

2023年银行解决方案供应商排名(通用10篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

银行解决方案供应商排名篇一

(一)本次营销策划的目标人群:以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生为目标客户。

(二)市场状况分析:

1)宏观环境分析:随着我国科技技术不断发展我国智能手机已经逐步出现了“普遍化”、“大众化”根据gartner统计数据显示，20__年第一季度，全球普通手机销量为3.147亿部，同比增长17%，而智能手机销量同比增长48.7%，达5430万部。第二季度，全球智能手机销量达6165万部，同比增长50%。预计20__年底，智能手机用户将突破1.5亿。据测算，智能手机将以每年50%的速度提升。这意味着到20__年，中国将有一半以上的手机用户使用智能手机终端，届时将全面进入手机智能时代。

2)产品分析:根据湖南大众传媒和建行合作每个学生都有一张建行的卡情况，所以我们可以断定湖南大众传媒学生使用最频繁的是建行的卡，民生银行相对于建行而言有如下优势:

1. 转账汇款，手续费全免。
2. 免全省跨行取款手续费。

3. 免年费，免短信提醒费，免小额账户管理费。

劣势：

1. 建行网点比民生银行多，对于消费者而言办理业务方便。

2. 建行你民生银行基础雄厚，挂国家信誉，对消费者而言会觉得更安全。

3) 竞争者分析:通过和其他组比较，我们组得出了如下结论。

优势：

1. 社会实践工作经验丰富。

2. 在不断的进取与工作当中，累积了丰富的人脉资源。

3. 思想活跃，遇到事情能快速的解决事情。

劣势：

1. 团队成员合作意识不强。

2. 团队成员执行意识不强。

4) 消费者分析:由于这次我们的目标客户是以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生所以他们的年龄、职业、文化层次都差不多，所以我们将他们的性别和消费习惯来分析。

1. 男生的消费习惯:对物品的价格没有清晰的把握，不喜欢讨价还价，不愿意花太多时间，一般为有目标的按需购物，知道要买的对象便直冲目标，不会顾及其他。不会在同类商品做太多的比较。

2. 女生的消费习惯:对物品价格关注较多，购物时比较细心谨

慎。喜欢讨价还价省金钱，对视没有太多限制。购物一般为没有目标的四处闲逛。

(三) 营销策略:根据以上分析我们组制定出了以下方案

第一名可以任意选择“我们约会吧”、“天天向上”的门票一张，第三名1名，可以获得一张“我们约会吧”门票一张。本次活动参与者都可以获得一份安慰奖那就是由举办方向各位参与者的手机充值10元以内的话费，参与方式就是加入民生银行手机银行这个大家庭中来。

2、广告方式:主要以发传单的方式进行，预计500张。

2)根据大学生希望自己能获得跟多的知识和实践动手操作能力，我们组将利用自己已建立的人脉关系为我们的学弟学妹们提供一份和他们所学专业有关的工作。当然也是要以开民生银行卡作为交换，我们组为什么不免费啦，原因就是为了让我们的学弟学妹们明白天下没有免费的午餐。

(五) 人员分配:

1) 肖振华主要负责

1、谈妥“快乐大本营”、“我们约会吧”、“天天向上”的门票价格。

2、和学校商量租借教室等问题。

3、和银行那边商量。

2) 杨慧主要负责湖南大众传媒学生的传单发放，数量120张。

3) 黎如主要负责长沙师范学生传单发放，数量120张。

4) 唐小山和赵晓阳主要负责湖南机电学生传单发放，数量260

张

(六)活动时间安排20__年11月23号。

银行解决方案供应商排名篇二

近年来，随着金融市场的日益竞争激烈和技术的迅猛发展，商业银行也面临着前所未有的挑战。为适应这一新形势，商业银行需要不断创新，加强内部管理并优化服务体系。深化方案是商业银行实现这一目标的关键举措之一。在实施深化方案的过程中，我积累了一些心得体会，希望能对大家有所启发。

首先，深化方案并非一蹴而就，需要长期坚持。深化方案不仅仅是技术上的改革，更是对商业银行经营理念的重新塑造。对于一个长期积累惯性较大的行业来说，要实现真正的深度变革并不容易。因此，商业银行需要有长远的规划和耐心的执行力。在实施深化方案的过程中，各级管理者应当深刻理解和把握方案的目标和含义，同时通过持续的投入和管理，确保方案的长期有效性。

