

2023年银行营销培训心得(大全6篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

银行营销培训心得篇一

当我们受到启发，对学习和工作生活有了新的看法时，应该马上记录下来，写一篇心得体会，通过写心得体会，可以帮助我们总结积累经验。到底应如何写心得体会呢？以下是小编帮大家整理的银行营销培训心得体会（精选3篇），希望能够帮助到大家。

【银行营销培训心得体会一】

机会参加这样高水平、高规格、超强度、超极限的提升班。在此向领导表示衷心的感谢！

培训班的课程紧张而有序，培训班的氛围严肃而又活泼。回首难忘的日日夜夜，收获良多，感慨万千，现将此次学习的心得向领导汇报如下：

一、态度决定一切，理念产生力量。从培训班的学习手册上我注意到了四个字——学习宣言。上面这样写着：“我承诺：以感恩的心情珍视每一次机会。为此，我将全情投入，积极思考，真诚交流，乐于分享，认真总结，学以致用。我将把所学知识积极运用于工作实践当中，巩固学习效果，提高工作技能。为学习，我将全力以赴！”一开始我就把它当作我的“小闹钟”，时刻提醒在心，把首先端正态度作为成功与收获的起步。米卢曾说过：“态度决定一切！”只有从心里认同了学习的必要性和重要性，才能使行动变自发为自觉，才

能产生良好和积极的效果。培训班为期一周的课程也有效地证明了这一点。培训课上老师曾要求我们认真思考这样一个问题：在培训班过程中如何学习，想学到什么，学习后对自己有哪些期望？我觉得，首先要明确目标，树立信心，理论联系实际，严格遵守纪律。从一点一滴的小事情做起，踏踏实实朝大目标走去。不仅要以饱满的热情，专注的精神来听好每一堂课，同时也要学习讲师的授课技巧，互动的丰采，也要与各个地区的同伴多沟通，多交流，从他们身上吸取更多的营养出国留学和灵感，每位同伴都是老师，每位同伴身上都有闪光的亮点，有着非常优秀的品格值得我去欣赏和学习。这样的机会，人生能有几回？有什么理由不去珍惜和努力呢？积极向上的态度是进步的根本保障，良好的心态本身就是一笔宝贵的财富。总比别人多付出一点，总比别人多努力一些，总比别人多学习一分，离成功总会近些再近些。这是培训班给我的感受之一。

二、养成良好习惯，体现培训风范。

所谓成功，就是功到自然成。成功就是从不习惯到习惯的过程。所以，良好习惯的养成对成功是至关重要的。一个人的辉煌，决不是偶然，决不是一朝一夕的事情，而是经过岁月的千锤百炼和人生的坎坎坷坷。而即形成的好习惯，可以陪伴其一生，一流培训的风范，要从培养良好习惯开始。在培训班里有许多细节上的规定，比如，为保证培训效果，请将手机铃声设计为振动或无声状态；课程期间，请严格遵守课程公约。保持四周整洁卫生，学员不得在休息室以外的公共区域内吸烟；着装整齐讲究，严格履行请假手续等，这些都充分体现了老师们的良苦用心。一支招之即来，来之能战，战之能胜的部队必然是一支习惯良好，纪律严明，作风过硬的部队。培训班*全封闭的学习和训练是紧张而又愉快的，大家都以追求竞争、追求卓越、追求挑战的全新精神来投入，整合旧知识，学习新技能是目标，同时，我认为，良好习惯的培养也是不可缺少的内容之一。良好习惯的养成是个漫长而又艰辛的过程，培训班是个很好的提升机会和修正的基地，因

