

2023年银行网络营销方案(优秀8篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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。

银行网络营销方案篇一

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生活中尽可能减少浪费，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。

银行网络营销方案篇二

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格外重要。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。

银行网络营销方案篇三

近年来，全球各地频繁出现天灾人祸，受其影响，全球粮食安全问题的逐渐凸显。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。

银行网络营销方案篇四

七夕线下活动

活动概况

活动主题：

“浪漫七夕”感恩回馈活动

活动对象：

18岁以上厅堂到访客户为主、存量邀约及外拓邀约客户为辅

活动时间：

XXXX年8月25日—28日

到场人数：

活动场地：

网点厅堂

活动目的：

增强客户粘性、拉新存款

活动简介：

七夕有惊喜，赢七重好礼

第一重好礼：进门有礼

凡进门参与“浪漫七夕”活动的客户均可免费领取七夕主题贺卡一份。

第二重好礼：转发有礼

凡到网点主题背景墙拍照并转发朋友圈的客户均可免费领取巧果礼包一份。

第三重好礼：刷卡有礼

刷卡有礼活动建议由分行匹配资源协调规划，统一要求，如网点层面自行进行刷卡有礼活动，可充分利用银商联盟商家，给予一定折扣优惠。

第四重好礼：领证有礼

凡于8月25日七夕节当天于民政局领证的男女双方，可凭结婚证到网点免费领取玫瑰花九支，代表网点“琴瑟和鸣长长久久”的美好祝福。

第五重好礼：相伴有礼

凡超过60岁的客户可凭身份证/结婚照于网点免费领取摄影券

两张，网点可装裱后邀请客户来网点领取，实现增强客户粘性并导流的目的。

第六重好礼：存款有礼

“七夕吃挂面大病不生”。凡到网点新增定期存款均可得到相应的挂面以及抓对应次数的鸡蛋，提升客户参与体验感。

第七重好礼：理财有礼

各网点可聚焦当期主打产品，并根据各网点主打客群、营销费用和实际情况进行核算设计礼品及其价值。

活动邀约

活动邀约可通过到访客户厅堂邀约、外拓邀约、存量客户电话邀约及短信群发邀约。18岁以上厅堂到访客户为主、存量邀约及外拓邀约客户为辅。其中存量邀约客户不少于xx人，重点邀约资产5万以上重点客户和60岁以上老年客户。通过网点对活动进行造势。

现场布置

活动后期跟进

活动结束后，做好活动跟进，询问客户对活动的满意程度、改进建议，以及是否有兴趣参加下一次的厅堂/节庆日/主题活动，重点关注客户体验感和收获。

可于网点固定区域设置“活动享快乐”照片墙，将本次活动人物亮点照片、有趣喜鹊贴纸及好玩的互动环节照片，进行集中展示，并于活动结束后1天内制成网络总结软文引发二次口碑宣传和讨论。

可针对优胜者及杰出参与者的唯美爱情故事进行采访，撰写故事专栏，结合“一生有你·最美情侣照”投票活动结果，发布于网络，引发第三次口碑宣传和讨论。

活动注意事项

活动策划遵循“定向—聚焦—导流—跟进”的原则。

活动前注意保证原材料和礼品的`安全性，所需物料都应从正规商家购买。

活动中活动规则讲清楚，合理安排人员进行讲解和引导，让客户能玩得快乐，参与得有意义。

注意活动细节，主动帮助客户拍照，引导自拍，引发社交媒体如qq□微信等的线上传播效应。

七夕线上活动

对于线上活动，很少有网点会进行举办，但这也是非常重要的一环，因为线上模式相比于线下能让更多的客户参与进来，并且成本相对较低。

本着为银行人服务的宗旨，卓越微课特邀2位心理学专家，专门定制了七夕节系列直播大讲堂活动，帮助银行人更好提供给客户尊享体验，给客户带去爱的关怀，满足客户的情感需求，增加客户粘性，提高客户转化率，从而高效完成业绩指标。

七夕作为中华民族的“情人节”，网点应该让客户感受银行的“温暖”，才能更好的维护客户，想要提升客户的价值，一定要先给予客户价值。

文档为doc格式

银行网络营销方案篇五

培训讲师：程子展

培训时间：1-2天(根据您的需要调整)