其次，深化方案需要强调协同作用和团队合作。如今，商业银行的营销竞争力逐渐体现在综合能力上，无论是信息技术、风险控制还是客户服务，都需要各个部门的共同配合。因此，在实施深化方案时，不同部门应当密切合作，确保各个环节的无缝衔接。同时，商业银行也应鼓励和培养团队合作的精神，营造积极向上的工作氛围。只有通过协同作战，才能更好地应对市场变化和满足客户需求。

第三，深化方案需要充分借鉴和吸收国内外的先进经验。深化方案是商业银行从传统模式向现代金融服务转型的重要路径之一。在这一过程中，商业银行可以借鉴各个国家和地区的经验 and 做法，吸收优秀的管理理念和技术手段。通过学习和借鉴，商业银行可以快速复制和推广先进的模式，提高自

身的管理水平和服务质量。当然，借鉴并不是简单的照搬，商业银行还需要根据自身的实际情况进行合理的定制和适应。

第四，深化方案需要强调数字化和科技创新。随着互联网的全面普及和技术的迅速发展，数字化已经成为商业银行变革的新风口。通过数字化，商业银行可以更好地服务客户，提高用户体验。在实施深化方案时，商业银行应充分利用云计算、人工智能等现代技术手段，将传统的金融服务转变为便捷、高效的数字化服务。同时，商业银行还应注重科技创新，不断推陈出新，为市场带来更多的惊喜和价值。

最后，深化方案需要注重风险管理和合规。随着金融市场的复杂性和风险的多样性，商业银行必须要高度重视风险管理和合规问题。在实施深化方案时，商业银行应当加强内部控制和风险监测，建立健全的信贷风险管理体系。同时，商业银行还应切实履行合规职责，严格遵守国家法律法规和金融监管要求，确保自身的合规安全。

总之，深化方案是商业银行实现创新和转型发展的重要抓手。在实施过程中，商业银行需要有长期规划和耐心执行，强调协同作用和团队合作，借鉴国内外先进经验，注重数字化和科技创新，同时强调风险管理和合规。只有通过不断的改革创新，商业银行才能在激烈的市场竞争中保持竞争优势，为客户提供更好的金融服务。

银行解决方案供应商排名篇三

粮食是人类赖以生存的基本生活物资，而银行作为一个国家经济体系中非常重要的组成部分，其粮食节约措施显得尤为重要。因此，本文将探讨银行实施粮食节约方案的心得体会。

二、粮食节约措施的重要性

粮食是人们日常生活中非常基本而又必需的生活物资，而由

于不合理的浪费会导致粮食资源的过度消耗，从而影响到国民的生活水平和经济发展。此外，首先在法定节假日和宴席上，许多酒店、企事业单位和个人往往只顾着大手大脚、挥霍浪费，这样不仅浪费了粮食，同时也造成了可持续发展的经济和社会负担。而银行又是一个颇具社会影响力的企业组织，在推动粮食节约措施上展示其道德风范，具有广泛而富有前瞻性的社会意义和经济效益。

三、银行节约措施的实施

在建立完善的节约粮食机制上，银行凭借其较强的组织能力，提出了一系列顶层设计的粮食节约方案。具体措施包括：加强岗位责任意识，从员工内部入手，推广粮食节约理念；合理加强餐品设计，从饮食和菜品的内容出发，实行定量、精确餐饮管理；强化餐饮供应链管理和食品追溯机制，日用消耗品要细化到最小单位，提高仓储和物流环节标准化管理水平；通过引入“绿色蔬菜、精品水果、原味粮米”的新概念，鼓励员工改变过去贪吃、随意摆放的陈旧观念，逐步养成“少量、多次”的现代饮食习惯，最终达到减少粮食浪费的效果。

四、实施节约措施的效果

通过对上述节约措施的有效实施，银行节约粮食的效果明显。首先，在用餐方面，员工对于饮食习惯的约束更加严格，假日用餐恢复正常，不再出现选菜多、浪费粮米的现象。其次，各个环节的标准化管理进一步加强，为以后的经营管理奠定了坚实基础。此外，还建立了多项粮食节约、回收等志愿活动，并且开展了一系列节约粮食的宣传和广告，在全员员工中形成了广泛的节约粮食的良好风气，最终追求更多的可持续发展。

五、结语

综上所述，在推进节约粮食的方面，银行利用人性新理念方法，提供了一系列行之有效的方案，鼓励员工采取行动，养成生活中让利于人、保护环境的现代精神。节约粮食对于变革我们的生活方式、保护我们的生态环境意义重大，银行的推广和实施不仅具有现实意义，在未来发展中也有前进方向性的指导作用。