为在这里有来自全辖伙伴们的友情提示和无私帮助，也有各位讲师的严格监督和热忱关心。浓厚的学习氛围和环境，无疑会使学习进步得快些再快些。

三、充实知识教育，提升专业技能

国内外多家公司的不断入驻，带给我公司全新的机遇，同时也让我们面临更高的挑战。如何加强营销管理，如何迅速有效地拓展市场，如何健全和完善基层管理体系，如何提高营销员队伍的整体素质，如何突破思维有所创新等等一系列的问题已成为摆在我们面前刻不容缓亟待解决的课题。事实和实践证明，只有通过专业培训和规范教育，提升一线主管的综合素质，从而提高公司营销业务的核心竞争力，才能从根本上保证业务的持续健康稳定发展。从公司的生存和发展的战略高度上讲，充实营销知识教育，提升各险种专业技能的培训，学习和吸收国内外先进的营销和服务理念是本次培训班的核要求，也是我参加本次培训班对自己的根本要求。

培训班的课程由浅入深，深入浅出，可以体会到是经过公司领导和老师认真考虑，周到安排和精心设计的。尤其是对mtp管理才能发展的培训，我真是受益匪浅。通过董栗序讲师的精彩讲演，我深刻意识到了自己在日常管理上的弱点与原则间的差距，在管理技巧和沟通技巧的学习中，弥补管理方面的不足。

竞争的结果无非就是优胜劣汰，市场如战场，要想赢得战争，光有勇气和胆识是不够的。保险营销正处于扬帆启航的大好时期，同时，营销市场也将狼烟四起，烽火连天。作为一名保险基层的管理者，除了自己本身要掌握丰富的知识，持有端正的态度，良好的习惯以外，实用的技巧是必不可少的。而技巧的提升，必须通过大量的实践和演练，最后让市场来检验可行性。

本次培训班虽然课程上已经结束了，但新的征程刚刚开始。

我将以从培训班中学到的知识、态度、习惯、技巧等投入到紧张有序的实际工作中去，以持之以恒的精神、认真严谨的作风，立志为中国人保财险的光辉事业奋斗终身！

【银行营销培训心得体会二】

为期十天的省行培训转眼即逝，这里留下了我们静静聆听前辈教导的身影，这里留下了我们最真最灿烂的笑容。暮然回首，这样欢聚一堂的机会已然不多，我们即将浩浩荡荡的奔赴工作岗位，以全新的精神面貌迎接新的挑战，内心诚惶诚恐，却又满心欢喜和期待。

如果有人问我，培训期间给你留下印象最深刻的是什么？我想说，是榜样的力量。每一位为我们授课的省行领导，他们的做人准则、工作经历和体会都深深的感染着我们，他们博学多才，他们经历丰富，他们谦逊有礼，他们勤勤恳恳，兢兢业业，甚至连培训班每天与我们朝夕相处的老师，他们无微不至的关怀和服务精神，都令人为之动容。感谢培训班的老师为我们真诚而温馨的付出，感谢省行提供的培训机会，带给我们全新的精神洗礼。

如果有人问我，培训期间你的收获是什么？我想说，是实现了由菁菁校园的学生走向职业人的心态转变。在这里，我们了解了中国农业银行的发展历程、基本概况、业务模块、风险管理、公文规范、服务礼仪、薪酬管理体系，人才培养和晋升制度。通过系统的学习，学员们明确了自己的职业发展方向，规划人生蓝图，踌躇满志。

“违规就是风险，安全就是效益，合规创造价值”，依法合规的观念已经深入人心，银行业是个高风险的行业，在金融创新浪潮的推动下，金融业逐渐发展成为主要提供风险转移策略的银行，从某种意义上讲，商业银行就是“经营风险”的金融机构，以“经营风险”为其盈利的根本手段，健全的风险管理体系能够为商业银行创造附加价值，在市场上获取

盈利机会的风险承担能力，是现代商业银行核心竞争力之所在，风险存在于商业银行的每一个业务环节，全面的风险管理体现为每一个员工的习惯行为，因此，作为一名银行从业人员，我们应该时刻具有风险管理的意识和自觉性，主动预防工作中可能潜在的风险因素，同时，注意保护自己。

