# 银行营销工作总结与计划(大全10篇)

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2024-03-30

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。银行营销工作总结与计划...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**银行营销工作总结与计划篇一**

20xx年以来，x银行根据省分行的统一安排和部署，抢抓两节资金回笼旺季，强力实施以伴你成长金钥匙春天行动为主题的综合营销活动，各项业务发展取得显著成绩。截止20xx年xx月xx日，各项存款总量达到亿元，比年初净增亿元，其中个人储蓄存款总量亿元，比20xx年初净增亿元;贷款余额亿元，比年初增净xx万元;中间业务收入xx万元，其中银行卡实现收入xx万元。

省分行作出实行春天行动的决定后，x银行迅速召开行长办公会、行务会、员工大会对省分行精神进行传达贯彻，对全行春天行动市场营销活动进行研究和布置。

一是切实强化领导。为了提高认识，让各级切实强化对春天行动的组织领导。支行党委在行务会、主任会议上反复强调，一年之际在于春，两节期间，人流、物流、资金流高度聚集，是一年之中不可再生的稀缺资源，牢牢把握机遇，抓好两节期间的市场营销工作，对顺利完成全行全年的工作目标，具有重大的战略意义。通过反复传导，各单位主要负责人普遍增强了对春天行动的紧迫感和责任感，工作的主动性大大提高。同时，支行及时成立以党委书记、行长任组长，副行长任副组长，支行前后台部门负责人为成员的伴你成长金钥匙春天行动综合营销领导小组;各单位也相应成立以主要负责人为组长，业务骨干为成员的工作小组，并明确各级专班组长、成员，对春天行动各项工作目标、措施，落实情况的具体责任，切实加强对春天行动的组织领导。

二是细化营销方案。支行及时出台《xx银行伴你成长金钥匙春天行动综合营销实施方案》，对春天行动的行动时间、参加单位、组织机构、行动目标、营销策略、主要保障机制、考核指标、评比奖励进行了细化。通过建立客户经理队伍、营造综合营销平台、丰富金融产品、优化客户结构、完善保障机制，着力打造五位一体的综合营销体系，实现营销工作向科学化、专业化、标准化、系统化推进。使营销方案对全行市场营销工作具有很强的指导性。

三是强势宣传发动。在前期准备工作充分的基础上，支行及时召开全行春天行动市场营销动员大会。会上，支行党委书记、行长作了题为《紧急行动全员出击抢抓商机，实现春天行动首季市场营销开门红》的主题报告，大大鼓舞了全行士气;分管行领导和相关部门负责人对营销活动进行再部署;部门、分理处代表作了表态式发言。全行春天行动市场营销活动，在热烈的气势中强势展开，为开门红奠定必胜的基础。

一是各单位主要负责人站在营销一线，靠前指挥，率先垂范。二是窗口开足，实行全天候、满负荷运作。三是走出去营销，抢挖他行优质客户。四是加大宣传力度，在支行统一采用电视、报刊、大型户外广告进行宣传的同时，各网点及时配套使用广播、流动宣传车、拉横幅以及在车站、码头、居民小区等人流聚集区设立咨询站点等多种方式全面启动宣传工作，要形成全方位、立体型的宣传氛围，五是做好优质服务工作，确保行容行貌好、服务设施好、文明用语好的三好标准，努力给顾客营造一种舒心的环境。对高价值客户实行差异化服务，尽快解决客户存、取款排长队的问题。各单位通过抓岗位练兵，努力提高服务水平;通过抓星级员工的培养，努力提高服务水平;通过狠抓奖优罚劣，努力提高服务水平，对优质服务好的重奖，对与顾客争吵、态度生硬、服务效率低下等有损银行形象的一律给予重处罚。六是强化上下联动，整体营销的功能，对优质客户实行资产、负责、中间业务，本外币业务一体化营销，全方位放大客户价值。

期间，支行分别召开行务会，城区、乡镇主任会议，听取市场营销工作汇报，分析、协调解决存在的问题，促进春天行动，迅速扩大战果，向纵深全面推进。针对元月中旬，营销工作整体放缓的趋势，支行实地调研究后，及时印发了《关于抓好当前市场营销工作的紧急通知》，提出了加快营销进度的6项具体措施，由包片行领导和包点部室，亲自送到各网点，亲自组织员工进行学习，亲自抓落实，迅速扭转了营销工作裹足不前的僵化局面。支行要求，包点部门要切实加强对网点的联系指导，实实在在帮助网点解决营销中的难点问题。对一般性的问题，能现场解决的要现场解决，确实不能解决的收集起来，向分管行领导及时汇报，争取创造条件，及时解决。

在20xx年来临之际，我相信我们银行会吸取20xx年的优点，同时改正不足之处，相信我们会做的更好!

