# 最新银行营销心得体会范文(精)(8篇)

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2025-02-03

*最新银行营销心得体会范文(精)一一、指导思想认真学习邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观，以党的xx大、xx届三中、四中全会精神为指导，贯彻落实市分行201x年工作计划要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越...*

**最新银行营销心得体会范文(精)一**

一、指导思想

认真学习邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观，以党的xx大、xx届三中、四中全会精神为指导，贯彻落实市分行201x年工作计划要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越服务创造价值为手段，积极主动为客户搞好服务，千方百计为客户排忧解难，优化本行发展环境，增强工作信心与决心，促进本行各项业务平稳较快发展，提高经济效益。

二、总体目标

围绕201x年全年理财产品及基金营销计划，重点解决我行服务工作中存在的不足与突出问题，进一步提高我行服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，成为客户满意度和客户首选的银行，从而助推各项理财产品及基金营销业务平稳较快发展，创造良好经济效益。

三、具体工作措施

1、通过宣传，形成营销活动声势

我行要利用电子屏、横幅、板报、专栏和资料等进行开展“理财产品及基金营销”活动宣传，形成营销活动声势和竞争氛围，提高全体人员积极参与，争先恐后的热烈气氛，做到优质服务，以优质服务创造优良工作业绩。活动期间，我行在醒目位置统一悬挂有关营销活动宣传标语，银行工作人员披授带佩徽章上岗。窗口单位设立营销活动宣传栏，安排佩戴授带的引导员进行引导服务和讲解，树立窗口单位优质服务良好形象，切实推进营销活动的深入开展。

2、抓住时机，切实开展营销工作

我行要抓住一切有利时机做好集中营销工作，各网点要在显眼位置摆放新版宣传折页，营造“理财产品及基金营销”就在客户身边的浓厚气氛。网点工作人员要向客户进行业务咨询，积极推介“理财产品及基金”，向客户详细介绍理财产品及基金功能特点和办理要求。同时要加强对存量客户的维护和再营销工作，根据我行实际，结合下达的工作计划任务，筛选存量优质客户，进行主动营销。优化流程，强化服务质量，针对存量优质贷款客户，推出有吸引力的服务措施，拓展营销深度，扩大我行业务范围和优质客户群体。

3、采取定向营销的方式

提升“理财产品及基金”品牌形象。我行要选择房地产开发商开发的按揭楼盘、汽车经销商营业场所及个体工商户集聚等有利区域进行现场营销，搭配宣传折页等陈列物，营造亲近客户的氛围，现场组织开展“理财产品及基金”营销咨询活动，派发业务宣传品，吸引客户前来参观、咨询，扩大“理财产品及基金”品牌的社会影响，促进“理财产品及基金”的销售。

4、加强工作纪律，确保任务完成

在开展“理财产品及基金营销”活动中，我行要加强工作纪律，凡本行工作人员必须准时上班，不准随便离岗，原则上不准请事假，以饱满的精神，高昂的斗志投入到营销活动中。我行要把营销活动的任务指标分解到人，使人人肩上有担子、有责任，要想方设法完成任务指标。为提高营销活动工作效率和综合竞争力，我行各工作人员根据岗位职责要求实行上下联动全员营销，争取超额完成市分行下达的工作计划任务，以优异成绩向市分行汇报。

**最新银行营销心得体会范文(精)二**

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“百日存款竟赛”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“百日存款竟赛”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;高端客户情况;主要贷款户派生存款情况等)。

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赖，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，每年初都会有大量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进服务，提供合适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、服务内容，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达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直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一定影响。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。因此，这对吸收社会公众存款的能力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，自我补充的能力。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，为其提供配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。(具体量化指标、)

(二)改进服务内容、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能力、表达能力、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是通过信贷营销部门的提供的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面通过对支行提供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，通过对优质客户信息的对比、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，积极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，树立集体与个人目标统一、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大量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：积极分析存量客户的资金运作情况，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，再通过和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积极性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给能力就是提高资产创立能力”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，责任落实到人，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况通报，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况如何，活动是否达到了预期的目的，客户对活动的反映如何等等详细地进行评估。

**最新银行营销心得体会范文(精)三**

xx市分行营业部在市分行党委的正确领导下，在市分行各职能部门的鼎力支持下，全面深入贯彻市行会议精神，确立了以“伴你成长，春天行动”综合营销活动为契机，以股份制改革为动力，以存贷款等传统业务为依托，以中间业务为补充的业务发展总体思路。牢固树立以拓展维护优质客户为中心，以增加市场份额，提高有效收入为基本点，有效整合全行营销资源，全面提升综合营销能力，提高全行优质服务水平，全力争夺存款市场份额的总体战略构想。在班子的带领下，全行员工充分发挥了团队精神，抢抓机遇，开拓创新，经过全行员工的不懈努力，取得了显著成效。