“欢迎加入*行大家庭!”这句温馨的话语不断地在每一位前辈的发言中得以重复，确实如此，培训期间，培训班通过组织各种文体活动，增进学员之间的沟通交流，其乐融融。

每天的行程都安排得很充实，上课学习，体育比赛，演讲比赛，文艺汇演排练等丰富多彩的活动，为新学员提供了一个展现自我，融入农行大家庭的舞台。特别是文艺汇演的排练，加深了学员们彼此的了解，我们肆意的挥洒青春的汗水，绽放最炫丽的青春，在文艺汇演这个活跃的大舞台上，充分地展现农行新一代员工的亮丽风采!在此，预祝20xx年中国**银行分行第三期新员工培训班文艺汇演取得圆满成功!

中国农业银行在成功上市之后，以市场为导向，以客户为中心，以效益为目标，努力把农业银行建设成一家面向“三农”、城乡联动、融入国际、综合经营、致力为最广大客户提供优质金融服务的现代化全能型银行。我们作为农行的新员工，本着爱岗敬业，勤勉尽职，依法合规的职业心态，踏上征途，追求卓越，共创辉煌!

最后，谨以下文与各位同事共勉：

知之非艰，行之惟艰，知难行易，知行合一，行我所信，信我所行。

【银行营销培训心得体会三】

今年我参加了省行组织的二级支行行长培训班的学习培训，通过学习使我受益匪浅。结合实际工作，下面，我谈一谈个

人的一点心得体会。

一、转变市场营销观念，实施核心客户营销策略。

当前，银行业普遍认同一个“二八定律”，我认为“二八定律”针对我们邮政储蓄银行，尤其是县级以下及农村二级支行来说，这个定律尤为显得贴切和突出，即银行80%的利润来自于20%的客户。可见，20%的高端客户针对我们邮储银行带来的收益就可想而知，但是如何让这20%的高端客户真正成为我们的忠诚客户，那就需要支行自身利用和优化现有的资源，通过生日礼物、病期探视、各大节日特色祝福等等来拉近与客户的亲属感并通过交叉营销，让客户通过各种体验途径购买咱们银行自身的多种产品，以更优质更快捷的服务等等让20%的高端客户从心里产生对我们邮政银行的忠诚度。

二、转变经营思路，树立科学发展观。

1、要进一步增强存款工作的危机感和使命感，大力促进各项存款快速增长，全力提升存款业务的市场地位，加大储蓄存款竞争力度，全力提升市场份额。坚持“大个金”发展战略，运用我行点多面广，覆盖城乡的网点资源和营销潜能，做大储蓄市场。

2、着力推进中间业务和新型业务的全面、协调发展，通过代理保险、信用卡、以及下一步就要推行的ic卡、惠农卡等产品，抓好全年每个季度每个时间段。发展业务有的人说要分业务淡季旺季，我个人认为业务的发展与否不应有淡旺季之分，而是取决于一个支行，一个团队的思想意识之团队精神，我们发展业务也决不只能坐门等客，而是要走出去，走进市场，走进商户、农户之中进行有针对性、策略性的实质营销，不是有这样一句话嘛：时不我待，只争朝夕！我们不能把“与时俱进”当做一句空话，我们需要实际性地主动出击。

三、强化风险防范意识，提升内控管理质量。

随着银行业竞争的日益激烈，市场环境的复杂多变，商业银行经营面临着越来越多的风险，我们作为商业银行面临的主要风险包括信用风险、市场风险、操作风险，针对上述三个风险，我认为加强操作风险的防范尤为重要，通过观看四十五分钟的警示教育片，以及我们身边听说看到的很多案例，不难看出，绝大部分风险来自于*银行内部，比如银行监守自盗、违规操作等等，因此我认为在日常工作中应做好以下几个方面的内容：1、加强员工的思想教育和业务制度的学习，利用周例会、晨会，月经营分析会及网上下载警示教育片等把风险防范意识，结合今年的“合规执行年”制度的内容，深深灌入每位员工的思想灵魂深处，让合规的经营理念融入到工作的每一环节，争做遵章、守纪、知法、守法的邮政储蓄银行人。