**银行营销工作总结与计划篇二**

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激!

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：

去珍惜和努力呢进取向上的态度是提高的根本保障，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。

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。而即构成的好习惯，能够陪伴其一生，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。坚持四周整洁卫生，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，这些都充分体现了教师们的良苦用心。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资料之一。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，因为在那里有来自全辖伙伴们的友情提示和无私帮忙，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，无疑会使学习提高得快些再快些。

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，仅有经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心要求，也是我参加本次培训班对自我的根本要求。

培训班的课程由浅入深，深入浅出，能够体会到是经过公司领导和教师认真研究，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。经过董栗序讲师的精彩讲演，我深刻意识到了自我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，除了自我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，必须经过很多的实践和演练，最终让市场来检验可行度。

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!

**银行营销工作总结与计划篇三**

我行20xx的旺季营销活动已经时间过半，在活动进程中，银泽支行整体形势运行良好，绝大部分都能如期完成序时进度，现就银泽支行旺季营销期间的一些经验汇报下面。

一、自加压力，积极部署早行动

早在20xx年的12月中旬，我支行就连续召开有关20xx年旺季营销的动员大会，根据历年来的方案自行制定了各条线旺季营销实施方案，并根据支行自身客户结构特点，制定了自己的宣传方案，并成立以马培文为活动小组组长的对公存款、个人存款、电子银行、信用卡营销小组进行有针对性的专项营销。例如:信用卡方面:我行结合自身代办财政业务，将主要精力放在单位公务员卡的发放，截止3月3日，我行信用卡进件370张，其中财政预算单位公务员卡153张，占进件总数的40.8%;电子银行方面:我行加大对电子银行产品优惠-五重“惊喜”的宣传，由大堂经理第一时间激活电子银行产品并进行账务性交易，同时为客户赠送礼品，提高电子银行同步签约率与电子银行账务性交易占比;重点产品方面:利用ocrm系统和营销作业支持系统，筛选目标客户，主动联系，精准营销。

二、明确目标，人人头上有指标

在我分行明确了对公对私旺季营销各项目标之后，我行在第一时间进行了按条线、小组进行了第二次分化，使每个员工都明白自己的侧重点行销对象以及营销的具体目标数额。而且指标的落实都在分行确定目标的基础之上再增加三分之一，以保证我行旺季营销目标的全面实现。

三、因地制宜，全员出击结硕果

我支行与我行其他营业网点相比较，代理财政业务是我行的亮点也是造成我支行业务量倍增的主要原因。在邻近年底个财政预算单位大量的资金结算，每天为此业务量新增达三百多笔，我支行一方面适时组织人力解决客户拥挤现象，维护大厅秩序，另一方面全员做资金截留的工作，通过全员近一个月的努力，截留存款达1000多万元，而且也维护了一批优质个人以及公司客户;同时充分利用国人春节的风俗，全体员工带着我行分发的对联和挂历，主动上门慰问客户，通过走家串户进行慰问优质客户以及周边有潜力的客户，我行的电子银行业务以及实物黄金，都有了较以往大的突破，特别是实物黄金的销售，我支行基本没有一笔“大单生意”，全是20克、50克的零星销售，就是这样，目前黄金销售6780克，这不能不说是大力宣传，上门营销的功劳。借记卡方面，力求开户向客户推荐用卡，这得益于低柜人员的大力销售，经测算，两班低柜人员每天每人办卡近10张;电子银行业务，在以前年度一直是我支行的短板，经过有分工、有目标的营销，截止目前都位居全区同业的前列。账户金、基金定投、代理保险等重点产品完成率也位居全行前列。

四、加强优质服务，提高我行知名度

结合去年年底打造标杆网点的培训，我行员工不断固化样板网点打造的成果，统一着装、习惯标准服务用语，通过标准化、规范化的服务，提升柜员综合素质，实现客户的满意度和忠诚度。从而树立起建行银泽支行对外良好的口碑。同时通过ocrm系统对临界客户进行积极挖掘，对临界目标客户拓展上迁，有效提高个人客户增长。

五、注重学习，打造专业化队伍

我行从成立之初，年轻员工就是我行所有网点占比最高的。为此，我支行注重对员工的培训，不断加强自身学习，通过以老带新、岗位轮换等形式，使得新员工在最短时间内都成为全面手。

同时，我行所有员工于第一时间学习上级行的文件精神和规章制度，对我行的新产品进行全面掌握，这样在提高自身业务水平的同时，还抓住产品的优势和特点，提高了服务客户的能力，更好地营销产品。

**银行营销工作总结与计划篇四**

各位领导：

同志们!

