

最新感悟银行场景营销心得体会(通用8篇)

在培训中，我学到了提高自己的效率和学习能力的方法。小编整理了一些关于工作心得的范文，希望能够给大家提供一些写作的启示。

感悟银行场景营销心得体会篇一

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20**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。

感悟银行场景营销心得体会篇二

做为一名在xx银行信用卡从事营销工作近一年多的营销人员，一向以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应潜力、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。但是在短短时间里，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我要有足够信心，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，我感到十分荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力能够给予我推动力，在那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！

一、对自我要有信心。

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，我开始为自我在找借口，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，之后领导得知此事，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，才能消除应对客户是的恐惧，才能给自我一个清晰地思路，把产品透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。

二、给自己在不一样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用心，也能够说是一种没有方向性，这种状况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自我，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。给自我、组员制定一个力所能及的目标！

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，让客户对自我有好感、信赖。与客户初次见面时的说辞十分重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体此刻初次见面，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能够赢得客户的倾心。

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，期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：“把握此刻、向过去学习、着手创造将来。想象一个完美的将来是什么样貌的，制定一个切实可行的计划，这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好处的方法，你会更快乐，更成功！”

感悟银行场景营销心得体会篇三

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，一向以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应本事、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。可是在短短时间里，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我要有足够信心，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，我感到十分荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力能够给与我推动力，在那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：对自我要有信心。

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，我开始为自我在找借口，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，之后领导得知此事，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，仅有对自我充满信心，才能消除应对客户是的恐惧，才能给自我一个清晰地思路，把产品经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，只要对自我有信心、对产品有信心，那我已经成功了一半。

心得二：给自己在不一样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进取，也能够说是一种没有方向性，这种情景往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自我，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。给自我、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，让客户对自我有好感、信赖。与客户初次见面时的说辞十分重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体此刻此刻初次见面，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能够赢得客户的倾心。

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，期望下次不要常犯同样错误。

如果我们能做到：“把握此刻、向过去学习、着手创造将来。想象一个完美的将来是什么样貌的，制定一个切实可行的计划，今日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，你会更欢乐，更成功！

读书破万卷下笔如有神，以上就是为大家整理的3篇《银行营

销心得体会简短银行营销工作心得体会感悟》，您可以复制其中的精彩段落、语句，也可以下载doc格式的文档以便编辑使用。

感悟银行场景营销心得体会篇四

为期三天紧张的培训结束了，但自我感觉意犹未尽。xx商服务质量信息公司的老师们给我们带来了非常新颖的观念。我虽工作多年，但对市场营销、管理、策划工作还是知之甚少，通过这次的培训学习，使我对营销有了更深一层的认识，学习到了一些新的营销方面知识，懂得了在实践中锻炼出一个高绩效的营销队伍，对我们银行的发展是多么的重要。结合了自己工作实际，通过认识、学习、自查、我感觉受益非浅，学到了很多新的理念和工作技巧，受益良多。思考之余，将培训学习结束后的心得体会概括以下几点：

首先，做为支行行长，要注重个人能力、素质的修炼，要提高自己的思维能力，具有高度的自信心和责任感，注重自身平时的工作礼仪，文明用语，礼貌待人，亲切温和地与人沟通，在良好的氛围之下，发挥团队的组织力量，真正地在每天的工作中创造出有气质的、高品味的生活。培训学习，使我认识到了自身的不足，与他人之间的沟通技巧、语言表达能力有待提高，这在平时的工作中，也带给我许多困惑。领导、同事都曾给我指出过，但始终不知道如何正确地表达出自己的意思。通过这次学习，我了解到必须要掌握一些与人沟通的技巧，才能更好地营造融洽、和谐的氛围，拓宽业务覆盖面。

其次，不仅要掌握一些基本的业务知识，还要明确自己的目标和任务，制订出切实可行的计划，带好队伍，做好平时支行的营销工作。积极发动职工，合理营销策划，充分把握商机，不打无准备的仗。准备工作的主旨，就是要做到胸有成竹，使下一步的工作有较强的针对性，能够有计划、有步骤地展开。物质准备工作做得好，可以使客户感受到营销人员

的诚意，可以帮助营销人员树立良好的形象，不能丢三落四，言辞激烈，要增强自信，充满信心，回答疑问从容不迫，言语举止得当，更好的取得客户信任。

再次，发展新的客户，开拓新的业务范围，这是发展的经营理念，同时也是对营销人员的要求。寻找目标客户来源，不仅要有核心目标，营销人员一定要勤奋、敬业。为了获得更多的客户，更快地提升营销业绩，除了精心维护老客户，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化动向，掌握客户的最新情况，随时做好向客户介绍新业务的准备。要走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，勇于进取，积极向上，百折不挠，不灰心，不气馁，始终保持良好的心理素质，全面开展工作。

营销人员要有一双慧眼，有敏锐的目光时刻了解市场动向，还要从客户的行为中发现反映客户内心活动的信息，它是营销人员深入了解客户心理活动和准确判断客户的必要前提。当然，还应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。要有一种“别出心裁”的创新精神，更要突破传统思路，善于采用新方法走新路子，这样我们的营销活动才能引起未来客户的注意。