一、各项指标完成情况

（一）储蓄存款时点达到44100万元（剔除木鱼石21700万元），较上年同期增加12485万元，比上年末增加6546万元，超额完成全年必保计划546万元，完成全年计划的101、25%。

储蓄存款日均44328万元，比上年同期增加12146万元，比上年增加11864万元，超额完成全年计划4864万元，完成全年计划的112、33%。

（二）对公存款时点完成4191万元，比上年同期减少1645万元，比上年末减少8177万元。

对公存款日均16153万元，比上年同期增加11940万元，比上年增加9905万元。

（三）同业存款时点完成60万元，比上年同期减少2282万元，比上年减少44万元。

同业存款日均完成1589万元，比上年同期减少796万元，比上年减少1639万元。

（四）银行卡业务收入完成61万元，比同期多完成14万元，比计划少完成3万元，完成计划的95、31%。

（五）借记卡发行4280张，比上年同期多发行843张，完成全年计划的66、88%；贷记卡发行16张，完成计划的88、89%。

（六）办理直贴8933万元，利息收入162万元；办理转贴727830万元，净收入367万元。

（七）代理保险手续费收入完成11万元，完成计划的104、76%。

（八）发展网上银行个人注册客户83户，完成计划的166%；网上银行企业注册客户1户，完成计划的38、46%；实现网上银行交易额3亿元，完成计划的78、95%。

（九）不良贷款货币清收100万元，完成计划的34、01%，其中表外息清收33万元，完成计划的16、87%。

（十）经营利润实现1273万元（剔除木鱼石因素为276万元，完成全年计划的39、43%），完成全年必保计划的181、86%。完成全年力争计划的176、07%。

（十一）基金销售收入14万元，完成全年必保计划的140%。

二、主要工作措施及成效

（一）储蓄存款实现了跨跃式发展

新年伊始，便召开行务会议，研究部署xx年度工作，精心组织，周密安排，全面完成伴你成长，春天行动竞赛任务，取得了市分行第一名的好成绩。具体措施可归纳为“五抓一落实”。

1、抓组织建设。营业部领导对存款工作高度重视，以“伴你成长，春天行动”活动为切入点，召开动员大会，成立综合领导小组，由韩秉棋主任亲自挂帅任组长，三位副主任为副组长，各部室经理、副经理任组员，要求各部门密切配合，明确责任，协调合作。建立了前、后台相互配合，客户经理围绕客户转，全行围绕经营转的新型市场营销体系。同时要求各部门要依托自身客户资源优势积极营销个人中、高端客户群体。

2、抓激励机制，调动全员的营销积极性，在广泛征求职工意见的基础上，结合营业部自身工作实际按计划内、外、个人、集体制定了详细的计价考评办法，对各项任务指标完成好的给予奖励，同时对工作不积极努力，指标完成不好的给予相应的处罚。充分调动了广大干部职工的积极性，领导身先士卒，职工各个争先，营业部形成了拉存款、抓中间业务的强烈氛围。

3、抓龙头、树形象。在对本单位情况充分研究的基础上，确立了抓营业大厅这个龙头，并以此来带动站前、铁西两个所业务的健康发展。抓住“春节、元宵节”走亲访友的契机，靓化营业网点，在网点悬挂横幅、彩旗、灯笼等，烘托节日的喜庆气氛，在营业室内树立“用心服务、伴你成长”等标语牌，拉近与客户间的距离，同时加强日常管理，提高服务质量，提升农行形象，收到了较好的效果。

4、抓营销、塑品牌。领导亲自带头搞营销，深入企业、走访客户，宣传我行的“汇利丰”、“双利丰”、“网上银行”、“贴现”以及代理业务等金融衍生新产品，提高其对我行产品的认知度、满意度，增强其购买产品的\*，同时在五月份举办了文明优质服务推动月活动，在营业大厅外搭建宣传台，悬挂彩球，向公众讲解投资理财观念和产品，并且进行了有奖答题互动，有效地塑造了农行产品的品牌形象，为农行日后推出代客理财产品迈出了稳健的一步。