银行解决方案供应商排名篇四

近年来，全球各地频繁出现天灾人祸，受其影响，全球粮食安全逐渐凸显。而作为全球粮食生产、交易、储存和金融服务的中心，银行在粮食节约方案中发挥着举足轻重的作用。本文将分享笔者在参与银行粮食节约方案中的心得体会。

第二段：方案的背景

银行粮食节约方案源于全球粮食安全的紧迫形势。作为全球性金融机构，银行积极响应国际社会粮食安全的呼声，推出了一系列的粮食节约方案。银行网点的原则性能源、可再生能源的使用、雨水收集灌溉等节约措施，将为世界粮食安全保障提供有力的支持。

第三段：方案的成效

银行粮食节约方案的实施效果已经显著。

首先，银行在自身的业务中强调了节约粮食的理念，在企业金融的领域，通过借贷业务来加强食品生产的资金保障，为食品生产提供无形的支持。

其次，银行还在自有设施、办公楼等方面加强了节约粮食的信念，如采用节能灯具、分时控制等新技术提高能源利用效率，减少能源的消耗。同时，银行还优先选择环保材料、注重绿色建筑，大力推广粮食的收集与回收等策略，节约粮

食的效果已经逐步显现。

第四段：方案的启示

银行粮食节约方案的实施优化了银行内部的管理体系，提高了银行自身的经营效益，减小了环境污染，同时也提高了社会贡献，对其他行业和企业也有很大的启示。减少浪费、保护环境、改善社会，这些理念都可以推广借鉴。

第五段：个人心得

通过参与银行粮食节约方案，我不仅认识到了粮食安全的重要性，更深刻地体会到了粮食节约的意义。在今后的生活和工作中，我将更加注重粮食节约，从自身做起，给社会带来更多的贡献。

银行解决方案供应商排名篇五

为了更好地回馈客户，__银行__省分行特别推出金穗卡“缤纷有礼”礼享计划，刷金穗卡，享八重大礼，与您共享春夏秋冬的精彩，更有天天好礼带给您365天的惊喜。

一重礼：办卡有礼

端午期间申办成功金穗贷记卡，赠送精美礼品一份，免首年年费，首年消费5次，免次年年费。

二重礼：激活用卡积分礼

端午期间新办金穗贷记卡，在核准发卡后的三个月内，贷记卡激活并消费一次，不限金额，即获赠消费积分20__分；老客户激活并消费一次，赠送积分1000分。

三重礼：银行卡消费积分有礼

端午期间，我行各类金穗卡(金穗借记卡、准贷记卡、贷记卡和各类联名卡)刷卡消费继续享受消费积分奖励，一般百货、宾馆、餐饮等商户消费一元积一分，批发类商户100元积一分；省外消费单笔限积20000分；美元帐户一美元积8分；代收代付不积分。届时我行将提供精致女人、品位男人、快乐宝贝、健康人生等四大系列精美、时尚礼品供您选择，让您的生活更有质量、更有回味。

四重礼：都市卡消费礼上礼

金穗都市卡除享受以上多重大礼外，还可在全省3000多家“便e店”凭卡享受消费打折、免费洗车、健身美容、旅游休闲等优惠，同时在春夏秋冬还将享受的一连串惊喜，都市生活首选“金穗都市卡”。

银行解决方案供应商排名篇六

首先，节约粮食是我们大家应该积极参与的负责任行为。银行不仅是金融机构，更是社会责任的承担者，银行倡导粮食节约也正是其应尽的社会责任。于我们而言，作为倡导者，银行要求我们在日常中尽可能减少浪费，从小事做起，比如节余餐盒、减少食物环节浪费等等。正如银行方案所述，“少吃一颗良心，浪费就多了一份罪恶”，我们需要有节约粮食的良好品德意识。

其次，银行提出的粮食节约措施非常实用。减少浪费是最核心的一个措施。他们建立了一个完整的物品流程，从这个过程中，我们可以清晰了解到造成食物浪费的原因。银行对于把浪费的食品捐给弱势群体也非常注意，这样可以将浪费为爱的宣传落到实处。通过慈善行为唤起大众有爱心的品质，这也是银行社会责任的另一层面。

