三是加强过程管控，强化反馈预警。按月反馈产品线变动费用执行情况，并对重点项目、重点机构进行提示，提高费用使用效率；梳理提出手续费风险问题，指导机构堵塞漏洞，加强管理。

（三）创新驱动，提升运营支持能力

1. 全面施行费用跟单，数据管理水平大幅提升。

一是大力推广跟单工具。费用跟单功能实现全国覆盖，并在广东分公司上线手续费跟单支付功能。完成市场费用预算管理系统实施方案，加紧上线市场维护费跟单支付与市场费用预算管控功能，以期实现市场费用闭环管理。二是全面完成权限集中。推进变动费用分公司集中管理工作，实现费用跟单配置、手续费、绩效修改审核权限上收至分公司集中管理。

三是强效落实滚动预算。在年度车险综合成本率目标下，确定公司整体及各机构20xx年保单的边际成本率目标值，在边际成本内根据预期赔付率的变化动态确定各机构车险预算变动费用率。定期检视变动费用管理情况，月度统计变动费用管理数据，对各机构分车型大类的.跟单配置规则及配置结果进行后台监控，引导机构合理配置费用，全面强化总公司数据分析和经营指导职能。

2. 持续推进it重点项目，数字化改造日见成效。

一是修订完善it三年规划。根据it规划咨询项目成果，重新梳理了it技术架构、应用架构、数据架构、基础架构。聚焦业务支撑存在的核心问题，规划了七大重点项目，制订了二十七项工作举措。二是加快推进it重点项目。车险承保系统优化项目已进入开发阶段，着力解决系统存在的“录单界面繁琐、系统运行不稳定、客户体验差”等主要问题；新车险理赔系统已完成系统规划，需求分析工作全面展开；公司租赁idc机房已完成改造，灾备中心设备开始安装调试；新版销售管理系统及费用跟单系统全面上线，有力支撑销售基本法和全面预算管理的落地。三是不断研发创新工具。面向管理层的经营业绩日报app已正式上线□“e保”二期承保功能已完成开发，非车险“码上保”已经上线，移动支付流程不畅问题得到明显改善；农险移动养殖险理赔系统“e键通”正式发布；银联商务智能pos项目合作进展顺利，试点机构上线使用。四是持续优化it治理结构。制订了it人力资源市场化改革方案、异地开发中心建设方案、分公司it队伍管理模式优化方案等一系列改革举措。

3. 全力打造客户信息数据库，客户关系管理得以强化。

一是借力第三方大数据公司，提高客户信息真实性。引入银联商务、百融金服等合作伙伴，开展大数据合作，对存量客户和流失客户信息进行数据清洗、校验和失联召回。一季度，

共清洗个人车险客户信息数据##.15万条，与往期已清洗数据成功匹配#.03万条，匹配率达41.4%，未成功匹配数据经银联验真召回1.57万条，共获得有效客户信息#. #万条，有效率达54.32%。二是做好做实增值服务，提升客户满意度。截至2月28日，共开展“好车险”车险服务161.18万次，其中以理赔服务为核心的保险服务19.58万件次，以道路救援、代驾代办为重点的增值服务1.85万件次。三是修订完善股东服务方案，为股东提供专属保险服务。主动收集股东客户信息，标记为vip客户，建立专属股东服务团队，拓宽服务方式和服务渠道。四是推进客户关系管理信息化建设，提升服务能力。拟定增值服务和“客户会员俱乐部”的系统需求和立项方案，通过向客户提供积分回馈、礼品兑换等增值服务，提高客户粘性，提升客户续保率和转化率。

4月份，中华财险将迎来今年最大的挑战，十分关键。公司去年同期保费基数大，去年4月当月保费达52.5亿元，今年叠加“营改增”带来的保费下降、业务结构调整、市场竞争加剧、手续费上涨等多种因素，经营难度可想而知。但是，黑暗中渐现曙光。外部环境在好转，一季度保监会印发《20xx年车险市场现场检查工作的方案》，规范行业车险市场秩序；5月后“营改增”的影响不再。同时，一季度公司“开门红”已经打下了很好的基础，在全系统的努力下，经营指标已经达到了一个向好的平台，改革发展举措的红利将逐步显现。在这个时候，公司开展“守阵地，迎曙光，决战4月”业务竞赛，就是要“宜将剩勇追穷寇”，一鼓作气挺过4月份，就能“轻舟已过万重山”。

（一）全力以赴谋发展。4月份最主要的任务就是发展，目标就是要确保不负增长。车险继续加强“七个坚定不移”执行力度，电销、车商持续发力，顶住压力往前追。农险守土有责，当月力争实现##亿元保费收入。非车险把握机遇，尤其抓紧利用中车平台，力争在制造业大项目上取得突破。全力确保公司4月份总体保费收入实现正增长。

（二）矢志不渝控成本。成本管理是今年的中心工作，任何时候不能松懈。严格执行全预算管理，把固变分离落实到位。坚决压缩职场、车辆、招待等固定费用，为业务发展腾出空间。继续加强理赔管控，加大赔付成本下压力度。严格实行费用跟单，确保每一笔费用准确投到业务发展最前线。

（三）坚定不移推改革。在发展最困难的时期，最需要保持改革的定力。改革功在当代，利在千秋，必须坚定不移向前推进。人力资源改革和“三定”工作原则上在4月份完成，最迟不拖过今年上半年。持续跟进检视销售基本法和三、四级机构管理办法的落地实施情况。

一季度，中华财险顶住了压力，保持了定力，克服了困难，“开门红”的既定目标基本实现，各项改革发展举措稳步推进。这一阶段性成果，为完成全年各项工作任务奠定了基础，迎来了曙光。我们坚信，只要按照既定战略，保持自身节奏，坚定不移抓落实，咬定青山不放松，一鼓作气挺过最艰难的4月份，随着市场逐渐回归理性，公司改革发展成效进一步显现，中华财险一定能夺取全年的胜利，一定能逐步走上健康可持续发展之路，一定能在未来2-3年内成为一家有智慧、受尊重的优秀产险公司！