5、抓管理，提高服务质量，夯实业务发展的基础。1、加强日常营业管理，按照优质服务规范要求着装挂牌上岗。2、作好vip客户的维护工作，设立vip客户台帐，针对客户（！）需求，量体裁衣，推出一揽子组合产品营销计划，同时做好延伸服务，增强客户的忠诚度。在费用紧张的情况下，制定了相应的维护措施，做到了资源向优质客户倾斜，限度地发挥效益。3、加强监督，对服务质量差，造成客户投诉，损害我行名誉的行为，根据相关规定予以相应的处罚。做到惩前毖后，促进服务质量的提高。

6、指标落实。把任务指标分解指导性落实到各部门，考虑各网点地理资源和人力资源的差异，营业大厅的优势比较明显，增量的万元含量工资就比没有优势的另外两所的含量工资低一个档位，权衡了员工的利益所得，充分调动了网点员工的积极性，向增量要效益。使得站前、铁西两所的存款有了大幅度的提高。

（二）中间业务尤其代理保险业务取得较快发展

xx年度，中间业务收入确立为新的效益增长点，一方面，随着利率市场化程度的加深，贷款市场的同业竞争将进一步加剧；另一方面，随着我行电子化程度的提高和金融产品的日趋多元化，也为拓展中间业务提供了空间和可能。1、遵循以人为本理念，健全激励机制。为调动员工的营销积极性，制定了“伴你成长，春天行动”方案，规定了具体的奖励标准，做到有章可循，充分调动了员工的营销热情。同时根据营业部实际情况，一方面，把一部分中间业务指标进行分解落实，另一方面，制定了相应的奖惩办法，做到责任到位、人员到位、奖惩到位，要求全体员工按何行长报告精神尽“匹夫之责”。2、领导身先士卒，带头营销。领导亲自带头攻坚，依托自身的社会关系，从一些人际关系较好，经济实力较强的优良客户入手，充分发挥这些客户的舆论中心作用，效果较为明显，营销了一批优质客户。同时，也起到了一定的带头作用。广大中层干部和职工纷纷发挥自身资源优势，积极开展银行卡、基金、保险等中间业务的营销活动，使得营业部的中间业务取得了较好的发展态势。3、加大培训力度，提高营销能力。每有新产品推出，便邀请保险公司营销人员为我行业务人员讲解产品的特点、功能、营销技巧。提高了我行员工的保险营销水平。4、注重潜在客户营销和产品售后服务。对于一些存款大户和具有潜在产品需求的客户，主动出击，针对客户特点，推出适合的保险产品，增强其购买\*，实践证明，效果较好。同时我行还十分重视产品的售后服务工作，经常回访客户，了解客户的满意度，也为进一步的产品销售奠定了基础。

在营业部干部职工的共同努力下，中间业务取得了丰硕成果，银行卡业务收入完成61万元，比计划少完成3万元，完成计划的95、31%。代理保险手续费收入完成11万元，完成计划的104、76%另外，抓住基金销售的有利时机，加大基金宣传工作力度，取得代销基金收入14万多元的好成绩。一季末针对代办保险的难点工作，我们拿出5000元费用搞了二周的柜台寿险宣传，二周时间销售100万元，顺利的完成了我行的寿险计划。

（三）在上年基础上，贴现业务又有新突破

贴现业务是营业部二年来完成利润计划的强大支柱，今年也不例外，在市行领导和有关部门的大力支持下，今年上半年贴现业务又有了新突破。上半年实现贴现利息收入529万元，其中直贴实现162万元，转贴实现利息净收入367万元。营业部领导班子一直把贴现业务放在重要的战略位置来抓。给予政策倾斜，制定了具体的奖励政策，按照收入的一定比例提层，从而充分调动了贴现中心几名员工的工作积极性，不辞辛苦，无论大票、小票都积极对待，聚沙成塔，上半年累计办理直贴8933万元，转贴727830万元。使得贴现业务有了快速发展。成为了营业部全体员工的聚宝盆。

（四）制度建设不断完善，整体竞争力不断提高

营业部领导班子从健全规章制度和激励机制入手，制定了业务质量考核办法，完善奖罚制度，将日常业务、核算质量和优质文明服务充分结合，加大内勤员工在制度落实上的考核力度，以此来有效提高员工按规程进行业务操作的意识，确保营业部各项业务的稳健运行。二是认真开展规章制度学习活动，提高员工遵守规章制度的自觉性。三是认真做好会计基础工作规范化管理，明确分工，明确责任，要求业务操作规范有序，严格按会计制度要求执行。营业部班子始终把是否有利于提高广大职工的收入水平，是否体现大多数员工的意愿，是否充分体现了以人为本的经营理念作为一切问题的出发点和归宿。认真履行领导职责，从为业务经营、为员工谋利益出发，解决业务经营中遇到的实际问题，并且在重要政策出台时，吸收职工代表参加会议，充分听取职工的意见，提高了职工的参与意识，同时也调动了职工的工作积极性。提高了营业部整体的竞争力。