四、搭建“以人为本”的发展平台，培育和谐企业文化。

针对支行员工应表扬先进，激励后进，和员工多沟通、少批评，坚持以人为本，利用现有的职工小家资源，通过和员工一起生日、节日聚餐，乒乓球、象棋、羽毛球友谊赛等，和员工每日保持一种愉悦的心情，良好的心态，同时也要进一步抓好网点柜面规范化服务，进一步加大服务检查力度，健全服务监督检查网络，要引导员工换位思考，站在客户的角度看待自己提供的服务，自动自发做好服务工作，树立良好的企业形象，提高社会知名度和美誉度。

五、强化执行力，提升管理能力。

何谓执行力?执行力“就是按质按量地完成工作任务”的能力。个人执行力的强弱取决于两个要素——个人能力和工作态度，能力是基础，态度是关键。所以，我们要提升个人执行力，一方面是要通过加强学习和实践锻炼来增强自身素质，而更重要的是要端正工作态度。那么，如何树立积极正确的工作态度?我认为，关键是要在工作中实践好“严、实、快、新”四字要求。

1、要着眼于“严”，积极进取，增强责任意识。责任心和进取心是做好一切工作的首要条件。责任心强弱，决定执行力度大小；进取心强弱，决定执行效果的好坏。

2、要着眼于“实”，脚踏实地，树立实干作风。天下大事必作于细，古今事业必成于实。虽然每个人岗位可能平凡，分工各有不同，但只要埋头苦干、兢兢业业就能干出一番事业。好高骛远、作风漂浮，结果终究是一事无成。

3、要着眼于“快”，只争朝夕，提高办事效率。“明日复明日，明日何其多。我生待明日，万事成蹉跎。”因此，要提高执行力，就必须强化时间观念和效率意识，弘扬“立即行动、马上就办”的工作理念。坚决克服工作懒散、办事拖拉的恶习。

4、要着眼于“新”，开拓创新，改进工作方法。只有改革，才有活力；只有创新，才有发展。面对竞争日益激烈、变化日趋迅猛的今天，创新和应变能力已成为推进发展的核心要素。

以上是结合本次省行培训内容和从事本岗位经验的一些打算和体会，不妥之处敬请领导批评指正。

银行营销培训心得篇二

信用卡营销不能停留在传统的习惯思维和做法上，要将新的营销理念和服务方法有机地联合起来，最大限度地提高客户品质。

xx银行信用卡中心为了让我们新进员工更快地了解公司、适应工作，公司特别进行的新员工入职培训。对员工培训的器重，反应了公司“看重人才、培育人才”的战略方针。加入这次培训的有以前在别家银行做过信用卡业务的也有没接触过信用卡的，大家都很爱护这次机遇，早早地就来到公司，为培

训做筹备。

这一次培训的重要内容主要是公司的基础情形先容和xx银行信用卡系列产品的介绍，最后xx银行信用卡中央石总还顺便讲了企业文明与发祥，使我们在最短的时光里懂得到公司的根本运作流程，以及公司的企业文化、企业现状、策略计划和体系的公司营销理念方面的专业常识，通过这次培训，让我们受益匪浅、深有领会。

这次培训中，让我们对自己的工作岗位以及公司的上风资源有了更深入的意识和了解，从而能更快的适应自己的工作岗，充分施展自己的自动性，在做好自己的本职工作的同时，充足应用好公司的优势资源，最大后果的为公司发明效益，公司的疾速发展也是我们个人的`发展。通过培训，我们了解了什么是职业化、什么是价值观、以及良多为人做事的准则与办法，从而和之前的自己进行对比，认识到自己的不足，及时改良，对以后的工作的发展以及个人的发展都是十分有利益的。