人脉是营销过程中不可缺少的重要因素，每个人都有两个彼此不同的人际网络，一个是我们自然得来的，一个是自己创造的。自然得来的人际网络包括我们的亲属、好朋友及其他一些熟人。如果具有良好的个人魅力，主动开拓自己的人际关系，利用时间与优质客户进行情感交流，引进贵宾服务的项目，客户受到特殊礼遇，就会产生回报的心理，从而更忠实于我们，甚至帮我们发展新客户。诚信为本，忠实于客户，与客户成为朋友，让客户感受我们真实、热诚的一面，互相信任，保持长久的合作。

成功需要一种精神，营销也需要一种意志，要有锲而不舍，愈战愈勇的精神，更要有坚定不移的信念，自我激励，自我

启发，才能坚持到底，达到目标的彼岸。

最后，通过这次培训学习，我不仅看到了自己的不足，还学习到了一些新的营销知识，看到了发展的希望，确立了今后努力的方向，它就像是黑暗中的一盏明灯，给我以动力，我会按照所学习到的知识，坚持不懈地融会贯通下去，在自己的工作领域，开拓出一片新的蓝天。

感悟银行场景营销心得体会篇五

5月份，我按照全产品营销的思路，积极开拓市场，细分客户，在本人的努力下，取得了一点成绩：

采取的措施：上门走访，面对面营销

营销业绩：成功营销一户pos机，一张白金卡，办理一笔500万的无固定期限法人理财产品，累计办理贴现1000多万。

营销心得：在营销过程中，我觉得以下几个方面非常重要。

第一，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。以营销白金卡为例子，刚开始，我拿到资料后的第一感觉是，这么好的产品，一定会有市场，我还准备了很多套说辞，如果客户问我这白金卡有什么用？我就怎么怎么说。如果客户问我，你们的卡有什么特点？我就那么那么说。可是当我真正面对客户时，他们的问题完全出乎我的意外，已经脱离了白金卡本身的功能。他们根本不会问你白金卡的好处，而是问你，你们的卡收不收年费？或者说我钱包里的信用卡已有好几张了，我不想办了？还有问，你们的白金卡在机场购买机票、乘坐飞机有什么方便，等等很多细节问题。讲实话，白金卡我也没有使用过，这些问题弄的我是措手不及，我开始重新审视这张令我自豪的、非常漂亮的白金卡。最后通过努力，我深刻理解白金卡这个产品的内涵了，把我行白金卡的：牡丹白金卡尊贵礼遇要项、全球机场

贵宾室服务、享受理财金账户贵宾通道服务、全程无忧高额飞机意外保险、消费积分兑换年费、全球sos服务、九项服务费用减免、全球特商户尊贵礼遇等跟客户解释的很清楚，所以成功营销就水到渠成。

第二，是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。以无固定期限的法人理财产品为例，那么这个产品的目标客户和市场在哪里呢？经过我对这个产品的分析，结合小榄客户的实际，我觉得这个产品一定很有市场，非常适合那些暂时有闲置资金，但是有又不满足协定存款的客户，特别适合他们，所以我锁定目标，一击即中。

第三，与客户面对面的营销；在这一过程中我感受最深的是，在熟悉产品的前提下，一定要对客户的问题做出最敏捷的反应。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，不要死缠烂打，最后还是不成功啦，浪费了口舌，也搞得大家很尴尬，不行就马上换产品，或者转移话题。

第四，就是申请表格等相关资料准备和填写。我们好辛苦营销了客户，到了最后千万不要因为填写表格出问题影响客户，那是一件很伤大家的事。这个就要比较细心了，花店时间去理解产品，自己将相关的表格准备好，并熟悉那些要填写，一步到位的帮客户准备好。

第五，客户的维护。就是所谓的售后服务。这个工作，就是在产品sale出以后，一定要打电话给客户，问问白金卡收到没有啦？提醒产品要到期啊，用的如何，有什么不明白的地方，感谢他们对自己工作的支持，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，为以后的业务做准备。

感悟银行场景营销心得体会篇六

“柜台营销”是银行营销的一种促销手段，从狭义上讲就是利用现有的柜台和人员，为客户办理业务的同时，把客户需要的其他金融产品推销给客户。银行提供的产品其实质都包含着服务，有的产品甚至直接表现为服务，金融产品是银行提供服务的一种载体。金融产品质量的好坏，除了增值以外，就是服务水平的高低。它也是客户选择银行的重要原因之一。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？在长期的柜台服务中，有以下的几点心得体会：

没有人会拒绝微笑

微笑，是自信的一种流露，是无声的语言，传递着友好的信息，是人们交往中最丰富、最有感染力的表情。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，这对于自己毫无损伤，但却已经给别人产生良好的印象，在别人的心中引起快乐的共鸣，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。只要我们真情付出，一定会得到回报，为别人带来快乐，将使自己更加快乐。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。