（五）加强服务营销理念，力挽优质客户流失

辽宁益康生物制品有限公司是我行一个优质大客户，由于企业发展需要，现已在搞二期工程建设，建设资金存在缺口，我行积极沟通协调，争取二期工程项目贷款，以何行长为首的市分行班子、公司业务科、信贷管理科、法制科对我行的项目贷款大力支持，积极与上级行沟通协调，付出了大量的努力和心血，虽然贷款没营销成功，但却感动了企业，基本帐户保留，原一期工程贷款办理延期，银企关系正常。从企业转制开始，转制落债，申请贷款，办理延期的所有各环节，一步一个坎，问题多多，政府、工商、土地、房产、公证、控股公司、原企业都碰到了不可预见的一个个难题，如没有坚定的服务营销理念，没有上、下级行的思想高度统一，在其它行二周内贷款到位的许诺下，客户流失是必然的，在优质客户营销困难，收入严重不足的情况下，2470万贷款、利率9、3‰，有效收入年可达到230万元。对营业部来讲是一件大事。

（六）压缩无息资产占用，有效降低营运成本

由于我行承诺对外兑换损伤券，加之受地理因素影响，到我行兑换损伤券的客户较多，另一方面，前台柜员和出纳人员业务繁忙，无暇清点、整理。因此，库内损伤券积压较多，影响资金的正常周转，为提高资金的利用效率，营业部领导班子身先士卒，带头清点损券，在领导的带动下，广大职工自发投入到清点损券的工作中，经过一个月的加班加点，库内积压的一千余捆损券被清点完毕，顺利上缴到人民银行，从而促进了资金周转，压缩了无息资产占用，提高了资金的利用效率。与此同时，也提高了广大员工的参与意识和团队意识。

（七）股改准备工作有序进行，不良资产剥离工作取得阶段性成果

由于受历史因素影响，营业部不良资产包袱较重，此次剥离工作，工作茧自缚量较大，领导班子认识到了这一点，给予了高度重视，1、成立了法律尽职调查工作领导小组、不良资产剥离工作领导小组、责任认定工作领导小组等一系列组织。从而从组织上确保此次剥离工作顺利进行。2、全力做好后勤保障工作，全力支持不良资产剥离工作。做到人员到位、车辆到位、费用到位、物质保障到位，一切给剥离让路，一切以剥离为中心。3、领导以身作则、率先垂范。祁主任始终工作在剥离工作的最前沿，每天都是深夜才回家，从五一开始一直没休息过，职工深受感动，工作也更加努力，到目前为止，已取得阶段性成果，不良资产责任认定工作已基本上通过了省行验收。

（八）安全保卫工作继续深入，防范设施不断完善。

我行领导班子始终把安全保卫工作作为重要工作来抓，银行是经济案件的高发区，为有效抑制案件发生，我行积极探索防控案件的新路子，从去年下半年开始，我行实施了安全保卫工作社会化，今年我行在继续深化安全保卫工作社会化程度，不断总结经验，健全制度。同时，加强了技防设施建设，有效防控风险，堵塞漏洞，做到防患于未然。近期内几年，我行一直没有安全事故发生，受到了市分行的好评。

（九）思想政治工作继续加强，员工主人翁意识有所提高。

营业部始终把思想政治工作作为调动员工积极性的工作，作为解决问题的法宝，做到常抓不懈。营业部除召开思想政治工作专题会议以外，还把晨会作为宣传思想政治工作的阵地，收到了较好的效果，在接收木鱼石信用社和不良资产剥离工作中得到了充分体现。