我是某某某，我参加工作来到咱们中国工商银行西客站支行~~~已经工作了十年了，担任大堂经理已经五个月了，作为一名大堂经理我深刻的体会和感触到大堂经理的使命和意义。客户来到我们营业大厅首先映入眼帘的不仅仅是室内的装修环境，而是一张张微笑的脸，一句句亲切的问候。大堂经理是我们工商银行对公众服务的一张名片、大堂经理应有良好的个人形象，文明的言谈举止作支撑、大堂经理是我行营业网点的形象大使，在与客户交往中表现出的交际风度及言谈举止，代表着我们工行的形象，因为我是全行第一个接触客户的人，第一个知道客户需要什么服务的人，第一个帮助客户解决问题的人。所以当我行推出业务时、当客户有需求时，我就和柜面人员积极协商，为客户着想，来合理地引导客户办理业务。由于我行地处城区列车站，流动人口比较多，因此，这里的客户流动性大，现金流动快。所以来我们这里办理速汇通、缴纳电话费、以及其他业务的客户特别频繁。我们的柜员从早忙到晚，工作压力可想而知，既不安全又费心。从我第一天在大堂工作，从开始时的不适应到现在的能很好地融入到这个工作中，我的心态有了很大的转变。刚开始时，我觉得大堂经理工作很累、很烦索，责任相对比较重大，但是，慢慢的，我变得成熟起来，我开始明白这就是工作，每天坐在大堂经理的位置，为客户答疑解惑就是我的工作，大厅里的人和一切事物都是我的工作范围，当我明确了目的，有了工作目标和重点以后，工作对于我来说，一切都变得清晰、明朗了起来。

当客户坐到我的面前我不再心虚或紧张，我已经可以用非常轻松的姿态和亲切的微笑来从容面对，因为我已经熟悉我的工作和客户需求了，在我开始大堂经理的对外工作的前夕，我花了大量的时间在熟悉所有业务，我学习了很多金融基础的业务知识，如何储蓄，开户对公或对个人，怎样密码找回，挂失补办，如何销户，需要带哪些资料，各种汇款手续费，基金，网银等业务，我都有了一定的了解并从中总结出一些要点，向不熟悉银行业务的客户解说，例如，在银行办卡的好处：atm跨行取款收不收手续费、储蓄卡有没有年费、以及年费多少和小额管理费如何收等，当我这样向客户作出解释和说明的时候，他们都对我们的业务有了一个大体的了解，并且愿意在我行办理业务，每当这个时候我都觉得很有收获，并且十分高兴。

如今客户的咨询我基本上都能解答，也能适当的安抚客户，做好自己的工作。通过日常工作我也与同事们慢慢的相互熟悉、协调起来，当我在业务上遇到什么问题他们时，他们都会悉心帮我解答，使我大大提高了对银行业务的综合程度，通过这几个月的工作，我深深的融入了支行的企业文化中，融入了这个集体里。我发自内心的热爱我的工作岗位，因为这个岗位非常适合我，由于我的性格比较热情而温和，所以当顾客提出问题时，我能很耐心的听完顾客的疑问，这样我就能很快的知道客户需要的到底是什么?在这样的情况下，我能够快速、清晰的向客户传达他所想了解的信息，大部分的顾客都能与我良好的沟通，在解答问题的过程中，我的业务知识量也得到了提高，而且也起到了分担营业员压力的重要作用。

我深知大堂经理的一言一行都会在第一时间受到客户的关注，因此要求其综合素质必须相当的高。要对银行的业务知识有比较熟悉和专业的了解，然后在服务礼仪上要做到热情大方、主动规范，而且还要处事机智，能够随机应变。这对于一个大堂经理来讲，具有很大的压力和挑战性。但是我会在有限的工作时间里，大量的吸收知识与能量，散发出自己的光和热，作为一个金融服务人，我感到非常自豪，因为我有较高水平的领导和亲入一家很好的同事，同事之间的和谐气氛和工作热情都是我积极向上、追求进步的力量，当一切事物都能从不能亲力亲为到可以得心应手时，生命就会变得光辉灿烂起来。我会在这样的集体里不断的充实和完善自我，最终成为一个优秀合格的大堂经理。