在职业化的立场方面，每个人都应当有一颗创业的心，首先我们要明白的是我们不是为公司打工、不是为老板打工，我们是为本人打工，要信任自己能做好，要有一颗很热诚恳，一双很勤奋的手、两条很忙的腿跟一种很自在的心境。作为在信誉卡核心的员工更是如斯，一方面我们要不拘泥于一些传统的销售理念，要擅长冲破、有创意的主意，同时又要以大局、团队为重，不能太过于个性。而后就是当前在做事的进程中要留神方式，这样才干让工作效力更高、减少无谓的加班，事件也会做的更好。

在专业方面，金融行业最重视的是实际和诚信，需要 we 不仅仅在专业技巧上有着全面的知识，而且要对市场有着正确的掌握和剖析才能。我行在银行业以及其余金融方面有着很大的优势、然而相对中合型的银行业务来说对市场的了解绝对来说仍是比拟缺少的，而一个产品品牌的推广效果往往又

决议于市场的反映，我们不仅仅要思考怎么有效的利用好我行信卡中央的有利资源去营销、更需要的是以一个整体的目光来对待信用卡市场，这就须要我们对产品的营销和市场有深刻的了解和认识。

因而，我倡议是不是公司以后的培训能够邀请一些资深的营销或者市场方面的人士来进行培训和领导，这样我们就能更好的以市场的眼力来思考信用卡业务，从而能更好的为客户服务为公司创出更好的事迹，公司员工的知识层面也会更加全面。

为了更好的晋升业务水平与业绩我深刻体会到公司的中心文化。信用卡作为一种古代化的金融工具，它便捷、时尚、保险的特色正逐渐被越来越多人所接收，跟着我国市场经济发展，国民生涯程度的进步，用卡环境的一直改良，信用卡市场蕴含着辽阔地发展空间，但随着各家贸易银行都在发行自己品牌的信用卡，如何使我们xx信用卡在竞争剧烈的市场中怀才不遇，以下是我对信用卡营销工作中的一些心得体会。

诚信是维系现代市场经济的基石，是与客户彼此沟通的桥梁，在与客户打交道时只有真挚相待，言行不一，急客户所急，想客户所想，才能博得客户的一份信任，换取客户的一份诚心。这样我们能力更好的发展我行信用卡业务。

只有与客户进行经常性的沟通与交流，了解客户的动向，知晓客户的所思所欲，才能及时调整营销策略，捕捉商机，在激烈的商战中抢占先机。

工作从细微处入手，在做出营销前对客户有充分的了解，要知道自己的客户看重的是什么，需要的是什么，发掘合作的广阔天地，同时要细心观察，见人所未见，想人所未想，捕捉蕴藏在事物背后的新商机。

从这次培训的效果就可以看出公司对我们的培训非常看重的，

孙经理也为我们做了很多的准备，让我们在短时间培训中充分感受了公司对员工的态度和良苦用心，也让我们在未来的工作中端正心态、更加努力！

银行营销培训心得篇三

要应对激烈的竞争，为客户提供更高层次的、全方位的服务，提升自身效益，就必须建立一支反应迅速、综合素质高、服务意识强的营销队伍——客户经理队伍。但是否客户经理队伍的成员具有较强的业务能力和服务意识，是否真正认知客户经理的岗位职责所在，我认为还需进一步探讨，在这里我仅从自己在培训学习中所学到的如何做一名合格客户经理，谈谈个人的一点想法：

一、客户经理必须具备应有的素质

客户经理既是银行与客户关系的代表，又是银行对外业务的代表，不仅需要全面了解客户需求并向其营销产品与业务，还要协调和组织全行各有关部门及机构为客户提供全方位的金融服务，这就要求必须要有良好的职业道德与综合能力。在工作中始终树立客户第一的思想，把客户的事情当成自己的事来办，想客户之所想，急客户之所急。