三、存在的问题与不足

（一）清收效果不明显。上半年全行清收只实现了100万元，其中表外息清收33万元，分别完成计划的34、01%、16、87%。

（二）对公存款工作相对滞后。有影响的大客户没有营销成功，同时机构类客户的营销是我们的盲点。对公存款余额4192万元，仍维持在xx年的水平。

（三）同业存款由于今年资金吃紧，原有的两户同业存款户现余额几乎为零。

（四）剥离前准备工作，尽职调查阶段有欠帐，档案资料的补充，分类结果的重新认定工作做的不细，仍存在一定的问题。

（五）贷款营销困难。无论是微型企业、小企业、大客户的营销业务不熟，导致办法不多，与上级行的政策衔接存在诸多问题，结构调整困难。

（六）前台柜员不足，机关员工顶岗，大堂经理轮值，前台员工休息不足，服务质量有所下降。

（七）优质文明服务尚存差距，受费用因素影响，硬件设施不健全，客户站立排队问题没有得到解决。

（八）员工学识水平不高，加之缺乏相应的培训，致使员工对新业务不熟悉，业务能力不高，也是制约新业务发展的瓶颈。

（九）费用不足，票据转贴现业务开展艰难。

（十）职工的思想认识问题没能得到彻底解决，大局意识（！）不强，奉献精神不足。

四、下半年工作措施及打算

（一）倾全行之力，做好股改前的资产剥离工作，作为各项工作的重中之重，决不拖市分行的后腿。同时加大不良资产清收工作力度，做到股改与经营并重，解除决好“一手埂，一手软”的问题。

（二）对接收的木鱼石业务及善后工作，马上进入角色，争取不留尾巴，对已认损核销的资产能收尽收，增加营业外收入。

（三）努力打造三个中心，即：“现金调缴中心”、“贴现中心”、“理财中心”。目标是：现金调缴进一步规范，贴现中心再创效益，理财中心步入正轨，初见成效。

（四）树立“大”观念，以营业部调整为内设部门为契机，为二级分行直接经营搭建优质高效的服务平台，解决营业部当前的对公存款滞后，贷款营销困难的问题，尽快溶入市分行的大银行、大营销环境中。

（五）在木鱼石并帐结束，储蓄所搬迁完毕的情况下，从现在开始争取用一年的时间，将三个亿的存款巩固住。

（六）随着木鱼石营业部人员问题的解决，补充前台柜员，增加窗口，分设高、低柜区，缓解柜台压力，解决顾客排队的问题。同时狠抓优质文明服务，力保营业大厅全省同业系统金牌单位名符其实。

（七）市分行工资办法正式下发，抓紧研究实施细则，解决当前我行存款难以考核的问题，调动全员大力开展存款，中间业务收入发卡等传统业务，形成氛围。积极探索新业务稳妥运行，寻找新的效益增长点，为剥离后富余人员找活干，挣效益。

（八）加强各项规章制度的贯彻落实，尽快实施前台轮岗，严控风险，加强思想政治工作，落实行为排查，发现隐患，防患于未然。

总之，半年来的工作问题很多，下半年的经营也面临着许多困难，但是，扎扎实实，一步一个脚印的工作是我们的宗旨，相信在上级行党委的大力支持下，紧紧围绕何行长“营销、服务、管理、内控”八字方针开展工作，营业部的各项工作一定能再上新台阶。

**最新银行营销心得体会范文(精)四**

经过一年半载的努力与奋斗，在这一年多营销工作时间里，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，一直以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应能力、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。不过在短短时间里，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己要有足够信心，有经验之外，更重要的是自已的一种心态。我是一名刚刚被提升为小分组长的营销人员，对刚被提升，我感到非常荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力可以给与我推动力，在这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，这样才能为自已在打开一片天地！

心得一：对自己要有信心。

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，我开始为自己在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自已找借口的同时，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，后来领导得知此事，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，才能消除面对客户是的恐惧，才能给自己一个清晰地思路，把产品通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，我都会暗暗给自已鼓劲，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。

心得二：给自已在不同时期制定一个力所能极的目标

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积极，也可以说是一种没有方向性，这种情况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自己，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。给自己、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，让客户对自己有好感、信赖。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。

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，客户专门叼难你。所以很多时候失败了，不要气馁。要从事情的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，希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经理一职的一些心得体会，如果我们能做到：“把握现在、向过去学习、着手创造将来。想象一个美好的将来是什么样子的，制定一个切实可行的计划，今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意义的方法，你会更快乐，更成功！

**最新银行营销心得体会范文(精)五**

经过一年半载的努力与奋斗，在这一年多营销工作时间里，

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，一直以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应能力、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。不过在短短时间里，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己要有足够信心，有经验之外，更重要的是自已的一种心态。我是一名刚刚被提升为小分组长的营销人员，对刚被提升，我感到非常荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力可以给与我推动力，在这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，这样才能为自已在打开一片天地!

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，我开始为自己在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自已找借口的同时，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，后来领导得知此事，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，才能消除面对客户是的恐惧，才能给自己一个清晰地思路，把产品通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，我都会暗暗给自已鼓劲，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。

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积极，也可以说是一种没有方向性，这种情况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自己，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。给自己、组员制定一个力所能及的目标!