知识就是力量

有一句话说得好：人与人之间的差别其实就是学习能力的差别。由于个人素质、经验、训练程度的差异造成服务水平的高低，要通过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点和适用人群，向客户作个性化的推介。掌握各项业务的操作规程，提高自身分析和处理问题的能力，提高服务质量，增强客户的满意度和忠诚度，从而留住了客户，赢得客户的信任，营销也就成功了。

换位思维，加强沟通

要树立“换位思维”的思想，从客户的角度出发，想客户之所想，急客户之所急，加强沟通。一是要加强内部各部门之间的沟通，理顺业务流程，杜绝因内部协调不足而出现服务质量问题。做到内部沟通流畅，协调充分确保每个环节运作正常；二是要加强与客户的沟通。不把自己的个人情绪带到工作中来，每天以饱满的精神和认真地态度面对工作，当客户在叙说他的需要时，我们要做一个最佳听众，认真倾听客户的需求。从客户的角度出发，适时为客户提出符合客户利益的理财建议，这样才能与客户实现真正的沟通。才能为客户提供全方位的服务，让客户获得超出期望值的需求。

充分利用自助设备，减轻柜台压力

要有目的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，适当减轻柜台人员的工作压力，可专门办理一些复杂业务，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时间，服务水平最终得到了保证。

有的放矢，做好差异化营销

我们可以根据顾客个人的年龄、性别、职业、收入、文化程度等情况进行市场细分，根据不同细分市场中顾客的不同需求，提供差异化的便利性服务和支持性服务以达到优质的无差异性。

如何做好柜台营销？说到底就是优质服务。传统的服务理念认为，顾客来了，给客人倒上一杯茶，送上一杯水就是优质。其实不然，随着生活节奏的加快，城市现代化水平的不断提高，“准确、高效、快捷”才是人们所倡导的优质服务。金融产品和服务产品的创新，硬件设备的提高，竞争对手只要投入资源，就很容易达到；只有以高质量服务为切入点，形

成了特色的服务风格，才能使竞争者难以在短时间内模仿成功，我们才能在激烈的竞争中立于不败之地！

感悟银行场景营销心得体会篇七

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。在这个充满期望的日子里，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景，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，仅有对自己充满信心，才能给自己一个清晰的思路，把产品经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，让客户对自我有好感。与客户初次见面时的说辞十分重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体此刻初次见面，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能够赢得客户的倾心。

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，我一向在进取的引导客户，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进取，我需要制定相应的计划。仅有合理安排每一天的工作，才能事半功倍。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。要从事事的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，期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。仅有坚持不懈的付出，做到把握此刻、向过去学习、着手创造将来，制定一个切实可行的计划，明确目标，才能将我们的团队建设的更好，才能让中信的明天更加辉煌。

感悟银行场景营销心得体会篇八

电子银行是现在各大商业银行的发展重点和发展方向，随着电子商务市场的日趋完善和健全，人们会越来越广泛的应用在线支付手段，而且追求的目标是最安全，最快捷，最便宜，最有效率的方式。伴随电子银行成为银行发展主渠道的浪潮中，作为一个刚刚入行的新员工，在电子银行柜面服务和营销中，我总结出了以下几点心得体会。

第一，了解电子银行产品。所谓“生平多阅历，胸中有丘壑”。建行的电子银行渠道多、功能全、易使用、保安全。了解我行电子银行的优势，找到适合该产品的客户群。个人网银而言，我们主要向两类人推广。第一类，主要是年轻人。年轻人的思想比较开放，更加容易接受新的思想。现在电子商务盛行，年轻人对网购比较热衷，电子银行也就成为了年轻人的必需品了。第二类主要是商务人士，商务人士需要实时掌握资金动向，更有效率地转账汇款，因此电子银行可以为他们提供一个省时省力的平台。“电子银行是移动银行，足不出户在自己家就可以办理银行业务。”

第二，了解客户的心理。我在营销过程中发现，大部分客户并不在乎费用，而是在乎付出费用后，能得到什么样的服务。客户使用网上银行交易不仅可以节省交易时间，更能省去在柜台排队的时间，同时自助操作更能满足客户的需求。真诚地询问客户是否需要开通网上银行，就资费问题，可以强调

免费；是否开通短信服务，当然资费问题清楚明白的告知。我每次为客户开通网银后，都会提示客户登入银行官方网，激活网银，强调其使用便捷的功能。在这种情况下，客户一般都会接受，如果我营销的这个客户真的使用了我行的电子银行，并且确实觉得方便，那么他便会对我行产生信任感，更有利于我们做其他产品的营销，甚至会推荐给他周围的朋友，这便形成了潜在客户。

第三，发挥团队的精神。大堂经理，负责帮助客户填单、柜面引导。业务顾问、高柜，发掘目标客户，办理相关手续。每开通一户网银，电子银行激活人员就积极地帮客户在体验机上改好新用户名和新密码，并且还给客户演示一些重要的功能，防止出现客户开通后使用时问题重重的局面。通过员工的配合，我们的电子银行业务一定会蒸蒸日上。