然后，银行的粮食节约方案有很大的可普及性。每个人都可以按自己的方式在生活中节约，最基础的就是不浪费，将食

品余留下来尽量利用。而且我们也可以举行像银行一样的活动，让更多的人通过现场了解食品浪费造成的问题，从而把反对浪费进一步普及到社区，甚至全国。

同时，教育的重要性也在银行倡导的粮食节约方案中得以体现。只有更好的教育自觉才能够改变人们浪费粮食的习惯。从孩子们开始教育，从灌输沉淀的价值观切入，让每一个人都知道粮食宝贵，把吃饭认识成一项操作责任，那么才能够让一个社区或国家的漫长时间里都实施有效的措施，有效的宣传价值观。

最后，身体健康是粮食节约的重要原因之一。节约不仅是对环境和资源的保护，而且被证明可以提高身体健康水平。每天少吃一勺，积少成多，随着时间的推移，我们的身体将会感受到健康的改变。这就提醒我们，在日常从节约食物开始，让更多的人愿意这样去做，培养餐桌文明和家庭文明，管理自己所吃的食物。在养成节约习惯的同时，增强身体健康意识。

总之，通过银行举办的粮食节约方案，不仅是护环保幸福，更是一种思维方式，让我们每个人在日常中做好节约，积累小品行，从而在大的层次上推动社会进步，节约粮食是每个人的责任。我们需要认真的对待粮食这个问题，从小事做起，从日常中把这个发挥到极致，才能让粮食——地球上最宝贵的资源得到更好的保护。

银行解决方案供应商排名篇七

向广大小微企业经营业主宣传小微企业金融服务政策，开展有针对性的金融知识普及；展示和推广银行业金融机构开展小微企业金融服务的成就与经验，营造良好的社会氛围；推介特色服务和特色产品，努力提升小微企业金融服务水平。

**年5月10日至6月10日，为期一个月。

（一）成立小微企业金融服务宣传月活动领导小组，由行长任组长，主管副行长任副组长，办公室及各业务部门主要负责人为成员。领导小组下设办公室在公司业务部。

（二）领导小组根据银监机构的总体要求制定和实施本行的活动方案，组织、协调和监督落实各项工作要求，确保宣教的覆盖面和有效性。领导小组办公室负责持续了解辖内银行小微企业金融服务宣传月活动筹备及开展情况，指导、督促全行有效落实宣传方案，及时收集、编辑宣传活动信息、新闻报道和总结报告等。

（一）推进小微企业金融服务的政策；

（二）小微企业金融服务取得的成绩和主要行动措施；

（三）小微企业金融特色产品和服务创新；

（四）小微企业成功融资案例等。

（一）5月10日至5月15日为准备阶段，制定详细方案，总行及各支行要通过适当形式进行动员和周密部署。

（二）5月15日至5月31日，通过新闻媒体、举办知识技能竞赛、银企对话、研讨会、上街服务等开展形式多样的活动进行宣传，在市级主要报刊上刊登“小微企业金融服务宣传月”专栏，开辟宣传网页，扩大社会影响力。

（三）在宣传月中，专门印制“小微企业金融服务宣传月”活动的宣传资料。在集中宣传月内，各支行网点要统一悬挂“小微企业金融服务宣传月”横幅，摆放宣传资料□led滚动。宣传口号：

1、深入开展“小微企业金融服务宣传月”活动

- 2、助小微强服务防风险惠民生
- 3、服务小微银企共赢
- 4、银企互动相伴成长
- 5、立足小微服务实体经济

（四）结合“金融服务下乡”走上街头或深入助小微企业开展面对面的宣教活动，发放宣传材料，确保覆盖面和宣教效果。

（五）5月31日至6月10日，为总结阶段。领导小组办公室负责对活动开展情况、效果及下一步工作进行总结，并以书面形式报保定银监分局监管二科。

全行要高度重视“小微企业金融服务宣传月”活动，精心组织，明确责任分工。领导小组办公室负责与各相关部门协调联动，按照方案抓好组织实施。在现有支持小微企业发展的政策措施基础上，针对制约企业发展的突出问题，不断完善相关政策措施。充分运用国家、地方各类中小企业专项资金和技术改造资金，支持“三型”小微企业发展；支持公共服务平台、小企业创业基地、中小企业公共服务。组织和协调好当地的政府机构、媒体等资源，充分动员，确保此次活动在当地落到实处。宣传月结束后，各支行要继续利用已有的各种资源，持续开展小微企业金融服务宣传教育工作，扩大宣传效果。