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、信赖。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。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，客户专门叼难你。所以很多时候失败了，不要气馁。要从事情的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，希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：“把握现在、向过去学习、着手创造将来。想象一个美好的将来是什么样子的，制定一个切实可行的计划，今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意义的方法，你会更快乐，更成功!

**最新银行营销心得体会范文(精)六**

绿色生活社区行

每月中旬周六一次

（1）社区活动

（2）闹市活动

(3)企业行

（1）使周围潜在客户明确知晓我行所处位置，了解浦交通银行及相关产品优势特色，逐步前来在我行开办业务。

（2）开展产品宣传，抓住年末存款回流的机会，抢占市场份额。

（3）储蓄存款明年开门红新增做储备,为我行后续开展个金业务奠定基础。

（1）场地租赁费：元

（2）宣传制作费：元

（3）促销礼品购置费：元

(一)社区行前工作:小区物业沟通

1、居委会。居委会信誉度高，对小区居民的情况十分了解，且在小区宣传场地。使用费、张贴宣传品的费用等方面有权给予减免。谈判切入点：合作推广社区稳健理财服务;丰富社区生活、2、小区会所或管理处。小区会所或管理处掌握大部分居民资料，尤其对资产量大的客户或积极参与社区活动的活跃客户较为熟悉，能协助吸引部分大客户。谈判切入点：增加小区增值服务。

3、选择活动现场粮油货品种类及数量，货品价格及优惠，制定现场促销活动方案

4、选择联合进驻的合作公司,挑选确认各等级奖品及数量、

(二)线上线下同步预热、提前做好客户预约、业务预受理:

1、社区内推广(公告+一页通)

a、提前一周支行全体客户经理利用微信、qq、飞信等各种宣传渠道转发我行社区行活动;

b、大堂可以放置展板使来厅堂办理业务的客户了解此次活动的时间与内容;

c、利用在社区宣传栏、电梯海报框、小区会所、物业办公室进行张贴宣传海报、在楼栋邮箱进行发放活动单页;

d、短信发布、微信互动、小区业主qq群内公告等形式全方位发布信息;逐步树立我行财富管理进社区的服务形象，加强与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2、社区外推广(媒体+周边商户)

a、在报纸、网络等信息留存较久的媒体上发布活动预告及活动简讯，扩大品牌效应;

b、在小区便利超市、周边商户处留存网点服务信息卡，也可作为网点活动定点报名处、

(三)物料准备

1、确定场地，设计场地的布置;

2、设计制作活动预热宣传品内容;

3、设计横幅、易拉宝、海报（客户经理姓名、微信二维码及手机号码）；无纺布宣传袋及袋内宣传资料（信用卡、贵金属、基金、薪金理财、支行自制理财宣传单等）购买气球、礼品、音响、话筒制作客户信息搜集表；客户经理名片、桌椅、笔记本、笔;借记卡和信用卡申请表、网银协议、风险揭示书；理财pos机具、e动终端;国金公司等贵金属、中粮公司油;

3、确定参加活动人员,以及落实人员分工:外围引导-咨询受理-信息收集-开卡签约-幸运抽奖-流动宣传-氛围营造-流程控制及拍照宣传、

4、邀请社区居委会人员参加

(四)活动流程：

提前一小时搭台-布展(悬挂横幅：设置易拉宝：张贴海报：散发宣传单)-活动进行-活动结束、其中活动按如下顺序进行入口引导-登记排队-信息采集--开卡-风险测评与签约(网银、手机银行、薪金理财)-社区标签-关注微信,接受远程银行服务-理财咨询与销售-优惠购油-黄金买赠-赠送保险-幸运抽奖-外围营销

(五)社区行后续工作:

1、短信电话致谢物业,微信群qq群致谢客户

2、微信图文报道,社区行工作总结包括此次活动的不足及改进方案、

3、远程后续跟踪、对留存信息的客户逐户回访，采用社区微信群和短信方式宣传，用高息的社区行理财产品进行对接、

**最新银行营销心得体会范文(精)七**

随着年终决算的结束，已经和我们彻底的说再见了。回首这一年的过往，一切还历历在目，现对这一年的工作做一个小结。

过去的一年的都是在新成立的交通银行咸阳分行度的，在这一年中轮换过好几个岗位，最终成为一名个金客户经理，主要从事对私客户的私人金融业务。

一.自从xx年11月9日交通银行银行乔迁新址，我就成为了分行的一名会计人员，从事柜面的个人储蓄业务，也是就综合柜员。在银行这个岗位算是比较基础和繁琐的工作了。正常下班之后，要钆账、送库、培训新出的制度和业务、节假日银行正常营业还得加班、不能出现长短款现金差错等。虽然工作是机械、枯燥的，但是那时候我们学会了最基本的银行会计业务和金融知识，认识并维系了我的第一批客户群。