**银行营销工作总结与计划篇五**

200x年在行长室的领导下,各部门的帮助配合下,我们营业部全体员工认真学习、贯彻和落实各项规章制度。围绕市分行提出的“\*\*\*\*\*\*”，以服务工作为中心，结合营业部的工作实际，充分发挥营业部的服务窗口形象，做好全行的会计结算业务，为我行的全年工作做一份努力。

做为支行营业部，是一个大型综合网点，既是对外服务窗口，又是全行的业务处理中心，我们认为最重要的就是做好日常的业务处理，对外做好服务工作，对内做好结算工作。

1、节前节后是大量的现金投放与回笼，春节前为满足客户对现金的需要，从人民银行取2款1。5亿，春节一过，又向人民银行回笼了6500万现金。

2、对每年二次的学校收费我们在人员上、业务上给予最大的配合，对收回的现金及时清点入库，并及时开出行政事业收收费发票交回学校，将款项及时划入财政。

3、做好春节及5。1节期间的业务员、管库员及网点的安全保卫工作，考虑到营业部人员比以往减少，在节前即通知各网点要求做好入库钱钞的标准质量，以加快回笼资金的入库，减少库存。

4、参加\*\*\*大型演唱会的门票出售收款工作，并按排好相关的各项工作，保证在此期间的资金人员安全。

5、上半年协调三个部门做好网上银行的安装工作，并对相关企业进行业务及电脑知识上的培训，努力减少睡眠户的产生。

至下半年，为更好地开展电子银行业务，在行长室关心下由营业部与公司业务部负责电子银行的安装服务工作，除了安装与业务知识宣传外，我们更做好对电子银行业务的落地处理工作，一年来未发生有任何的重复、错划或漏划等差错。

6、做好nova1.2、1.3、1.4版本的前期测试及投产工作。

7、配合\*\*支行做好对\*\*公司售房款的接款及清点工作。

8、做好本外币帐户清理及结转工作，在11月完成了帐务上收工作，同时在12月底我们成功完成与外管局的信息核对与纠错工作。

9、对电信及中油公司、石油公司的帐户信息调整工作（调为集团帐户）。

10、应电信局的邀请，由\*\*\*对电信局全辖的出纳人员进行假币培训。

11、代理业务处理从个人业务部转到营业部处理，并将全行各储蓄网点的代发工资业务集中，提高工资入户的速度，满足客户要求。

12、7月份完成不良资产证券化工作，共 户总金额 ，同时这些帐户也予以销户处理。

13、7月份保卫日间库值班撤销，由营业部管库人员进行交接，同时，业务人员从营业部划归业务保障部管理。

14、银行承兑汇票保证金、委托贷款于8月23日顺利移行，加强了保证金及委托贷款的管理与控制。

15、676台支付密码器的更换与清理工作在各部门的配合努力下已全部完成。

营业部集中了全行会计业务的大后台，相对其他所有网点在业务水平上、业务范围上、服务手段上要求更高，而业务水平与服务技能相依附，只有提高了业务处理能力，才能为客户服务好。

1、 我们利用每星期二的例会，进行服务讲评，指出员工在临柜服务中的不足，并按员工的临柜表现进行奖励与处罚，以提高整体服务水平。

2、 在服务讲评后进行业务培训，特别是对新业务的培训，今年的业务更新比往年更快，如银行承兑汇票保证金的管理、银行承兑汇票的业务处理流程、委托贷款的处理、nova1.3、1.4版本升级、更有今年最重要的帐务上收，都要求每位员工及时了解掌握，仔细应付，从而以高业务水平来更好地服务客户，提高服务水平。

3、应地方税务局的免税单及恢复他行扣税程序要求，在行长室的多次努力下，市分行科技部为我行解决了程序问题，目前这项工作顺利开展，满足了地税局对我行的服务要求。

4、tm机的钱箱由各网点自行安装，为营业部节约半个劳动力，因\*\*所撤并后营业部的柜面压力明显增加，我们利用这次的atm管理方式的改变而改善柜台压力，同时将代理业务集中在二个窗口，并设一个“贵宾客户优先办理”窗口，以分流客户，改变各种客户一堆扎的局面，经过努力在四季度中存款任务有了很快的发展。