二〇xx年五月十五日

银行解决方案供应商排名篇八

xx年x月x日至x月x日

各支行、市行直属单位。

各行要以秋之祝福优质服务竞赛活动为契机，进行广泛深入的宣传和营销活动，安排和部署好竞赛的组织、策划、宣传和营销，促进储蓄存款业务的有效发展。同时，要加强服务的检查和监督，提高我行服务水平和社会知名度。

(一) 比服务。考核各行在营业网点的服务环境、服务手段、服务内容和服务质量等方面。

(二) 比营销。考核各行采取媒体广告、宣传条幅、街

头展销、发放宣传单等方面，向公众推介农行的个人业务品种的营销程度和宣传效果。

(三) 比管理。考核各行在执行各项规章制度，内部管理是否严格规范，是否有经济、刑事案件和重大事故发生，是否有服务方面受客户或新闻媒介批评、曝光的事件发生。

(四) 比贡献。进行定量和定性相结合，考核评比各行 储蓄存款工作。

1、比人民币储蓄存款旬均增长率。考核各行人民币储蓄存款旬均增长速度。

2、比个人通知存款贡献率。考核各行通知存款业务系统占比情况。

3、比教育储蓄存款计划执行率。考核各行教育储蓄存款计划执行情况。

本次活动以各行xx年有关数据为基础，以市行项电为评比依据。

(一) 量化指标计算公式

1、人民币储蓄存款旬均增长率

2、个人通知存款计划执行率

公式=考核期内个人通知存款增额/各行通知存款计划×100%

3、教育储蓄存款计划执行率

公式=考核期内教育储蓄存款增额/各行教育储蓄存款计划×100%

(二) 记分办法

本次竞赛活动量化考核指标共设置500分，其中：人民币储蓄存款旬均增长率、个人通知存款计划执行率、教育储蓄存款计划执行率三项考核指标，每项各为150分，其他考核因素50分。

1、人民币储蓄存款旬均增长率。达到本行20xx年前6个月人民币储蓄存款旬均增长率得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

2、个人通知存款计划执行率。达到本行个人通知存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

3、教育储蓄存款计划执行率。达到本行教育储蓄存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

结果等为依据，最多加(减)50分。

市行决定对在秋之祝福优质服务竞赛活动中取得优异成绩的单位、集体和个人予以通报表彰，并集中人民币x万元用于奖励。

(一)根据综合得分评出前2名，市行授予xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务标兵单位，按名次分别奖励人民币x万元□x万元。

(二)根据单项业务发展排名评出xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务教育储蓄优胜单位一名□xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务个人通知存款优胜单位一名，各奖励人民币x元。

(三)各行从储蓄网点和储蓄员中分别择优推荐3名优质服务先进集体和优质服务先进个人，于12月5日前上报市行。市行将在各行推荐储蓄网点中评出前5个，授予xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务先进集体称号，分别奖励人民币x元；在各行推荐的储蓄人员中评出前10名，授予xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务先进个人称号，分别奖励人民币x元(同时推荐省行参加评比)。

六、活动要求

做到行行有方案，所所有部署，人人都参与，力争在竞赛活动中取得优异成绩。

(二)提高服务质量，营造良好服务环境。储蓄业务能否健康、快速地发展，关键在于我们的服务质量和水平能否让客户满意，得到客户信任。为此，各行要对所辖营业网点服务质量、服务水平和安全设施进行全面检查，从而进一步提高一线员工的服务水平和服务质量，向社会展示农行的良好社会形象，增强同业竞争实力。

(三)做好个人金融产品的综合营销，要结合本行本地实际情况，充分把握时机，广泛宣传，开展一些既切入主题又形式多样的优质服务活动。

(四)在竞赛活动中，各行要严格遵守各项财经纪律和金融法规，严禁变相提高利率、高息揽储等不正当竞争行为。

(五)各行要成立竞赛活动领导小组，负责活动的组织、指导。要认真总结竞赛活动中的典型事迹，并将总结材料在12月5日前上报市行。

银行解决方案供应商排名篇九

向广大小微企业经营业主宣传小微企业金融服务政策，开展有针对性的金融知识普及；展示和推广银行业金融机构开展小微企业金融服务的成就与经验，营造良好的社会氛围；推介特色服务和特色产品，努力提升小微企业金融服务水平。