二.从xx年3月26日起，我终于摆脱了柜面的“束缚”，进行“走出去”营销。突然从一个繁杂、事无巨细的会计人员转换成一个“自由”的营销人员。没有陌生拜访的经验，没有客户资源，没有目标客户，像一个没头的苍蝇一样穿梭在大街小巷。俩个多月的时间，走遍了周边的商户。营销别人的过程就是自己成长的一个过程。客户是多样的，需求也是不同的，营销客户实际上营销自己，相信你才会选择你的产品。这段时间遇到的挫折是最多的，成长也是最多的。

三.从五月份开始，我又到海通证券做延伸柜台，主要从事营销客户办理我行资金托管业务。由于当时整个的证券市场不景气的缘故，开户的人不是很多，但是还是发现很多机会的。对于进行股市投资的客户，有几个共同的特点：1.资金量比较大;2.风险承受能力\'方案范文.库.整理~比较强;3.大都缺乏资产配置、保值增值的稳健型投资意识;这都为我行储蓄存款、基金、理财产品的销售提供了很多的机会。

四.七、八月份我又来到了零售信贷部从事内勤的工作。主要做客户信息录入、资料整理、楼盘现场收件、带领客户做预告登记、抵押登记等事项。压力不是很大，但也异常繁琐。每一笔贷款都是有风险的，我们需要营销更多客户的同时，把控风险。贷款客户在我看来其实是比较优质的客户，因为他很“稳定”，只要没有还清欠款，十几年、几十年内不得不对银行“不离不弃”。这样的话，交银理财卡、信用卡、基金定投、得利宝(有提前还款计划，但未到一年的客户)等都可以做。零售信贷部应该至少有一个专门负责个金业务的员工，充分挖掘贷款客户资源，毕竟做个贷客户的业务比一个新客户的业务要容易的多。另外，要改变客户对于还款借记卡的普遍认识，那不仅仅是一张只能还房贷的卡片，还可以做理财、买理财、存定期等理财功能。

五.从8月26日起，我正式转岗成为一名个金客户经理。刚开始的时候，还是举步维艰的，之前积攒为数不多的老客户现在突然联系，已经很难维系了。而新建的客户管理系统ocrm中一个客户也没有。客户经理主要是做销售，提升行里中间业务收入，而基金、保险、贵金属的销售对于新客户又谈何容易。于是大堂的客户接触显的尤为重要，除了后来行里分的600多普通客户，通过大堂接触新增客户300多人.随后通过房贷客户营销交银卡、大堂客户开通网上银行、手机银行及交叉销售信用卡等，与客户有了第一次结触，慢慢打开了突破口。

通过这一年的学习、工作和成长，也慢慢有了自己对工作的体会和心得：

一.不断学习，不论是业务还是生活中的各个方面。和客户接触的时候，除了业务还要了解股票、财经动态、基金、私募、外汇、券商理财、社交等等，给客户一种很专业、很全面的职业性。

二.做客户讲究“心存，致远”。“心存”要求我们心中要有客户，不是在任务下来的时候才想起来客户，而是要我们要我们记住客户的生日，满足客户换零钱、新钱、汇款、挂失等没有业绩的业务的需求，真正的把对待客户像对待自己的朋友一样。让客户真正觉得你是真诚的，有你在银行来办理业务时就是方便，客户一旦需要与银行发生业务往来时，第一个想到的是你。“致远”要求我们对待客户的资产像对待自己的资产一样，要有一个长期的保值增值的理财规划。

不能为了完成任务一次把客户做伤了，要真正做到是为了客户着想。通过老客户交叉销售、转介绍新客户，远比开发新客户简单的多。银行营业部工作总结三.开拓思路，创新思维。银行业的竞争日趋激烈，如何脱颖而出，就需要我们有与众不同的思维方式。我认为，在揽储方面，通货膨胀居高不下，即使年内俩次加息，也满足不了客户抵御通胀的需求。

随着各大银行高收益理财产品的推出，不管是客户还是相关从业人员都把目光转向了理财产品。这是吸引外行资金，抢占储蓄资源的关键点。另外，年内央行数次上调存款准备金率，严厉打击月末、季末、年末高息揽储的不正当竞争行为，欲将时点余额变为均额进行考量银行存贷比的一个指标，以后银行业间的揽储竞争会变得愈加残酷。这就需要我们设计期限短、收益高的、起息结息日巧妙的理财产品来满足客户的需求和央行的考核。基金方面，由于股票市场不景气，造成基金的销售困难。在这种不明朗的情况，应该倾向于表现一直较好的老基金、定投产品及行里推出的营养组合。