**银行营销工作总结与计划篇六**

我行20xx的旺季营销活动已经时间过半，在活动进程中，银泽支行整体形势运行良好，绝大部分都能如期完成序时进度，现就银泽支行旺季营销期间的一些经验汇报下面。

早在20xx年的12月中旬，我支行就连续召开有关20xx年旺季营销的动员大会，根据历年来的方案自行制定了各条线旺季营销实施方案，并根据支行自身客户结构特点，制定了自己的宣传方案，并成立以马培文为活动小组组长的对公存款、个人存款、电子银行、信用卡营销小组进行有针对性的专项营销。例如:信用卡方面:我行结合自身代办财政业务，将主要精力放在单位公务员卡的发放，截止3月3日，我行信用卡进件370张，其中财政预算单位公务员卡153张，占进件总数的40.8%;电子银行方面:我行加大对电子银行产品优惠-五重“惊喜”的`宣传，由大堂经理第一时间激活电子银行产品并进行账务性交易，同时为客户赠送礼品，提高电子银行同步签约率与电子银行账务性交易占比;重点产品方面:利用ocrm系统和营销作业支持系统，筛选目标客户，主动联系，精准营销。

在我分行明确了对公对私旺季营销各项目标之后，我行在第一时间进行了按条线、小组进行了第二次分化，使每个员工都明白自己的侧重点行销对象以及营销的具体目标数额。而且指标的落实都在分行确定目标的基础之上再增加三分之一，以保证我行旺季营销目标的全面实现。

我支行与我行其他营业网点相比较，代理财政业务是我行的亮点也是造成我支行业务量倍增的主要原因。在邻近年底个财政预算单位大量的资金结算，每天为此业务量新增达三百多笔，我支行一方面适时组织人力解决客户拥挤现象，维护大厅秩序，另一方面全员做资金截留的工作，通过全员近一个月的努力，截留存款达1000多万元，而且也维护了一批优质个人以及公司客户;同时充分利用国人春节的风俗，全体员工带着我行分发的对联和挂历，主动上门慰问客户，通过走家串户进行慰问优质客户以及周边有潜力的客户，我行的电子银行业务以及实物黄金，都有了较以往大的突破，特别是实物黄金的销售，我支行基本没有一笔“大单生意”，全是20克、50克的零星销售，就是这样，目前黄金销售6780克，这不能不说是大力宣传，上门营销的功劳。借记卡方面，力求开户向客户推荐用卡，这得益于低柜人员的大力销售，经测算，两班低柜人员每天每人办卡近10张;电子银行业务，在以前年度一直是我支行的短板，经过有分工、有目标的营销，截止目前都位居全区同业的前列。账户金、基金定投、代理保险等重点产品完成率也位居全行前列。

结合去年年底打造标杆网点的培训，我行员工不断固化样板网点打造的成果，统一着装、习惯标准服务用语，通过标准化、规范化的服务，提升柜员综合素质，实现客户的满意度和忠诚度。从而树立起建行银泽支行对外良好的口碑。同时通过ocrm系统对临界客户进行积极挖掘，对临界目标客户拓展上迁，有效提高个人客户增长。

我行从成立之初，年轻员工就是我行所有网点占比最高的。为此，我支行注重对员工的培训，不断加强自身学习，通过以老带新、岗位轮换等形式，使得新员工在最短时间内都成为全面手。

同时，我行所有员工于第一时间学习上级行的文件精神和规章制度，对我行的新产品进行全面掌握，这样在提高自身业务水平的同时，还抓住产品的优势和特点，提高了服务客户的能力，更好地营销产品。

**银行营销工作总结与计划篇七**

xx年，在分行党委、行长室的正确领导下，xx支行进一步发挥区域优势，明确目标，坚持业务进展和合规经营相结合，正确处理好规模、质量、效益三者关系，在年度取得肯定成绩。

截止到xx年12月末，我行各项主要业务指标完成状况中间业务：国际结算量累计xx万美元，比去年同期增加xx万美元，增幅达xx%;结售汇合计为xx万美元，比去年同期增加xx万美元，增幅达xx%。

一、狠抓内控合规管理，营造爱行爱岗企业文化1、以专项活动严控风险重点。一季度开展各条线部门xx年问题的对比梳理，由各业务主管对比问题汇总，查找本部门存在的问题并加以整改;二季度人人挖遗漏，到处防风险的百条风险建议活动，组织对公、对私、国际结算业务人员座谈操作中制度未掩盖的风险，组织评选慧眼奖，涌现有一些有价值的防风险建议。

