

# 银行营销工作汇报总结 6 篇

## 银行营销工作汇报总结 1

今年以来，某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 20xx2 月 5 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，比年初净增亿元；贷款余额亿元，比年初增净万元；中间业务收入万元，其中银行卡实现收入元。

### 一、强化领导，精心部署“春天行动”

省分行作出实行“春天行动”的决定后，某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《某银行“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，在热烈的气氛中强势展开，为开门红奠定必胜的基础。

## 二、落实措施，迅速掀起“春天行动”高潮

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。

### 三、强化督办，将“春天行动”向纵深推进

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。

## 银行营销工作汇报总结 2

非常感谢分行为我们客户经理提供这次难得的销售技能提升培训的机会，一天的时间虽然短暂，授课的内容虽然有限，但大家上课听讲时

都专心致志，全神贯注，认真的聆听和记录，相信关泽仁老师的销售理念却为我们今后的销售工作带来了全新的启示。通过此次培训，我收获很多，体会深刻。具体想就有关培训内容浅谈几点体会：

一、从服务营销开始提着自己的销售生产力。服务营销从了解客户开始，针对自己的岗位，问一问自己，到底有多少不熟悉的客户，针对新客户，通过一些活动，找出未来能为建行邢台分行带来贡献度高的那部分优质客户，积极地向客户经理做好转介。当然老客户更需要积极地经营，通过电话预约、约见客户等，提升产品销售度。

二、营销不能怕拒绝。在实际营销过程中，难免会存在各种各样的难题，也许客户会拒绝我们为其设计的理财规划。这就涉及到一个问题，那就是我们首先应了解客户，从见到客户的那刻起，我们应保持对客户有足够的好奇心，了解客户的家庭、职业、学历等情况，以便使我们的营销做到有的放矢，从而在很大程度上避免了不必要的拒绝。当然如果客户拒绝了，我们也要做到不抛弃、不放弃，及时的了解客户拒绝的理由，通过和客户交谈，及时的化解客户心中的疑虑，

从而及时地促使销售活动的顺利完成。

三、销售金融产品要准备金融工具。我们销售的金融产品都是无形的，也许客户在某种程度上难以接受，如果我们不能很好地解释所销售的产品，那么借助工具销售应该是很好的选择，例如建议客户做基金定投，可以借助于复利表来说服客户，爱因斯坦曾经说过，世界上最伟大的力量不是原子弹，而是复利。相信等客户看完这些数据后，一定会为他内心带来震撼的。

通过此次今后在销售技能提升过程中要取人之长，补己之短，扎实做好客户的服务工作，为建行邢台分行的销售工作作出更大的贡献。

### 银行营销工作汇报总结 3

今年第一季度，全省邮政金融业务呈现出持续快速发展的良好势头，较好地完成了邮政金融个人业务旺季营销活动的各项任务，实现了“开门红”。为总结旺季营销活动取得的经验和成绩，表彰先进，部署下一阶段主要工作，4月21日至22日，省邮政公司、省邮储银行在六安共同召开全省邮政金融旺季营销活动总结表彰会。省邮政公司总经理鞠勇、副总经理金根柱，省邮储银行行长张宏参加会议。

鞠勇总经理在讲话中充分肯定了第一季度全省邮政金融工作所取得的成绩。针对如何更好地完成今年下一阶段工作，鞠勇总经理指出，邮银合作，共谋发展，是邮政金融业务持续发展的关键。坚持邮

银协调机制，在制定业务发展计划目标、出台营销活动策划方案、落实奖励政策、制定考核办法等方面，真正做到统一发展目标、统一品牌形象、统一策划行动、统一考核管理，以内部的高度统一增强了邮政金融的外部竞争力，真正实现行业利益的最大化。他强调要充分认识当前的有利形势，抢抓机遇，快速发展。今年，国家继续实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策，着力保持经济平稳较快发展、有效推进经济结构调整。目前，安徽正处于工业化、城镇化加速推进阶段，我省的比较优势和后发优势日益凸显，影响力不断提升，为扩大对外开放、承接产业转移、提升产业层次创造了良好条件，特别是国家级皖江城市带承接产业转移示范区建设的全面启动，以及技术创新工程试点省建设上升为国家战略，将为我省经济发展提供新的动力引擎。由此可见，邮政金融业务发展具有广阔的市场空间。要注意加强区域政策研究和行业分析，加大对地方基础设施、支柱产业、重要大客户的金融服务，不断提升邮政金融服务地方经济的能力，实现当地政府认可、用户支持、企业得益的共赢格局，促进邮政金融各项工作再上新台阶。鞠勇总经理要求进一步优化调整业务结构，努力提升发展质效。注重存款结构调整、收入结构调整、产品结构调整以及客户结构调整。他指出，要加强基础能力建设，增强业务发展后劲。加强网点营业人员配备，加大网点装修改造力度及设备投入。鞠勇总经理要求积极履行社会责任，提升百姓生活品质。加快推进二类支行开办小额信贷业务；继续做好新农保代理资格争取及服务工作。邮银要通力合作、密切配合，充分发挥和利用邮政多年来的社会资源和人脉关

系，进一步做好对政府部门尤其是社保部门的沟通和协调工作，继续争取当地“新农保”业务的代发资格。同时充分发挥邮政储蓄在农村地区的金融服务优势，为政府代理好“新农保”业务经办事宜。鞠勇总经理最后强调，要加快推进金融信息化应用，提供现代邮政金融服务。电话银行和个人网银系统上线，是邮政金融信息化应用水平的进一步提升，是为广大客户提供现代邮政金融服务的重要手段，既能有效拓宽服务渠道，方便客户自助办理业务，又能提升邮政金融整体形象和服务水平。目前我省电话银行客户注册数仅有 27 万户，各地要进一步加大电话银行的推广工作，积极培养客户自助服务意识。个人网银系统目前正在系统内部推广，6 月 1 日正式对外开放，各地要高度重视并认真组织好系统内部员工的使用推广工作，内部推广阶段要注意落实好相关激励政策，积极引导内部员工加办，同时做好相关培训教育工作，确保完成集团公司下达的各项任务指标。