- 1、要有高度的责任感、良好的职业道德和较强的敬业精神。具有较强的责任心和事业心，在兼顾银行利益的同时，满足客户的服务或要求。严守银行与客户的秘密。
- 2、应具备较高的业务素质和政策水平。熟悉和了解金融政策、法律知识、金融产品，通过在职岗位培训、轮岗培训、内部培训等方式，不断增强业务素质，以适应业务发展的需要。
- 3、要机智灵敏，善于分析和发现问题。有一定的营销技能与分析、筹划能力。

4、热情、开朗，有较强的攻关和协调能力。善于表达自己的观点和看法，与银行管理层和业务层保持良好的工作关系，团队协作精神强。

5、承受力强，具有较强地克服困难的勇气。能够做到吃千辛万苦，走千家万户。

二、客户经理要善于把握市场信息，及时满足客户需求作为一名客户经理，要有清醒的头脑，灵敏的嗅觉，及时捕捉各种经济信息，并不断分析、研究、及时发现问题，反馈信息，促进银行业务的健康发展。要注重研究与开发市场，通过网络、媒体等手段，了解国家产业、行业、产品政策、地方政府的经济发展动态，分析客户的`营销环境，在把握客观环境的前提下，调查客户，了解客户的资金运作规律，及时确定营销计划，巩固银行的资金实力。及时了解各家商业银行与客户业务往来情况及在我行所占的比重；同时坚持以客户为中心，明确客户的现状及发展规划，客户在我行的业务数量、质量、收益、潜力、需求等情况，锁定目标客户，建立起良好的合作关系。

三、客户经理应做好客户营销与客户维护工作

客户经理作为全权代表银行与客户联系的大使，应积极主动并经常地与客户保持联系，发现客户的需求，引导客户的需求，并及时给予满足，为客户提供一站式服务。对现有的客户，客户经理要与之保持经常的联系，而对潜在的客户，则要积极地去开发。开发的目的是主要是营销产品，力争实现双赢。根据银行的经营原则、经营计划和对客户经理的工作要求，通过对市场的深入研究，提出自己的营销方向、工作目标和作业计划。首先要本着银企双赢的原则，计算好本行的投入产出账，也替客户算好账，为客户设计最合适的金融产品组合；其次是细分客户，确立目标市场和潜在客户，对客户进行各方面的分析与评价。时刻保持与客户的联系和调动客户的资源，利用有效的沟通手段和沟通策略保持与客户的关

系，对客户进行富有成效的拜访与观察。第三，在与客户的交往中，客户经理要积极推销银行产品。善于发现客户的业务需求，有针对性地向客户主动建议和推荐适用的产品。如有需求及时向有关部门报告，积极探索为其开发专用产品的可能性。第四，加强风险管理，有效监测和控制客户风险。密切注意客户生产、经营、管理各个环节的变化情况和大额资金流动情况，无论出现什么问题都要与资产安全联系起来考虑，及时采取措施。按照规定建立健全客户档案和监测台账，及时搜集整理、分析资料，实时监测客户信用情况；并认真做好贷后检查和日常检查，及时催收贷款利息和本金；必要时积极参与企业管理，协助企业搞好生产经营管理和财务管理，尽最大限度减少资金损失。

四、客户经理应不断地注重金融创新，加大优质服务，力争实现双赢思维决定行动，行动决定结果。

客户经理必须具有较强的开拓创新意识，主要体现在客户市场的开拓及金融产品营销的开拓。优质服务体现在全新的客户服务理念、全方位的客户服务内容以及现代化的服务手段上。为使简单枯燥的服务工作变得丰富而多采，真正体现客户第一的观念。客户经理在接触客户的过程中，要牢记客户的需求就是客户经理的工作这一发展思路，勇于创新，创造性的开展工作，用真诚的心，把兄弟情、朋友义注入工作中，要为客户所想、知客户所愁，排客户所忧、做客户所需、情系客户心。用情去包容客户，用心去体谅客户，用爱去感动客户，用优质服务去发展客户。