2、制定xxx员工全面管理规划，加强员工整体性管理。将员工管理和成进步行细分，规划个人进展生涯，打造支行和谐奋进的企业文化氛围。

3、强化业务主管内当家作用。从责权利方面对业务主管提出更高要求。同时今年开头实行定期独立汇报制，加强对业务主管的双线管理，由内控监督员每月向综合管理部汇报制和每季向分管行长汇报，从而掌控网点内部管理现状。

二、突出绩效考核引导作用，重点竞赛活动拉动业务进展1、各季度与时俱进，重点竞赛活动加速业务快速进展。一季度坚持存款立行原则，依据市场规律开展存款开门红竞赛，通过实行支行每周通报、定期例会分析，网点业务宣扬询问活动和vip客户座谈等措施，使开门红活动扎实有效开展，在分行开门红竞赛活动中，支行对公日均存款处于分行领先位置，对私存款中网点入围率40%。2、完善改进绩效考核整体方案，突出考核的全面引导作用。

今年对各项业务指标考核取消了加分封顶的限制，鼓舞网点充分发挥优势，利用自身区域特点进展业务。同时，为配合总行经营合规年的创建，在考核中强化了综合管理考核力度，格外是业务主管的管理职能考核分大幅度提高，体现对内控管理的重视。

三、做大做强中间业务，拓展赢利新空间1、其他中间业务：经过主动引导，各网点明确了中间业务对于我们收益、功能和形象上的重要性，通过早筹备、早落实，纷纷挖掘客户资源，主动拓展中间业务指标，经过上下努力，目前大部分业务进度均已完成。另外，支行主动拓展分行新业务，制定xxx竞赛嘉奖方案，通过每日发送短信，准时向行长室和网点负责人通报黄金宝行情及相关信息，举办业务培训会和情景营销，带动xxx新品业务的市场占有率提升。

2、国际结算：培育重大客户，争揽市场业务份额。依据年初制定的方案，对支行前十位大客户实行首席客户经理制，业务进展部主管客户经理每季向首席客户经理汇报业务状况和公司经营状况，共同商定下一步营销方案，提高客户忠诚度与贡献度。

我行通过与分行及xx分行联动营销，抓住有利时机，以网上银行为营销手段促进了该公司在我行国际结算量的增加;对于另一结算大户xx公司，我们以资产业务投入为契机，实行敏捷的用款还款方式。经过多方面营销，目前为止，xx公司国际结算量达xx亿美元，xx结算量达xx万美元。与此同时，也关注中小公司的国际结算业务，利用各种机会进行营销，形成两头抓，两头都不放松的进展局面。3、零售贷款：在有效防范风险的前提下，结合xx宏观调控对无锡房市的影响，我们注重加强与中介的合作，重点进展二手房业务，同时兼顾新楼盘开发的进展思路。经过努力，实现新增xxx万元，较同期增幅为xxx%。四、充分认识优势及压力，树立营销新理念由于支行一季度行长室成员调整，新的领导班子到位后，加强分工，明确职责，三位行长与网点建立联系负责制。提出用脑专心的有效营销、团队个人相结合的有效营销新理念。为此提倡共性化营销，充分挖掘本区域资源;柜面和目标客户营销相结合，柜面以管理引导柜员营销为主，变被动服务为主动营销;业务拓展通过联动营销等手段，利用项目组丰富的拓展阅历，增加对目标客户的营销力度。此外，行长室非常重视产品的联动营销，由国际结算产品带动，负债业务的增长。

**银行营销工作总结与计划篇八**

近几年来 “新常态”一词成为经济界的知名词汇，当然它是区别于“旧常态”而出现的，其包含的意思非常丰富，目前的定义版本也较多，这些我们不去过多的探究。村镇银行从无到有、从小到大，经过几年的发展取得了了不起的成绩，大家有目共睹，作为村镇银行人我们感到无尚的自豪和光荣。但是任何事业的发展都不是一帆风顺的，目前我们所面临的营销环境已经发展成为“新常态”，我们唯有主动适应环境的变化，才能以变治变，而不可能让环境去因我们而改变，作为村镇银行的营销工作者应该如何应对和适应新常态呢，下面谈一下个人的几点感想。