新出的基金把市场过于细分，不是跟踪指数就是专注医疗、消费、电子等某一领域，还有就是仓位不够灵活。明年营养组合大家可以通过定投方式进行购买，这对我们和客户来说，都是比较容易接受的选择。信用卡业务是各大银行的必争之地，最近行里出了一个“姗姗来迟“的新政，即代发工资一月，可申请信用卡。各大行以前只注重优质、高端客户的竞争，现在才开始注重低端客户(如代发工资客户)。招商银行就是很好列子，若干年前她就敢为天下先的向高校没有经济来源的学生推出信用卡业务。风险我们可以通过各种各样的手段尽的努力去控制，重要是的先抢占了一片还没有出现竞争的市场，更重要的是在这些学生还是孩子的时候就养成了使用招商银行卡的习惯。

关于代发，代发可谓是“一揽子的金融服务营销”。在办理代发业务的时候，我们可以进行批量开办信用卡。随后，通过新上线的移动pos，可以现场签约银信通、网银、自动还款等实用功能，并现场交叉销售。

**最新银行营销心得体会范文(精)八**

为完成市分行下达的201x年工作计划任务，确保我行服务水平在新的一年进一步提高，服务能力进一步增强，服务形象进一步改进，服务价值进一步体现，保证各项业务的持续、快速、协调发展。特制定201x年全年理财产品及基金营销计划，具体如下

一、指导思想

认真学习邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观，以党的xx大、xx届三中、四中全会精神为指导，贯彻落实市分行201x年工作计划要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越服务创造价值为手段，积极主动为客户搞好服务，千方百计为客户排忧解难，优化本行发展环境，增强工作信心与决心，促进本行各项业务平稳较快发展，提高经济效益。

二、总体目标

围绕20xx年全年理财产品及基金营销计划，重点解决我行服务工作中存在的不足与突出问题，进一步提高我行服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，成为客户满意度和客户首选的银行，从而助推各项理财产品及基金营销业务平稳较快发展，创造良好经济效益。

三、具体工作措施

1、通过宣传，形成营销活动声势

我行要利用电子屏、横幅、板报、专栏和资料等进行开展“理财产品及基金营销”活动宣传，形成营销活动声势和竞争氛围，提高全体人员积极参与，争先恐后的热烈气氛，做到优质服务，以优质服务创造优良工作业绩。活动期间，我行在醒目位置统一悬挂有关营销活动宣传标语，银行工作人员披授带佩徽章上岗。窗口单位设立营销活动宣传栏，安排佩戴授带的引导员进行引导服务和讲解，树立窗口单位优质服务良好形象，切实推进营销活动的深入开展。

2、抓住时机，切实开展营销工作

我行要抓住一切有利时机做好集中营销工作，各网点要在显眼位置摆放新版宣传折页，营造“理财产品及基金营销”就在客户身边的浓厚气氛。网点工作人员要向客户进行业务咨询，积极推介“理财产品及基金”，向客户详细介绍理财产品及基金功能特点和办理要求。同时要加强对存量客户的维护和再营销工作，根据我行实际，结合下达的工作计划任务，筛选存量优质客户，进行主动营销。优化流程，强化服务质量，针对存量优质贷款客户，推出有吸引力的服务措施，拓展营销深度，扩大我行业务范围和优质客户群体。

3、采取定向营销的方式

提升“理财产品及基金”品牌形象。我行要选择房地产开发商开发的按揭楼盘、汽车经销商营业场所及个体工商户集聚等有利区域进行现场营销，搭配宣传折页等陈列物，营造亲近客户的氛围，现场组织开展“理财产品及基金”营销咨询活动，派发业务宣传品，吸引客户前来参观、咨询，扩大“理财产品及基金”品牌的社会影响，促进“理财产品及基金”的销售。

4、加强工作纪律，确保任务完成

在开展“理财产品及基金营销”活动中，我行要加强工作纪律，凡本行工作人员必须准时上班，不准随便离岗，原则上不准请事假，以饱满的精神，高昂的斗志投入到营销活动中。我行要把营销活动的任务指标分解到人，使人人肩上有担子、有责任，要想方设法完成任务指标。为提高营销活动工作效率和综合竞争力，我行各工作人员根据岗位职责要求实行上下联动全员营销，争取超额完成市分行下达的工作计划任务，以优异成绩向市分行汇报。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！