针对不同客户，采取不同的工作方式，努力为客户提供最优质的金融服务。当客户过生日时收到我们送来的鲜花，一定會在惊喜中留下感动；如果客户烦恼时收到我们发来的短信趣言，也一定会把不快暂时抛到脑后，而抱以一丝谢意；而当客户不幸躺在病床，更因看到我们忙前忙后，楼上楼下奔跑的身影而感动虽说事情都很平常、也很简单，但一定会赢得客户的支持与理解，促进彼此之间的感情。

我认为要成为一名合格的客户经理，应以风险防范为中心，始终贯穿以客户为中心，创自身的品牌这一理念来培养我们的忠诚客户，树立信用社自己的形象，做出信用社自己品牌，从而最终实现我们的利润最大化。

银行营销培训心得篇四

我在柜面工作有一年多了。柜台，这个银行与客户面对面交流和交流的方寸之地，为银行与客户之间增添了浓浓的感情色彩。柜员作为银行的一线工作人员，是客户了解地方银行的门户，代表的是整个银行的英雄形象。同时，也是面对客户最老的人员，所以柜员的营销手段更为直接、有效。柜台营销，是银行营销的一种特价手段，上所从狭义上讲就是利用现有的柜台和相关人员，为客户办理的产品销售的同时，把客户需要的其他金融产品推销给客户。那么，如何做好柜台营销，最大限度地满足顾客的需求，培养顾客的忠诚度，取得竞争优势呢？以下是心得体会我在柜面工作的笔记。

微笑，是自信的一种流露，是无声的语言，传递着友好的内部信息，是人们交往中曾最丰富、最有娱乐性的表情。柜台是银行的窗口，柜台员工的精神面貌代表着银行的管理水平和形象。柜员的营销基本功金融服务和热情是决定银行金融产品市场占有率重要因素之一。

如果客户来到走进我们的柜台前时，数张看清的是柜台里一张毫无表情的脸，客户还会再来吗？无论是工作压力太大，还是累了，不管什么原因，都不能摆出一付邻居的脸。这样会使到客户感觉他是不受欢迎的人，将会引起客户的不满，把许多客户拉入。说实在的，面对这世界上各种各样的人，要使每个人对自己的工作百分之百满意是很难的。那么，我们应该怎样做呢？微笑就是无往不利的武器。保持良好的心态，养成微笑的习惯，这对于自己毫无损坏，但却已经给感触别人产生较好的印象，在别人的心中引起快乐的共鸣，使到使客户走进银行时感觉到扑面而来热情，即使是初次到银

行办理业务的客户也不会感到畏惧。只要我们真心付出，一定会得到回报，为别人带来快乐，将并使自己更加快乐。我们发自内心的微笑，已经很大程度的提高了客户的满意度，并使也促使我们对产品的营销得以继续。柜台作为代理商渠道，不仅仅是存取款投资业务，除欠代缴各种费用、多种形式的理财等等新业务品种推出，这无疑给柜台增加了压力。柜员如果从开始营业到营业终了面前都是排着长龙，那么哪有等待时间和精力开展营销？所以，我们要地将零散客户办理的简单业务引导到自助设备、网上银行、电话银行等渠道上能，适当减轻柜台人员的其他工作压力，可专门受理一些复杂业务，同时积极展开营销，这样，不但减少了排队现象，提高了办事效率，也为客户节省下大量间隔，服务水平最终得到了保证为客户如若提供了优质服务了优质高效的服务。