首先、营销工作者思想上要主动适应新常态。做任何事情首先要有思想才会有行动，所以第一步要转变思想，就目前国际国内的经济发展情况看，我们不能盲目乐观，但是也不能过于悲观，必须辩证的认识和适应当下的经济形势，结合国家大政方针和村镇银行坐落的地域特点，因地因时的确定自身的营销方向和目标客户群，只有倒闭的企业没有倒闭的行业，新常态下机会对每家银行和每个营销人员来说都是均等的，关键看我们如何把握和应对。

第二、营销工作者行动上要主动适应新常态。思想转变了或者说修正完善了就要迅速付诸于行动，新常态下经济发展确实是瞬息万变，机遇稍纵即逝，确定的方案和计划就要紧密实施，并在实施过程中不断完善和改进，从而使结果更加符合我们的预期和目的。

第三、从业务结构上说应该首先稳定存量，同时兼顾增量。新常态下再想实现业务的超常规、跨越式发展可谓难 上加难，那么我们就稳扎稳打，步步为营，把前期的业务来个回头看，总结经验，发现并改掉不足，有时候跑步跑的太快可能就会忽略了沿途的风景。增量业务必须有序稳步推进，逆水行舟不进则退，市场是无限的，关键是我们要在正确的时间和空间用正确方法去开发和培养市场。

第四、要用发展的眼光和辩证的思维去解决发展中遇到的困难和问题。新常态下市场营销肯定会遇到这样或那样的问题，有些问题甚至会盘根错节，这就是考验和锻炼我们营销人员的智慧的时候来了，一味的循规蹈矩、畏首畏尾是不符合辩证法思想的，但前提是要有底线和红线思维，底线、红线、顶线是任何时候、任何人不能碰的。

第五、用活用足担保方式。由单一担保方式向综合担保方式方向转变，尤其是扩大抵、质押担保的比例，增加对客户的信用约束机制，创新和丰富担保形式，防患于未然。

第六、村镇银行及营销工作者要牢记“立足县域、服务三农、支持小微”宗旨，扎根村镇，做小做散。面对各种类型的竞争对手，我们的业务规模、产品种类、科技支撑、抗风险能力等等我们都不占优势，因此我们必须细分市场，找准我们的目标客户群，有所为有所不为，经过近三年的乡镇支行工作经历和学习，我对村镇银行扎根村镇也有了新的认识和感触，县域、三农、小微事业是大有可为的。

经济既然已经进入新常态，那么村镇银行的.市场营销工作就必须适应新常态，以变治变，只要我们紧紧围绕全行部署开展工作，全体职工上下一心，攻坚克难，我们的村镇银行事业定会在新常态下实现健康可持续的新发展。

**银行营销工作总结与计划篇九**

20xx年在银行行长的领导下，各部门的帮助配合下，我们营业部全体员工认真学习、贯彻和落实各项。围绕市分行提出的“xxxxxx”，以服务工作为中心，结合营业部的工作实际，充分发挥营业部的服务窗口形象，做好全行的会计结算业务，为我行的全年工作做一份努力。

做为支行营业部，是一个大型综合网点，既是对外服务窗口，又是全行的业务处理中心，我们认为最重要的就是做好日常的业务处理，对外做好服务工作，对内做好结算工作。

1、节前节后是大量的现金投放与回笼，前为满足客户对现金的需要，从人民银行取款x亿，春节一过，又向人民银行回笼了x万现金。

2、对每年二次的学校收费我们在人员上、业务上给予最大的配合，对收回的现金及时清点入库，并及时开出行政事业收收费发票交回学校，将款项及时划入财政。

3、做好春节及5.1节期间的业务员、管库员及网点的安全保卫工作，考虑到营业北纫酝减少，在节前即通知各网点要求做好入库钱钞的标准质量，以加快回笼资金的入库，减少库存。

4、参加xxx大型演唱会的门票出售收款工作，并按排好相关的各项工作，保证在此期间的资金人员安全。

5、上半年协调三个部门做好网上银行的安装工作，并对相关企业进行业务及知识上的培训，努力减少睡眠户的产生。

至下半年，为更好地开展电子银行业务，在行长室关心下由营业部与公司业务部负责电子银行的安装服务工作，除了安装与业务知识宣传外，我们更做好对电子银行业务的落地处理工作，一年来未发生有任何的重复、错划或漏划等差错。