培训地点：客户自定

培训对象：银行新员工

讲师讲授、案例分析、案例分享讨论、课堂联系、情景演练、使培训效果达到最好！

方向比努力重要，选择比努力重要，确定方向比出力流汗重要。起跑的时候，要明确自己冲刺的终点在哪里。

态度比知识重要，什么样的心态就有什么样的人生。积极健康的职业态度是获得职业成功最重要的资本，也是最核心的竞争力。

能力比薪水重要，在职业生涯的初始阶段，懂得投资自己比得到更有意义。

情商比智商重要，学会做人的智慧，成为一个受同事欢迎、受上司喜欢、受企业重用的人。

团队比个人重要，一滴水只有汇入大海才会永不干涸，一个人只有融入团队才会有更大的力量，要成就自我，离不开强大团队的支持。

第一比第二重要，职场竞争很残酷，只承认第一，不记得第二。机会就一次，做到最好，争取第一才是成功。

新员工入职培训，又称岗前培训、职前教育、入厂教育，是

一个且有所录用的员工从局外人转变成为企业人的过程，是员工从一个团体的成员融入到另一个团体的过程，员工逐渐熟悉、适应组织环境并开始初步规划自己的职业生涯、定位自己的角色、开始发挥自己的才能。

但是，很少会有公司会告诉新员工在公司中最应该注意的是什么。新员工的家长或朋友多半会告诉自己的孩子要少说话，多做事，好好表现等。但是这些忠告，对新员工来说并非最为重要。对企业新员工该怎么做，以及如何做，确实需要有人指导一下。

课程导入——银行入职培训指导

第一讲：新员工必备的职业意识

- 1、顾客至上意识——没有客户，就没有公司
- 2、强化交货期限意识——不允许“超过交货期限”
- 3、协调意识——作为组织的一员应具备的思考方式及行动
- 4、确立目标意识——“我尽最大努力”的态度是不行的
- 5、改革意识——没有最好，只有更好
- 6、成本意识——节省经费就是增加利润
- 7、品质意识——工作做到何种程度才算到位

第二讲：新员工团队执行力

力训练：（配合情景模拟互动讲授）

- 1、建立个人执行力意识

2、帮助组织建立执行体系(情景互动：链条传递)

第三讲：新员工的工作观

- 1、工作：成功之路的起点
- 2、忠诚：卓越一生的基础
- 3、逆境：唤醒心中的`巨人
- 4、信念：铸造生命的奇迹
- 5、目标：奔向人生的彼岸

第四讲：新员工的人生银行

- 1、人际银行
- 2、财富银行
- 3、知识银行
- 4、找到不足与充实的方法
- 5、确定自己的阶段性目标
- 6、了解理想与现实的差距

第五讲：新员工职业形象的建立

- 1、第一印象的重要性
- 2、第一印象的决定因素
- 3、您的第一印象告诉别人什么

- 4、商务礼仪与仪容仪表
- 5、穿着与职业相符的服装
- 6、女士职业服饰的种类及选择
- 7、男士职业服饰的种类及选择

第六讲：新员工工作态度培训

银行网络营销方案篇六

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，储蓄存款源的匮乏，

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、营销部门负责人，要负责人引起高度重视，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。

银行网络营销方案篇七

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，由行任任组长，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。

二〇xx年五月十五日

银行网络营销方案篇八

为了满足我行发展需要，打造一支具备高素质、高效率、高执行力的团队，提升我行在金融市场中的生命力、竞争力，现对××年新员工进行培训，特制定本方案。

本方案在于帮助新入职员工了解我行相关规章制度，尽快融入我行企业文化，树立统一的企业价值观念，行为模式，培养良好的工作心态及职业素质，为岗位工作打下坚实的基础。

- 1、减少新员工的压力和焦虑；
- 2、减少启动成本；
- 3、降低员工流动；

- 4、缩短新员工达到熟练精通程度的时间；
- 5、帮助新员工学习组织的价值观，文化以及期望；
- 6、协助新员工适应工作群体和规范；
- 7、鼓励新员工形成积极的态度。

1、公司的发展历史、公司业务、公司宗旨、企业文化及发展前景；

3、会计基础知识(含基础工作标准化)；

4、综合系统操作流程；

5、公司薪酬程序、如何发放及发放时间；

6、职业发展信息(如潜在的晋升机会，职业通道，如何获得职业资源信息)；

7、介绍公司员工手册、公司有关政策、程序、财务制度及相关流程；

8、标准化服务导入(仪容仪表、服务流程、特殊业务、晨会)；

9、银行日常安全防范工作；

10、工作外的活动;(如工会活动，团委活动，本行办的月报等)

11、参观公司服务场所(如餐厅，会议室，各部门等)。

入职培训共分为10天，具体培训安排如下(分两批)：

第一批时间安排：(略)

第二批时间安排：(略)