****年5月10日至6月10日，为期一个月。**

(一)成立小微企业金融服务宣传月活动领导小组，由行长任组长，主管副行长任副组长，办公室及各业务部门主要负责人为成员。领导小组下设办公室在公司业务部。

(二)领导小组根据银监机构的总体要求制定和实施本行的活动方案，组织、协调和监督落实各项工作要求，确保宣教的覆盖面和有效性。领导小组办公室负责持续了解辖内银行小微企业金融服务宣传月活动筹备及开展情况，指导、督促全行有效落实宣传方案，及时收集、编辑宣传活动信息、新闻报道和总结报告等。

(一)推进小微企业金融服务的政策；

(二)小微企业金融服务取得的成绩和主要行动措施；

(三) 小微企业金融特色产品和服务创新;

(四) 小微企业成功融资案例等。

(一) 5月10日至5月15日为准备阶段, 制定详细方案, 总行及各支行要通过适当形式进行动员和周密部署。

(二) 5月15日至5月31日, 通过新闻媒体、举办知识技能竞赛、银企对话、研讨会、上街服务等开展形式多样的活动进行宣传, 在市级主要报刊上刊登“小微企业金融服务宣传月”专栏, 开辟宣传网页, 扩大社会影响力。

(三) 在宣传月中, 专门印制“小微企业金融服务宣传月”活动的宣传资料。在集中宣传月内, 各支行网点要统一悬挂“小微企业金融服务宣传月”横幅, 摆放宣传资料□led滚放。宣传口号:

- 1、深入开展“小微企业金融服务宣传月”活动
- 2、助小微强服务防风险惠民生
- 3、服务小微银企共赢
- 4、银企互动相伴成长
- 5、立足小微服务实体经济

(四) 结合“金融服务下乡”走上街头或深入助小微企业开展面对面的宣教活动, 发放宣传材料, 确保覆盖面和宣教效果。

(五) 5月31日至6月10日, 为总结阶段。领导小组办公室负责对活动开展情况、效果及下一步工作进行总结, 并以书面形式报保定银监分局监管二科。

全行要高度重视“小微企业金融服务宣传月”活动，精心组织，明确责任分工。领导小组办公室负责与各相关部门协调联动，按照方案抓好组织实施。在现有支持小微企业发展的政策措施基础上，针对制约企业发展的突出问题，不断完善相关政策措施。充分运用国家、地方各类中小企业专项资金和技术改造资金，支持“三型”小微企业发展；支持公共服务平台、小企业创业基地、中小企业公共服务。组织和协调好当地的政府机构、媒体等资源，充分动员，确保此次活动在当地落到实处。宣传月结束后，各支行要继续利用已有的各种资源，持续开展小微企业金融服务宣传教育工作，扩大宣传效果。

经过前段时间多种形式的宣传，使我行小微企业相关贷款产品得到了较好的宣传，部分客户的业务正在推进中。我行将继续全面推进小微企业金融服务宣传月活动，争取最大的宣传效果与实际效果。我行全力为小微企业的服务的决心与具体措施将不断加强与深入，争取为小微企业的发展提供最大的助力。

银行解决方案供应商排名篇十

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，应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xx支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王xxx任组长，副行长xx任副组长，副行长xx及办公室xx、营销部xx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；高端客户情景；主要贷款户派生存款情景等）。

从xx支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是xx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靠，是影响xx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，每年初都会有很多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xx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xx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善服务，供给适宜的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使xx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xx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、服务资料，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到达的目标。加之国家政策宣传多年来一向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必须影响。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。所以，这对吸收社会公众存款的本事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，自我补充的本事。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，为其供给配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标、）

（二）改善服务资料、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本事、表达本事、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是经过信贷营销部门的供给的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面经过对支行供给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，经过对优质客户信息的比较、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，进取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，树立团体与个人目标统一、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很多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：进取分析存量客户的资金运作情景，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，再经过和xx区、新市区□xx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

部门负责人，要引起高度重视，借以调动全员存款营销进取性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给本事就是提高资产创立本事”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，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、团结激发智慧、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。

（三）制定考核办法，建立激励机制，使存款营销工作目标明确，职责落实到人，将存款任务的增长与二类行全体员工、营销部门人员的绩效工资20%挂钩。并落实二类行和营销部将任务层层分解落实到每位员工，及时下发存款营销情景通报，激励先进、督促后进。每旬由综合业务部对此次活动进行效果评价，活动的策划方案实施情景如何，活动是否到达了预期的目的，客户对活动的反映如何等等详细地进行评估。