首先，我们需要全面的了解产品的用途，通过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点，找到适合该产品的潜在用户，向客户作个性化的推介。在面对客户的咨询时，做到应答自如，体现客户经理的专业性。因为专业，营销才更有力度。只有我们坚定信念才能使相信我们的推荐，愿意接受我们的建言。就我行的理财产品为例，我们会分别推出5万起售、10万起售、50万起售还有面向高端客户的100万、200万的理财产品，在产品的`时间上我们上面有一个月的月月有约和月计划，也有时间长天数些的两三个月的产品，还有时间更长的，在短期理财方面，我们有三天的周末理财和七日星期天有约，这就需要我们的做好对新产品的学习，了解每首期我们推出的是怎样的产品，多少钱起售、时间的贷款利率长短以及基准利率是多少，这样在客户向我们咨询时，才可以将适合的产品推荐给客户。周五，一女士在我们定期存款兴化支行营业部的柜台办理有折存款业务，我们的管理室在为客户办理时，发现顾客的存折上有200多万员余额，就向客户推荐定期存款，但客户解释说这笔这笔钱下周是要转到企业账户上的。柜面了解到这个网上支付客户是某企业的总经理，周末于是柜员向客户推荐了我行的周末保本，周五下午开始做，周一早上到账，不影响客户把钱转到对公账户，客户断然很感兴趣，

并购买了我行货币市场的周末货币基金。至今，这些该客户已经在我行做了很多期的周末理财新产品，并介绍家人朋友在我行购买了其他的理财产品。对产品的了解，对信息的掌握可以很好的将新产品营销给客户从而提高我行的业绩和形象。

一个产品的价值体现于能够令更多的人使用。金融电子技术日新月异，自助银行、网上银行、电话银行、手机股份制银行相继问世，让老百姓尽情地体验了高科技带来成果给金融活动带来的便利性。客户使用采用网上银行交易不仅可以节省时间交易时间，更能省去在柜台长队的时间，同时自主操作更能满足客户的需求。

在网络科技发达的昨晚，已经越来越多的人跟得上了网购的方便，这也为我们网上银行转账的营销带来了方便。比如年轻人开户，就先问是否需要免费开通网上银行业务，可以上网转账、购物的。对于这样的客户群，免费开通、网购是他们的吸引点后，自然欣然接受。网上银行的营销不要局限于开户客户，还有一些潜在客户。前来办理转账业务，尤其其次是账户到账户业务的客户，可以大力推荐使用网银，既方便又快捷。例如子女在外地上学外地人的父母，他们经常要来到我们的营业厅来办理汇款转账业务，我们的柜员管理业务一边在为客户办理投资业务时，一边询问：“先生，请问您有我们中行的卡吗？”“有啊！”“那您可以开通我们华夏银行的网上银行，在家就可以把钱汇给您在”外地上学的子女，不用您每次来都排这么久的队。

“网上汇安全嘛，我怎么知道父母有没有收到。”“现在网上银行汇款也跟柜台一样快到账的，而且您在汇款时，可以录入对方手机号码，这样汇款成功，对方就会收到短信提示，这是免费的。”“那这么方便，别人把我钱转走了怎么了怎么办？”“怎么会呢，我们中行的网上银行为提供双重保障。要从您的账户把这笔钱转出去，需要有您这个动态口令码，除此之外，还需要您手机”收到的短信验证码。

“先生，您拿好，这是您的动太口令牌，这张纸上有您的初始用户名，我们那边月电脑，您可以先在这边更动一下，如果不必使用可以让我们大堂经理教您使用。”“谢谢，谢谢，我以后生病就得病可以给孩子汇钱了。”

在为客户服务的过程中，养成微笑的习惯，切忌吝惜自己的微笑。从广告主的角度出发，想客户之所想，急客户之所急，以加强沟通。

“准确、高效、快捷”的高质量提供服务为切入点，促进柜面电子商务的成功，赢取客户的信任。

银行营销培训心得篇五

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。

信的明天更加辉煌。

银行营销培训心得篇六

当我们积累了新的体会时，可以通过写心得体会的方式将其记录下来，这样可以不断更新自己的想法。那么心得体会到底应该怎么写呢？下面是小编为大家收集的银行营销培训心得体会，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

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。

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。

(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xx年我行的信用卡任务一定能够完成。