张宏行长首先总结了第一季度全省邮政金融个人业务营销活动的总体情况，她指出第一季度全省邮政金融个人业务发展具有 3 个特点：邮银紧密合作；紧抓资金安全；大力开展宣传营销和规范化服务。张宏行长对下一阶段全省邮政金融主要工作提出具体要求：以项目营销为抓手，科学发展卡业务，巩固和保持储蓄存款已取得的成果。继续抓好农民工银行卡受理工作，进一步提升交易量；下大力气发展绿卡一通业务，做好 VIP 卡的发放准备，积极争取优质高端客户，改善客户结构；加快发展绿卡网上支付业务，推动个人网银在企业内部的试用。稳步开展信用卡面向社会的推广工作；继续做好商易通客户维

系，对内加强考核激励，对外强化营销服务，努力提高发展质量；认真组织好“刷绿卡、游世博”有奖刷卡活动。要继续加快产品创新，通过拓展代收代付、批量代扣业务规模来吸纳活期存款，调整存款结构。从政治和战略的高度，继续高度重视做好“新农保”代理工作。以培育优质客户为目标，提升营销能力，促进理财业务与储蓄业务联动发展。以满足客户多元化需求为目标，通过帮助客户资产在存款和多种理财产品之间进行合理配置，实现储蓄和理财良性互动；精细开展针对性营销，加强对基金、理财产品的筛选推荐，积极抢占县城以下高端客户市场；从锻炼队伍、提升营销能力着手，继续深入开展银保合作。以提升邮政金融业务，综合竞争能力为宗旨，深入拓展零售资产业务，加快小额贷款在二类支行的开办进度。各级邮政企业和邮储银行要站在战略发展和合作共赢的高度，立足当前、着眼长远，按照“成熟一个，开办一个”和“有利于业务发展”的原则，在前期市场调研上多下功夫，在人力资源上给予充分支持，在硬件投入上予以有效保障，积极与监管部门沟通落实高管资格认证，同时加大人员培训力度，加速推进二类支行开办。继续重视存单业务发展，稳步增加开办网点数量，扩大服务范围；通过切实有效的营销措施，充分发挥该业务手续简便、发放迅捷、利率水平低的优势，使之成为邮政金融业务一个长期、稳定的利润增长点。以资金安全为重点，完善邮银协调机制，强化内部控制。以增强销售和服务能力为根本，加快推进渠道建设和规范化服务。以营销体系建设为抓手，加强队伍建设和培训，提升营销能力。以提升品牌影响力为根本任务，进一步加大宣传工作



力度。

省公司副总经理金根柱主持了此次总结表彰会。4月22日上午，省邮政公司、省邮储银行分别召开了邮政代理金融工作座谈会和银行会议。金根柱副总经理在邮政代理金融工作座谈会上指出，尽管第一季度全省邮政金融业务取得了可喜的发展业绩，但仍然不能松懈，要继续保持旺盛的斗志，高度重视金融业务的发展，增强责任感和使命感；加强邮银之间的协调和沟通，站在全行业角度，强化大局意识；加强资金安全管理，将之贯穿于邮政金融工作全过程，确保全省邮政金融业务全年目标的顺利实现。会议表彰了2011年全年及今年第一季度旺季营销活动先进单位；针对服务、审计、资金安全等工作作了专题发言；蒙城、凤台2个县支行进行了“新农保”经验交流；对网银、电话银行、银行卡业务进行了业务培训。

## 银行营销工作汇报总结 4

在信用卡的营销过程中，我觉得以下四个方面是十分重要的。第一，是对产品的把握；第二，是对市场的了解和开拓；第三，与客户面对面的营销；最后，就是申请表格的填写和客户的维护。

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。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，如果客户问我这是什么卡？我就这么说。如果客户问我，你们行的卡有什么特点？我就那么说。可是当我

他们的问题完全出乎我的意外，已经脱离了信用卡本身的功能。他们根本不会问你信用卡的好处，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？还有的说你们行的网点少，还钱不方便。说的最多的是，我没有用卡的习惯。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、非常漂亮的信用卡。到底是我出了问题，还是客户出了问题。最终，我发现忽略了三个细节：一是建行在9月之前，已经覆盖了一遍信用卡市场，我行的信用卡和该行的信用卡有很多的同质性；另外一个就是中国人的消费习惯，量入为出；第三个就是扬州人固有的性格在作怪，明知是好东西，偏偏不办，因为他对你不熟，请人办事要讲人情的。经过一阵时间的思考，我对信用卡的认识开始转变。我们只有站在用户的角度来看问题，才算是真正把握信用卡。信用卡在银行工作人员眼中是可以透支的卡，但在客户眼中，它是什么？是放在身边的一颗定时炸弹，是一个鼓励你用钱的工具，是放在皮夹里的累赘，是用来可以交换人情的砝码等等。

目前的信用卡市场是很不成熟的，没有我们想象的那么完善。我们一味去强调信用卡的透支消费功能，我觉得是一种误导。很多消费者不接受这种理念。所以我营销的时候就说这张卡只是一张应急的卡，当资金周转不灵的时候，你可以用这张卡来救急。这样一说，相当一部分人会认同，他们认同了，就有机会了。营销到了这种程度，那些问什么是信用卡，信用卡有哪些功能的人，反而倒很容易成为卡的用户。就是那些有着让人意想不到的问题的客户，我们只有对症下药

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/338023035030006044>