6、做好nova1.2、1.3、1.4版本的前期测试及投产工作。

7、配合xx支行做好对xx公司售房款的接款及清点工作。

8、做好本外币帐户及结转工作，在11月完成了帐务上收工作，同时在12月底我们成功完成与外管局的信息核对与纠错工作。

9、对xx及xx公司、xx公司的帐户信息调整工作(调为集团帐户)。

1、应xx局的邀请，由xxx对xx局全辖的出纳人员进行假币培训。

11、代理业务处理从个人业务部转到营业部处理，并将全行各储蓄网点的代发工资业务集中，提高工资入户的速度，满足客户要求。

12、x月份完成不良资产证券化工作，共xx户总金额，同时这些帐户也予以销户处理。

13、x月份保卫日间库值班撤销，由营业部管库人员进行交接，同时，业务人员从营业部划归业务保障部管理。

14、银行承兑汇票保证金、委托贷款于x月x日顺利移行，加强了保证金及委托贷款的管理与控制。

15、xx台支付密码器的更换与清理工作在各部门的配合努力下已全部完成。

营业部集中了全行会计业务的大后台，相对其他所有网点在业务水平上、业务范围上、服务手段上要求更高，而业务水平与服务技能相依附，只有提高了业务处理能力，才能为客户服务好。

1、我们利用每星期二的例会，进行服务讲评，指出员工在临柜服务中的不足，并按员工的临柜表现进行奖励与处罚，以提高整体服务水平。

2、在服务讲评后进行业务培训，特别是对新业务的培训，今年的业务更新比往年更快，如银行承兑汇票保证金的管理、银行承兑汇票的业务处理流程、委托贷款的处理、nova1.3、1.4版本升级、更有今年最重要的帐务上收，都要求每位员工及时了解掌握，仔细应付，从而以高业务水平来更好地服务客户，提高服务水平。

3、应地方局的免税单及恢复他行扣税程序要求，在行长室的多次努力下，市分行部为我行解决了程序问题，目前这项工作顺利开展，满足了地税局对我行的服务要求。

4、xx机的钱箱由各网点自行安装，为营业部节约半个劳动力，因xx所撤并后营业部的柜面压力明显增加，我们利用这次的atm管理方式的改变而改善柜台压力，同时将代理业务集中在二个窗口，并设一个“贵宾客户优先办理”窗口，以分流客户，改变各种客户一堆扎的局面，经过努力在四季度中存款任务有了很快的发展。

**银行营销工作总结与计划篇十**

xxxx年旺季营销已经告一段落了。回顾一季度旺季营销工作，既有亮点也有不足。现将我网点在旺季营销工作中值得借鉴的做法分享如下：

全体齐动员，形成全员揽存增储良好氛围。

支行长亲自带头管理领导，制定符合网点实际的实施方案和考核方案，多次通过晨会夕会等形式动员全网点员工，进一步强化目标管理，激发员工争客户、挖储源、揽存款的热情，调动了员工的积极性和主动性。

加大对储蓄存款波动的监测分析力度，尤其是网点大客户资金流向，及时了解客户资金流变动情况。

支行长带领营销主管或产品经理或走访温州商贸城和苏州物流园，在推荐对公产品的同时积极向老客户“要”存款。

锁定客户，积极营销。一是充分利用ocrm系统做好高端客户及大众富裕客户维护。支行长鼓励网点客户经理、产品销售经理积极认领客户，形成全员积极维护联系客户的氛围。二是大堂经理与高低柜之间积极良性互动。遇到目标客户，大堂经理和低柜柜员能做到主动营销，高柜柜员积极推荐。三是积极做到电话营销。网点弹性排班间隙中午下午下班后，员工积极电话联系客户营销产品。加强考核，提升激励机制。支行根据存款中收形势及考核办法，依据上级行下达的全年任务和应完成的进度任务，细化指标、在员工中掀起揽存创收高潮，要求员工积极揽存创收，任务完成进度定期张榜公布，以业绩论薪酬，坚持奖勤罚懒，这些有效措施的`出台和实施，有效地调动了各层面员工创收的积极性，有力地推进储蓄中收的稳步增长。

狠抓基础服务，促进存款增长。除进一步加强柜面服务工作、提升服务水平外，对网点坚持勤督促、勤检查，不断优化服务环境；二是不断加强员工学习、培训，提高员工业务技能和工作效率，尽量做到让客户满意；三是注重细节管理，充分抓好业务运行中的人员、设备管理、备付现金充足等多方面完善服务，提高服务效率和服务质量，缩短客户等候时间。

xx支行

xxxx年xx月xx日

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn