

客户经理个人下半年工作计划2024（精选30篇）

客户经理个人下半年工作计划2024 篇1

第一部分：工作内容及安排

对于已经与我公司建立合作关系的客户，应继续积极拓展与这些客户的合作关系，通过良好的服务提升客户满意，促使其向我们引荐他们的客户，因为有客户与本公司良好的合作关系在先，可引起良好的口碑示范效应，那我们对这些客户的客户进行销售公关的成功几率也将大大增加。今天，我们学习了《亡羊补牢》这篇寓言故事。这篇寓言故事让我明白了要听取别人的意见，不要失去了东西才知道改正。针对企事业单位潜在客户分布地点及特点，对公司办公地点较集中的办公商务楼，进行挨门逐户、地毯式的初访。由于目前穿梭于各大办公商务楼的推销人员非常多，且素质良莠不齐，其所在公司大多管理不太规范，在一定程度上扰乱了各公司办公环境和秩序，影响到办公工作人员的正常工作，引起办公工作人员的普遍反感，因此很多公司都在办公室门前贴上“谢绝推销”的字样，以阻止推销人员的进入。

以下是针对自己和属下销售人员入职后，对潜在客户进行的拜访工作所应采取的主要工作。

一：初访

1、心理准备

针对此情况，作为本公司业务人员，首先在心理上不能被潜在客户对推销人员的这种厌烦心理和行为吓倒，要相信以本公司officemate品牌在办公文具用品行业较高的知名度和美誉度、在成都行业市场业已取得的市场占有率和已有客户（特别是四川省政府、成都市政府和成都军区等大客户）与公司形成的良好合作关系、对公司产品和服务的信赖和业已形成的忠诚度，相信通过自身对工作积极的态度、对产品对自身的充分自信、诚恳谦虚热情的品格和良好的服务意识，可以打动客户，赢得顾客的好感和信赖，以至最终达成合作意向。

2、开场白

在具体工作的开展当中，由于客户的厌烦心理总会在某种程度上存在，所以在初访前，有必要整理、制定出一套统一的简短、明了的开场说辞（开场白）。

如，“您好，我是成都officemate也就是办公伙伴公司的工作人员，目前公司经营10000多种办公文具用品，凭借我们与众多国内外知名办公用品品牌建立的战略合作关系和全国集中联合采购、oem的强大优势，相信可以满足贵公司多样化、不同层次的办公需要。”等等，通过培训时的反复模拟演练，达到字正腔圆、清晰、简洁（统一使用普通话，以示规范）的效果，并将开场白时间控制在1分钟以内。

3、办公环境、人员观察，并寻找访问机会。

在踏入客户办公室之前，首先找寻一下该公司负责接待或日常行政或文秘人员的位置，凭借经验感知其是否上述三类工作人员，再看其是否空闲，如其正在接打电话、与人交谈或埋头整理文件，就不应贸然上前；待其稍微空闲，再上前，递上名片，进行开场白，并索要其名片或电话等联系方式，以便于初访后的电话、email联系、跟进。与此类工作人员建立良好关系后，由其向所在公司后勤或采购部门引荐自己。

4、初访工具（产品目录单、名片等）应用

在初访之前，应由公司统一制定产品目录单，目录单上应注明一些常用产品的价格、规格、型号及批量折扣等基本信息，一方面体现公司管理的规范性（目录单美观、简洁、清晰），以区别于一般推销人员，另一方面便于对方就自身需要进行检索，同时也是吸引对方注意力的有效工具，在对方翻看产品目录的同时，也给了我们销售人员进行开场白和对本公司介绍、产品讲解的机会和时间。

5、礼仪、着装等

穿戴整齐，微笑，面对冷遇和呵斥的坦然，自信，体现自身良好职业素质，从而体现出良好公司形象和人员管理水平等。

特别强调的是，作为客户经理应身先士卒，应带领属下销售人员一起进行初访潜在客户的工作，以获得拜访客户的直接经验，为业务人员做出表率，也有助于对业务人员的工作表现做出正确评价、评估和监督，并对其不足给予指导、建议，对

其成绩给予表彰、鼓励等。

二：初访总结和例会的制度化

1、总结内容：

总结内容应包括：客户办公规模大小、办公人员数量、办公用品使用情况(包括使用品牌、数量等)等，这些都需要在初访时，通过有意识的观察和在对方态度友善情况下的询问获得。

2、召开例会

工作总结应形成每天一次的例会制度(下午下班之前)，例会由客户经理主持，并首先必须进行自我总结，接下来，各销售人员必须对一天下来对每一个潜在客户进行初访的过程进行阐述，对自身工作进行自评，如：

(1)获得的客户信息的是多是寡，有无合作意向达成；

(2)在拜访过程中那些环节做的比较到位、哪些还有待改进；

(3)对统一制定的工作方式、工具(如开场白说辞和话术、产品目录等)通过当天的工作实践发现了什么问题，有哪些需要纠正、改进或增强的地方；

(4)是否需要采取新的工作方式。

就拜访中遇到的问题和挑战，畅所欲言，总结经验，吸取教训，并形成书面工作总结，公司存档，交由公司有关领导审阅、批示。

3、客户经理职责

在例会中，客户经理在销售人员阐述过程中进行适当提问，并给予建议、指导、评价、鼓励、批评等。会议紧紧围绕工作目标、工作内容展开。

制定第二天工作计划，规定应在本工作日拜访潜在客户数量基础上第二天应进行的工作量，应达到的拜访效果。

三：对潜在客户电话、email跟进和再次上门拜访

1、在潜在客户内部“安插”的“内线”

对潜在客户短时间内(如一周)未能有任何买卖关系的进展，不能视为该客户对本公司不会有任何采购意向，仍需持续跟进，掌握客户采购动态，应继续保持与客户的联系，此类电话拜访为宜，避免公司资源、个人时间和精力过多耗费。对于这样的客户，应在其公司内部有一个“内线”，这个内线，就是指与本公司业务人员建立良好私人关系的客户内部员工，其职位可大可小，只要她(他)对其公司内部采购情况、动态有所掌握即可。

2、掌握20/80原则

20%的大客户为公司产生80%的销量，甚至创造80%的利润，而80%的中小客户只能为公司创造20%的销量或者利润。必须把握这一点的原因是，公司资源和销售人员的精力、时间是有限的，不能在一些短期内无法取得销售成果的中小客户身上花费太多时间和精力和公司资源(电话费用、目录单、或其他公司资金、物料、费用等)。

四：与有采购意向性客户的谈判准备

应主动与客户预约见面商谈的时间，并尽可能的对即将开始的谈判的内容、事项进行电话约定。

准备工作中，就谈判中需要了解的客户信息进行梳理，对客户需求进行进一步挖掘，如：

(1)客户可能会提到的问题，客户关心的问题，那些问题可以妥协、那些不能让步；

(2)对自身产品和服务的优势、劣势不足的清晰认识，如何扬长避短等；

(3)与上级领导协商并取得指导意见；

(4)需要公司和上级领导的那些支持和公司的那些资源准备；

(5)谈判人员的适宜人数、分工等，以及其他部门同事的配合；

(6)就目前公司产品和服务尚不能满足客户的地方，与本公司采购部门积极协商，并与上游生产厂家联络，尽可能的满足客户所有的办公需求，以增强客户信赖，建立并保持与客户的长期合作关系，等等。

五、售后工作

合作谈成、客户付款(或预付款)进行产品采购后，即进行客户关系维护，余款的回收，对客户使用情况进行跟踪，维持良好的合作关系。

以上五个方面是对潜在客户进行开发、促使其成为公司现实客户并通过服务工

作满足客户需要成就与客户的较长期合作关系的基本过程。

除采取对办公商务楼进行挨门逐户、地毯扫荡式的上门拜访方式外，也要充分利用报刊、杂志、网络、企业黄页等公开信息资料上进行潜在客户的检索工作，并采取电话、因特网、上门拜访等交错进行的方式，发掘客户需求，促成客户对我公司产品的采购、接受我公司的办公服务。

另外在对办公商务楼进行拜访工作时，如遇到较大障碍，应积极开拓思路寻找排除障碍的方式、方法。如，可以对办公楼的物管部门等大楼管理部门进行“公关”，即使不能促成生意达成，也可从他们那里获得关于该大楼里企业办公的基本情况信息，利于我销售人员下一步工作的开展。

第二部分：销售人员管理

一、对于新入职销售人员的培训和学习管理，力争使所带队伍成为学习型团队。组织销售人员对产品知识、本公司制度、文化、工作流程、服务理念等的集中学习，并就某一个工作中常会遇到的问题适当分派学习任务，促使其不仅在公司组织的正式培训期间的进行知识、技能学习，也要在工作之余就工作中遇到的问题和自身技能、知识上的不足大量搜集信息资料、向有经验的老员工和上级领导虚心学习，促其在最短时间内成为本职工作方面的专家。

并经常性的组织销售人员就产品、行业和客户知识学习、所获得的技能经验等进行交流，并由公司安排部门领导或有经验的老员工与销售人员进行经验探讨，每周一到两次。这样，边实践边学习，并将学到的知识、技能、方法快速应用于工作实践当中去，从部门领导或有经验的老员工那里获得的经验传授，也可使销售人员在工作中少走弯路，提高工作效率和质量。

第一部分中提到的总结例会制度的实行，既是对销售人员自身工作情况的总结，并通过交流发现自身不足，也是客户经理或公司领导发掘员工技能和经验优势、培训销售人员的绝好机会。

二、团队销售管理

客户经理不仅在客户开发、客户关系管理等方面走在销售人员前头，以做表率，更要利用一切与销售人员进行交流的机会对其进行言传身教，推动销售团队在经验、技能、知识水平、素质素养、服务意识的整体前进；而客户经理在此过程中也可以发现自身不足，增强自我学习能力，以更好的管理团队。

1、建立坦诚、开放的对话平台

采取以上管理策略，最重要的就是建立坦诚、开放的对话平台。

让所有销售人员都能围绕工作内容、团队目标畅所欲言；客户经理需要在此过程中掌控对话方向，不使对话陷入无意义的摆龙门阵式的空谈、闲扯和争执，与实际进行的工作内容无关的言论，应给予劝阻、批评；对话应对成果有所预期，不能为对话而对话，为讨论而讨论，必须有某项对工作有帮助的成果讨论出来。客户经理应在对话过程中发现、提出有价值的问题，让发言者做出解释、提请全体讨论或给出指导建议，口头批评或鼓励等。

2、对销售人员的工作管理

客户经理应身先士卒，与销售人员进行最基础的销售工作，同时对销售人员的工作情况进行监督、持续跟进，并对其工作成果进行考核。与销售人员进行分析、确定销售机会，给出意见、建议等。

3、对销售人员的工作支持

在销售人员与潜在客户达成合作意向时，应给予全力支持，并根据实际情况，负责与公司有关领导协商给予其它方面（诸如资源倾斜等）的支持，协调其它工作人员与其配合，促使其达成订单，帮助其完成销售目标。

4、对销售人员个人工作行为、职业道德的掌控

对于个别销售人员的有损于公司形象、公司利益、损害客户利益给公司抹黑的不当工作行为，应给予密切注意，批评教育，防微杜渐，如不能令其悔改，则提请公司领导，给予处分、直至开除。

5、按所服务客户所属行业不同对销售人员进行工作分配，以更好的发挥其经验、技能优势

这需要在销售人员自入职后的一段工作时间内，根据其在对各类行业客户销售公关中的业绩表现和体现出的技能、经验优势，进行分配。如销售人员a对电信类客户较熟悉，也取得过较好业绩表现，有跟电信行业工作人员打交道的经验，就由

他负责与电信客户的销售对接。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇2

我已经制定了自己的工作计划，虽然不是做的很好但是我已经尽力了。在2月我会更加的努力所以我制定了以下的计划：

- 1、每周要增加2个以上的新客户，还要有2到4个潜在客户。
- 2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。
- 3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作有可能不会丢失这个客户。
- 4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直有交流的。
- 5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
- 7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
- 8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。
- 9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。
- 10、为了这月的销售任务每月我要努力完成1到2万元的任务额，为公司创造利润。以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。不过现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自己能够有着更好的发展，不过前景才是最重要的，我相信自己能够做到最好，这是我应该做好的。以后的道路上，我会走的更远，因为我的人生旅途才刚刚开始，我相信自己会更优秀。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇3

一、培训的内容

对客户经理的培训内容，要从实际出发，根据本行实际，量体裁衣，度身定做。一般应采取分类培训的方式进行，即针对不同的对象确定不同的培训内容。

(一)客户经理的基本培训内容

- 1、银行有关的法律。
- 2、金融产品知识。
- 3、银行规章制度。
- 4、财务及信贷评估分析技术。
- 5、市场调研分析技术。
- 6、营销技能。
- 7、公关礼仪。
- 8、心理素质。
- 9、职业操守。
- 10、其它。

(二)新任客户经理的培训内容

对银行而言，对新入行的客户经理进行培训是最佳培训时机。新员工的培训与发展，又称岗前培训、岗前教育、职前教育、入行教育，是一个银行所录入的员工从局外人转为银行人的过程，是员工从一个团体的成员融入到另一个团体的过程。对新招聘客户经理的培训课程应为：介绍本行概况，包括银行历史、使命与前景规划、主要金融产品及服务、银行客户和市场竞争状况、银行组织架构及工作流程等；介绍客户经理职位说明及职业必备；介绍法律文件与规章制度；到主要业务部门或岗位进行跟班实习等。

(三)高级客户经理的基本素质

高级客户经理除了具备一般客户经理的素质外，还应具备以下基本素质：一是具备良好的思想品德、职业道德和敬业精神及开拓创新精神。二是熟悉和掌握商业银行各种资产、负债、中间业务知识和运用方法；三是有较强的独立工作能力、公

关协调能力和语言表达能力。四是具有外向型号的性格。五是有一定的社会关系。六是具有一定的文字综合能力;七是具有丰富的实践经验。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇4

一、强化业务学习，提高业务素质

作为客户经理，首先必须对公司业务有着深刻的了解。大客户中心将定期组织学习业务，以成长为能够随时理解公司指令与大客户进行业务谈判的营销专家为目标，进取参加各专业局的业务讲座，并与各专业局坚持高度沟通，不断提高自身业务素质。

二、美化言行举止，提升客户经理形象

客户经理不仅仅要有强烈的事业心、高度的职责感和高尚的职业道德，其一言一行还代表着企业的整体形象，工作效率、服务质量和个人素质直接影响着客户对企业的认知。为此，在新的一年里，我们将系统提升客户经理商务礼仪和沟通技巧，进一步美化客户经理的言行举止、提升客户经理形象，有助于赢得客户对企业的好感，从而有利于营销工作的顺利开展。

三、丰富营销知识体系，提高营销水平

为了进一步提高营销水平，大客户中心将创造条件经过远程《培训、优秀营销书籍等途径获得专业化销售流程的知识与技能，丰富营销知识体系，增强拜访与服务客户的本事、提升工作信心与客户服务的满意度。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇5

一、检讨与愿景

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜;市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。

但在公司领导高层的支持跟我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存跟发展之路，在与各分公司的市场活动，公司资源整合过程中，不断进步。

二、工作思路

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

- a、通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案;
- b、搜集竞争品牌产品跟活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋势，提出新产品的开发思路;
- c、指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展;
- d、针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。
- e、及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力;
- f、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法跟经验，及时推荐给市场复制;

3、与销售部强强联合，成立品牌小组

市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开销售部门的支持跟配合。如果得不到市场一线的认可跟有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。由市场部跟销售部两部门的主管跟骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，主要对方案提出看法跟改进建议，对于需进一步修改完善的方案，由市场部负责调整;对于会议讨论通过的方案，交销售部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度跟效

果。而公司的态度跟做法，决定了市场部能否与销售部实现共融跟共荣。

三、管理团队

1、合理配置人员：

a市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作。

b策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼跟资料汇编。

c宣传管理员一名负责宣传方案制定、广告宣传活动现场执行。

2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制跟最终效果。

3、严格按照公司跟营销部所规定的各项要求，开展本部门的工作，努力提高管理水平使市场部逐步成为执行型的团队。

4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

四、市场分析

1、竞争激烈

几年来，公司同仁辛勤而有效的市场运作，取得了丰富的市场经验，建立了较为完善的市场营销网络，为公司进一步开拓市场打下了坚实的基础。但由于同行业某些同类产品的成功的市场开发，使威科产品在市场竞争中变的前进艰难。

2、整合资源

我公司依托山西省农科院的专家优势跟山西农大的合作保障了我们强有力的技术支持，是一般小企业无法比拟的优势。公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及法律方面，集中了一大批优秀人才，为公司的发展跟市场的开拓提供了保证。

五、品牌推广

公司产品经过多年的市场运作，已具备了一定市场竞争优势，为了能够迅速有效的扩大我们产品的市场份额，并获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为了打造“新威科”的品牌形象，建议我们公司的所有系列产品统一使用该品牌。不同类型的系列产品采用不同的包装策略。（特殊市场除外）

2、产品定位

根据目前市场现状，随着产品的更新换代、新系列产品的推出跟销售区域的情况变化，为提高与同类产品的竞争优势，扩大市场份额，在保证利润的同时，建议逐步调整产品价格，采用中、低价格策略，增加产品竞争力。

3、网络建设

销售渠道是企业的无形资产，多年的市场运作、网络的初步形成，网络建设仍将作为公司未来发展的重点工作，努力加强乡镇网络的建设，积极发展新的`经销商，使销售网络更趋稳定。进一步开发重点养殖区的经销商跟大型养殖户，扩大市场范围。

4、市场推广

a. 积极利用公司各种有价值的资料，如“新威科技讯”“山西饲料”企业网站等宣传企业。

b. 在全国性的专业报刊、杂志或电视媒体上刊登广告跟文章，扩大产品知名度。

c. 积极参加全国性大型行业会议及与各地经销商联合举办多种形式的技术讲座、用户座谈、产品推广等会议，宣传展示公司与产品。

d. 利用多种形式与经销商开展促销活动，促进产品销量。

e. 在一些养殖重点地区配合经销商做一些墙体广告。

f. 定期举办不同程度的有奖销售活动，提高产品的销售量，形式可多种多样。

g. 制作广告衫跟pOp张贴广告广泛张贴宣传公司的产品，扩大品牌影响。

h. 夏季在养殖小区进行电影循环播放，宣传公司文化。

六、工作进度

第一季度：

1、确定本年度的广告宣传策略。

2、结合市场情况制定出活动计划。

3、抓好市场信息跟客户档案建设。

- 4、策划好经销商年会。
- 5、完成墙体广告的设计计划。
- 6、策划推出春节有奖销售活动。

第二季度：

- 1、策划推出二季度促销活动。
- 2、配合分公司推出市场活动。
- 3、参加全国性的行业展会一次。
- 4、配合各分公司做好驻点营销工作。
- 5、利用“新威科技讯”跟“山西饲料”媒体宣传夏季深入养殖小区放电影的事件。

- 6、夏季文化衫的设计制作。

第三季度：

- 1、夏季电影宣传工作计划安排落实。
- 2、文化衫的发放。
- 3、制作p0p张贴广告广泛宣传配合电影放映。
- 4、策划开展旺季上量产品的促销推广。

第四季度：

- 1、两节促销的落实开展。
- 2、挂历、年历的制作与发放。
- 3、跟踪各分公司跟经销商年度目标的完成情况。
- 4、完成目标市场墙体广告的100%投放。
- 5、做好全年工作的总结。

七、资源配置

- 1、配备车辆一部，音响、话筒、功放一套、数码相机一台。
- 2、需要把市场活动经费由市场部统筹安排。
- 3、各分公司的促销、新品推广、大型市场活动要报营销总监批准后由市场部

统一协调开展。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇6

证券客户经理工作不是一朝一夕的事，是一项长期的工作，需要足够的耐心，平时细心的工作，能够坦诚地与客户交流。为了20xx年能够有目标、有目的、有成效的工作，取得更好的成绩，特制定计划如下：

一、带着一颗“爱心”去工作

1、带着一颗“爱心”去工作。保持良好的礼节礼貌，要从服务他人的角度出发，让客户觉得你是真心地关心他，缩短经纪人与客户之间的距离，对客户思想形成正确方案的引导。

2、做好宣传，严格执行公司的服务规范，做好来电咨询和新客户的预约开户工作。定期联络客户做好客户的维护工作。

3、做好沟通汇报，工作无小事，对重要事项做好记录并传达给公司相关负责人员，做到不遗漏、不延误。

二、自身素质方面在认真工作的同时，我也会努力提高自己的自身素质

不断提升职业道德，掌握证券从业规律，拓展证券知识，提高自己的证券业务水平。

1、多学习、学习先进的证券业务理论，学习公司同事的宝贵经验，学习专业知识。

2、多琢磨、以便构建良好的客户关系。证券经纪人只有与客户之间相处得融洽，相处得愉快，才能更好更深入的完成任务！

3、多反思、多总结。自我反思是提高业务素质的基本途径。对于自己证券从业工作中的成功或失败，要及时总结，不断为自己今后的工作积累经验。从而不断进步，自己超越自己。在以后的日子中。我将勇于进取，不断创新，努力完成公司分配的工作和任务，争取取得更大的进步！望公司领导和同事多多帮忙和指正。我认为最重要的一点就是激励制度：那同样是家族企业，同样是“给自己干”的制度，为何有的干得好，有的干得差？认为，家族企业的制度主要包括两个方面，一个是激励制度，它体现财富的分配规则，在经济学里，就是“为谁干”的问题。激励制度做得好，人们就愿意努力干。二是管理制度，主要解决“生产什么”和“怎

么生产”的问题，体现财富生产的效率规则。激励制度的核心是调动人的积极性，管理制度的核心是使激励制度调动起的干劲科学化、高效率。

没有合理的激励制度，再好的管理制度也没有意义，但仅有好的激励制度，管理制度不科学，企业也很难成功。激励制度鼓励人们努力工作，激发人们心中向善的东西，主要是为大好人制定的，它使大好人工作更努力、更有创造性和自主性。而管理制度则是假设人都是自私的，从管理“坏人”的角度入手，它使坏人干不了坏事，被迫不断去干好事，长此以往把坏人变成大好人。在管住坏人的同时，也使大好人不至于在利益的诱惑下去干坏事，成为更好的人。因此，激励制度增加了大好人，管理制度减少了坏人。如果都像上面所说的，我相信没有干不好的工作。没有完不成的任务。

我刚加入到这个团队，在本人在此团队的一段时间以来，受到领导和各位前辈多方面的关心和照顾，在工作上更是得到了大家无微不至的指导，为我指出工作中的不足，毫无保留的帮助我快速的胜任岗位。来到这个大家庭中，我感受到的是每个人积极向上的蓬勃的精神面貌和斗志昂扬的工作作风。同时，他们对待工作认真、细致、一丝不苟的刻苦精神也无时无刻不感染着我，熏陶着我，都在齐心协力的努力做好自身的本职工作。我对自身在工作中的要求也在不断提高，因为一言一行都代表着本行的形象，工作中不得有一丝的马虎和放松。因此就迫使我自己不断的提醒自己要在工作中认真认真再认真，严格按照行里制定的各项规章制度来进行实际操作。在工作中，同事们用以往的工作经验来帮助我，没当我遇到了难以解决的问题，老同志都会细心的给我予以解答。

客户部是负责要深入实际，调查研究，注意监测我行支出运行情况，及时反映资金在使用中出现的新情况、新问题、为支出决策提出建议和意见。

一是严格规范理财产品的销售渠道，实行一对一的客户营销推介方式，认真做好客户风险评估，充分提示产品风险。

二是加强理财客户经理队伍建设，在加强业务培训不断提升业务素质质的同时，加强职业操守、服务品质方面的教育及监督，切实防范道德风险。

三是严格规范业务操作流程，严禁发生代客户理财等行为。

四是严格遵守为客户保密原则，强调严格执行上级行有关客户信息风险防范的规章制度，如发生客户信息泄露等现象，严厉追究相关人员责任。

五是严密关注高端客户交易情况，了解客户财富来源，积极履行反洗钱职责。

六是加强高端客户理财知识及投资理念培训，引导客户科学理财投资。高端客户的高端业务，以其巨大的保费数字与业务规模成为保险公司重要的利润源与风险点。高端客户的主要风险是：心理压力，亚健康群体多，健康风险不容忽视；生活方式变化大，不确定因素多，意外风险较高；对服务的高要求与公司现有的水平存在差距；财务资料的索取困难；法制不健全，相关部门欠配合，缺乏对高端客户的信用评定机构；缺乏高端客户风险分析的经验数据；来自销售部门与决策层的压力。为此，必须严格高端客户的核保工作；强化风险意识与责任意识；提升服务的品质与服务的附加值。今后发展方向：

1、要严守资本充足率底线，保持资本充足率在当前水平上的稳定，确保资本构成的质量。

2. 要进一步完善风险管理；

3. 要加强授信业务的客户管理，加强客户的准入筛选、贷后的早期预警和信贷组合分析；

4. 要坚持风险定价原则，牢固树立风险定价的意识，不断培养和提高风险定价的能力；做好流动性管理，不断提高流动性风险监测的敏感性和应对措施的有效性；

5. 对于不符合政策规定、市场准入标准、达不到国家环评和排放要求的项目，严格限制任何形式的新增授信；

6. 要控制房地产贷款风险，严格执行“二套房”标准，严格按照规定执行住房按揭贷款首付款比例和贷款利率，对投资性住房要坚持首付高成数、利率严格风险定价和资信严格审查的原则，采取切实有效措施防范“假按揭”“假首付”现象的发生。

此外我要严格遵守各项规章制度，和同事搞好团结，和平相处。建立共同的目标，融项目目标与个人目标于一体的，有了这样一个目标，才能产生和增强团队的凝聚力。只有大家在思想意识上高度统一没有分歧，才能确保项目的措施从上之下

具体贯彻落实，保证项目内部个体力量与目标方向相同，避免“内耗”现象，大大提高生产效率在工作之余，多参考相关资料，多想有经验的同时讨教，提高自身的业务素质水平和积极性，端正态度，努力、扎实、本分的做好自己份内的各项工作，争取再上一个新的台阶！

客户经理个人下半年工作计划2024 篇7

新年伊始，我们心里所想的却是今后的路到底该如何走。新的一年，新的机遇、新的挑战摆在我们面前。共同的责任，共同的期待，共同的使命，翻开新的日历，许下新的愿望，作出新的计划。现将工作计划展开如下：

20__年，强化执行将是业务转型的主旋律。做为客户经理我们一定要强化客户导向，树立品牌意识，全方位为用户提供网络平台、应用开发、系统集成的服务；加大新业务的推广。用转型业务，拉动全年区域内预算任务，完成公司领导下发的各项硬性指标任务。在客户经理的奖金考核办法上结合公司考核指标，做到能者多劳，杜绝“大锅饭”现象；加大绩效考核，让每位客户经理都有责任感、使命感。

客户经理工作应有条不紊地开展，既是客户关系管理的重点，也是网络建设发展的需要，更是客户经理提高综合素质，实现既定客户经理计划、目标的重要途径。因此，如何有客户经理计划地开展经营工作是当前每个客户经理、也是网络建设中的一个重要课题，结合商品营销知识的学习，本人认为应该侧重从指标分解，细化市场着手开展有客户经理计划地工作。

当前开展的客户经理计划工作制，就是围绕经营销售有客户经理计划地开展工作，其中心就是目标细化，制定销售任务的分解客户经理计划。作为客户经理，首先应在每月的月末、月初认真回顾本月的经营销售业绩，找出成功的经验、失败的因素，特别是在主观上查找原因，进行客观分析，予以总结、归纳。并在下月的客户经理计划工作中，予以改进，运用营销观念，克服消极因素，发扬积极的、正确的因素，扬长避短，不断促进经营工作走向新局面；其次，对于市场的变化，要密切注意动向，从中观的角度看待市场季节变化、环境影响、消费需求。从微观的角度掌握顾客消费心理、消费结构和消费水平的变化，注意全面把握；最后，应该从公司可供货源、品种与市场需求结合看待市场的满足状况与存在的需求，包括潜在的需求，积极予以发掘、引导。

20__年，需要我们每一个人全方位、多层次促进销售，从而将每月工作目标、销售客户经理计划分解与市场状况、实际经营有效结合起来，促进工作的合理开展、落实。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇8

(1)完善的工作计划。井然有序的工作计划是工作能够顺利进行的第一步，在每个工作日结束时应做好次日工作的充分准备。比如：提前询问自己的搭档，了解彼此计划，合理安排宣传调查路线；有调查计划时应通知客户何时何地，需要准备材料使调查快速有效完成；有走访计划时应提前通知关键人，并准备好礼品。

(2)高效的工作效率。每天给自己制定一个简单的日程表。比如：中午约见客户签合同放款，上下午做好宣传、贷后检查、逾期催收工作，晚上做调查报告、系统录入、档案整理工作。在工作上坚持今日事今日毕，今天能调查的绝不拖到明天，能多宣传一户绝不少走访一家。

(3)踏实的工作态度。踏实的工作态度不但是对单位的负责也是对自身和家庭的负责。在工作中要摒弃“为领导工作”的想法，从租客心态转变为业主心态，从要我工作到我要工作，只有保持踏实的工作态度，才能真正享受工作的过程，实现个人和单位的双赢！

(4)前后台密切配合。在任何工作中缺乏团队精神必将影响整个单位的业务发展，目前在我单位存在“各扫门前雪”现象。存在这种现象我认为有两个原因一是员工心态，二是管理决策。比如：在放款过程中，审批效率低下，不能有效发挥各岗位的作用。我认为在保证审贷分离的状态下，各岗位应各司其职，环环相扣。在用人上要人尽其才，才尽其用，这样才能使工作流程高效运行。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇9

对于我们这样一个不断发展壮大、人员不断增加的公司来说，冯总让我们写这个计划显得尤为迫切，有了工作计划，我们不需要在等上级主管的吩咐，工作效率自然就提高了。

上个月刚接触到这个行业，在客户的问题上还会走不少弯路，那是因为我对这

个行业还不太熟悉。但我相信我有这个能力学好、做好。

第一：对自己要有严格的要求

1. 自信是非常重要的，要经常对自己说自己是最好的，不要给自己乱贴标签，拥有健康、乐观积极的工作态度。

2. 和公司的同事要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨。

3. 每周要增加新客户，还要有潜在客户。

4. 要不断加强学习、多看书、上网查阅相关资料，与同行、同事多交流，向他们学习更好的。

5. 对所有的'客户工作态度都要一样，但也不能低三下四，给客户好印象，为公司树立更好的形象。

6. 客户遇到问题时，不能置之不理，一定要尽全力帮助他们解决，要先做人在做生意，让客户相信我们的工作能力。

7. 冯总下的销售任务要尽量完成，为公司创造利润。

第二：对于固定客户，要经常保持联系，稳定好客户关系。

第三：在拥有固定客户的同时，还要不断从各种媒体获得潜在的客户信息。

第四：在工作计划执行过程中，做为营业部经理要经常跟踪检查执行情况和进度。发现问题

时，就地解决并继续前进，应为中层干部既是管理人员，同时也还是执行人员。

最后我要感谢冯总给我这个平台和机会，让我学习并学以致用，为公司做出最大贡献。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇10

夯实基础，营销服务和运营支撑能力稳步提升，集团产品和行业信息化推进初具规模增长平稳，集团客户稳定效应和整体贡献显著提升。目标市场保有率和信息化收入超时间进度，截止9月30日，已经达到363万，完成全年指标96.8%。集团客户规模保持平稳增长，对稳定大众市场发挥了积极作用。信息化收入对公司运营收入增长贡献呈现上升趋势。

一、开展短号增员专项竞赛或活动

执行首席客户经理制度，建立系统集团分层分级预警机制按照市公司指导意见部署开展《新兴分公司中小集团“深耕计划”专项行动》。

首席客户经理工作机制成效显著，纵向一体化的关系营销得到加强执行首席客户经理制，公司领导分工负责142家ab类集团，尝试和探索首席客户经理协同工作机制。实施百团大战半个月以来已有5家重要客户达成战略合作共识。

XX年，公司领导分别与县委、县政府、信产局、教育局、卫生局、温氏集团、凌丰集团、南方电网、等集团领导会晤，巩固深化了中国移动与重要集团客户的关系，有效推动了双方集团层面的深入合作。

二、保拓校讯通

以“家校互动”为基础应用，快速提高校讯通业务覆盖率。截至9月底，已覆盖12所学校，县城中小学覆盖率100%，使用用户1.37万。

三、营销型服务实现转型

竞争对手以集团客户为渠道，渗透集团成员、个人及家庭客户19189新增移动用户超过70%的新189客户仍保留使用原来的号码；

客户选择189的原因主要集中在“单位统一办理”、“组合优惠”，反映出189的策略是“主攻异网，捆绑营销、集团切入”。竞争对手发挥人脉优势、客户经理优势，通过“降低资费、赠送终端、话费补贴、合帐营销”等交叉捆绑手段，从集团市场切入个人及家庭客户市场！

竞争对手以集团客户为对象，通过签署协议、高层公关、人员派驻、组建虚拟网、行业应用捆绑等手段，正面争夺我公司政府、大型在网集团客户。XX年，虽然纳入kpi考核的拍照集团客户保有率指标远超时间进度，但已开始出现集团成员话务量分流、拍照工作计划网。集团成员arpu总体下滑的趋势。集团客户目标市场保有率99.29%，高于kpi指标，c类等中小集团成员离网率虽然低于大众市场。中小集团处于无人或少人看管的管理真空状态。c类集团易受过竞争对手的攻击，而遭受进攻的c类集团转网意向高达59%。资费优惠是引发中小企业转网的原因。中小集团已成为竞争对手关注和争夺的重点，竞争形势日趋严峻，新兴分公司将进一步加大中

小集团”深耕工程”的力度,进一步保有中小集团

四、未来三年集团客户

认真贯彻市、县公司指导意见,牢牢把握公司发展目标,加快td和全业务产品在集团推广,大力拓展行业信息化蓝海市场,创新组合营销模式,加大动力100产品包的宣传推广,增强信息化产品营销和客户维系能力,强化重要ab类集团和中小集团客户的保有拓展工作认识贯彻市、县精神,牢牢把握公司发展目标

客户经理个人下半年工作计划2024 篇11

随着金融业之间的竞争加剧,客户对银行的服务要求越来越高,不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上,除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款、bsp航空代理等代理结算外,更要做好相应收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种,提高我行的竞争能力。以下是我下半年的工作计划。

一、以客户为中心,做好结算服务工作

客户是我们的生存之源,作为营业部又是对外的窗口,服务的好坏直接影响到我行的信誉。

1、我行一直提倡的“首问责任制”、“满时点服务”、“站立服务”、“三声服务”我们将继续执行,并做到每个员工能耐心对待每个顾客,让客户满意。

2、主动加强与个人业务的联系,参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统,但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合,是我营业部工作的一个欠缺。

3、以银行为课堂,下半年我们将举办更多的银行结算办法讲座,增加人们的金融知识,让客户多了解银行,贴近银行从而融入到我行业务中。

4、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作,并向优质客户推广使用网上银行业务。

二、强内控制度管理,防范风险,保证工作质量

随着近年来金融犯罪案件的增多,促使我们对操作的规范、制度的执行有了更高的要求。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换,然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分,一岗一卡,一人一卡,增强制度执行的刚性,提高约束力。

2、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防,着重加强帐户管理和上门服务。进一步加强会计出纳制度,严格会计出纳制度的执行与检查,规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。重点推行支付密码器的出售工作,保证银企结算资金的安全,进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

3、规范业务操作流程,强化总会计日常检查制度以及及时发现隐患,减少差错杜绝结算事故。切实履行对分理处的业务指导与检查。做好会计核算质量的定期考核工作。

三、以人为本,提高员工的全面素质

员工的素质如何是银行能否发展的根本,在目前人员流动频繁的情况下我营业部急需需要有一支高素质的队伍。

1、把好进人用人关。银行业听着很美,其实充满竞争和风险,所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工潜能来确定适合的岗位,从而提高员工的积极性。

2、加强业务培训,这也是下半年最紧迫的,现已将培训计划上报人事部门,准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。

3、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵,除了参加下半年的技术比武更为了提高员工的业务水平。勤做员工的思想工作,关心鼓励员工,强化员工的心理素质。有计划、有目的地进行岗位轮换,培养每一个员工从单一的操作向混合多能转变。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇12

全年重点工作:

1、一年进行四次以上业务综合能力的培训。实施理论学习和现场实操来提升全员业务技能。

- 2、加大超市人才的培养和储备力度，为公司超市发展储备好可持续战略。
- 3、服务体系不断完善，在一线员工中全面推行“亲情式服务”。
- 4、组织全员对“商贸.真的便利精细化管理体系书”的学习及应用。
- 5、科学分析，力求突破，全面推行加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。
- 6、巩固好现有市场稳步发展，开发好新市场，抓机遇、找资源，想方设法，积极寻找门店新资源。为公司20xx年及今后的可持续发展储备资源，奠定基础。
- 7、xx地区及外地地区采供规范化运行，降低采供成本，提高采供利润。
- 8、建立超市网站，定期更新维护网页信息，提高“真的便利”品牌影响力。
- 9、注重安全（食品、消防、人员），做到安全零事故。
- 10、配合公司政策做好各项工作。

1月份：

- 1、各区域、门店做20xx年度工作的总结和20xx年度的工作计划。
- 2、春节前走访甲方领导。
- 3、召开各区域及超市店长、店长助理假前工作安排会议。
- 4、春节期间不放假单位门店需做好春节前备货工作，放假单位门店须做好商品库存管理及清退工作。
- 5、做好门店春节假期工作安排。
- 6、超市网站的建立及使用、维护工作。

2月份：

- 1、组织开展干部储备招聘工作，确保超市运营部储备干部人选。
- 2、协调各店面员工的招聘工作。
- 3、超市储备干部的招聘。
- 4、组织各区域分店对“商贸.真的便利精细化管理体系书”的学习。
- 5、对新招聘储备干部人员的一期培训。

3月份：

- 1、三八妇女节活动促销活动的安排。
- 2、根据超市实际情况，对各区域“示范样板店”工作的确定。
- 3、针对甘宁地区供应商资源的整合。
- 4、协助季度联合大检查工作。
- 5、超市运营部二期培训会议。

4月份：

- 1、市场开发的推进。
- 2、各店针对当地市场调研分析，并对本店的价格带合理调整。
- 3、对外地区供应商的调研。
- 4、5.1前期不放假店面需做好促销计划和备货工作。
- 5、超市三期服务质量提升视频会议培训会。
- 6、20xx年5月8日公司10周年庆典，以感恩、回馈为主题各店做好促销活动工作。

5月份：

- 1、不放假单位的店面做好5.1黄金周的促销工作。
- 2、20xx年5月8日公司10周年庆典，以感恩、回馈为主题各店做好促销活动工作。
- 3、超市运营部开展“季节性商品特陈”主题。各店面需提前计划做好商品筛选、陈列方式、陈列位置、促销方法等。
- 4、对新进管理干部组织系统操作及维护知识培训。
- 5、对“商贸.真的便利精细化管理体系书”的学习及应用结果的考核。

6月份：

- 1、社会和工厂企业店需做好6月1日儿童节期间文具、玩具等促销工作。
- 2、各门店根据实际经营情况需做好6月2日端午节活动的准备。
- 3、准备市场开发及公关工作。
- 4、协助季度联合大检查工作。
- 5、开展超市运营部专场竞聘会。（根据超市实现情况调整时间）
- 6、超市四期员工培训。

7月份：

- 1、暑期季节性商品的主题陈列及促销。
- 2、市场开发及筹备工作计划。
- 3、储备人员招聘工作。
- 4、校园超市假期工作安排。
- 5、组织召开超市上半年销售分析会议。

8月份：

- 1、暑期筹备人员的招聘工作。
- 2、对暑期筹备组工作的跟进。
- 3、超市五期员工培训工作。

9月份：

- 1、9月8日超市中秋活动安排。
- 2、9月10日教师节校园超市活动的安排。
- 3、节前走访甲方领导。
- 4、假期新市场筹备超市运营工作的完善。
- 5、协助联合大检查工作。

10月份：

- 1、各店做好10月1日黄金周期间销售促销活动。
- 2、做好学校超市假期工作安排。
- 3、做好季节性商品筛选。
- 4、超市第六期管理干部培训工作。

11月份：

- 1、开展超市知识、陈列竞赛活动。
- 2、做年度1-10月经营分析。
- 3、做好店面、员工宿舍冬季取暖工作落实。
- 4、组织店长、区域经理培训系统维护知识。

12月份：

- 1、各分店及区域负责人准备年终总结工作。
- 2、事业部安排召开超市年度工作总结大会。
- 3、对店面系统检修，维护，确保全年系统数据安全。
- 4、开展超市运营部管理干部测评工作。
- 5、做好年底人员安排及安全工作。

客户经理个人下半年工作计划2024 篇13

20xx年，对于身处改革浪潮中心的银行员工来说有许多值得回味的东西，尤其是工作在客户经理岗位上的同志，感触就更大了，

银行客户经理工作计划。年初的竞聘上岗，用自己的话说“这是工作多年来，第一次这样正式的走上讲台，来争取一份工作”，而且，出乎预料差点落眩竞争让我一开始就感到了压力，也就是从那时候起，我在心里和自己较上了劲，一定要勤奋努力，不辱使命，他是这样想的，也是这样做的。一年来，我在工作中紧跟支行领导班子的步伐，围绕支行工作重点，出色的完成了各项工作任务，用智慧和汗水，用行动和效果体现出了爱岗敬业，无私奉献的精神。

截至现在，我完成新增存款任务2415万元，完成计划的 241.5%，办理承兑汇票贴现3笔，金额460万元，完成中间业务收入1万元，完成个人揽储61万元，同时也较好的完成了基金销售、信用卡、贷记卡营销等工作，完成供电公司建行网上银行系统推行上线工作，协助分行完成电费实时代收代扣系统的研发和推广。

客户在第一，存款是中心。我在工作中始终树立客户第一思想，把客户的事情当成自己的事来办，急客户之所急，想客户之所想，在工作方法上，始终做到“三勤”，勤动脑、勤动手、勤动脑，以赢得客户对我行业务的支持。我在工作中能够做一个有心人，他从某公司财务人员一句不太起眼的话语当中捕捉到了信息，及时反馈并跟踪，最终使近2700万元资金年初到帐，实现了“开门红”，为全行的增存工作打下了良好的基矗。

在服务客户的过程中，我用心细致，把兄弟情、朋友意注入工作中，使简单枯燥的服务工作变得丰富而多采，真正体现了客户第一的观念。当客户在过生日时收到他送来的鲜花，一定会在惊喜中留下感动；如果客户在烦恼时收到他发来的短信

趣言，也一定会暂时把不快抛到脑后，而抱以一丝谢意；而当客户不幸躺在病床，更会看到他忙前忙后，楼上楼下奔跑的身影……虽说事情都很平常、也很简单，但向陈刚那样细致的人却不多，

“客户的需求就是我的工作”

我在银行从事信贷、存款工作十几个春秋，具备了较全面的独立工作能力，随着银行改革的需要，我的工作能力和

综合素质得到了较大幅度的提高，业务水平和专业技能也随着建行各阶段的改革得到了更新和进步。为了不辱使命，完成上级下达的各项工作任务，我作为分管多个重点客户的客户经理，面对同业竞争不断加剧的困难局面，在支行领导和部门同事的帮助下，大胆开拓思想，树立客户第一的思想，征对不同客户，采取不同的工作方式，努力为客户提供最优质的金融服务，用他自己对工作的理解就是“客户的需求就是我的工作”。

开拓思路，勇于创新，创造性的开展工作。

随着我国经济体制改革的深化和金融体制的改革，客户选择银行的趋势已经形成，同业竞争日激烈，在业务开展上，我中有你，你中有我，在竞争中求生存，求发展，如何服务好重点客户对我行的业务发展起着举足轻重的作用。

我认为作为一个好的客户经理，时时刻刻地注重研究市场，注意市场动态，研究市场就是分析营销环境，在把握客观环境的前提下，研究客户，通过对客户的研究从而达到了解客户资金运作规律，力争将客户的下游资金跟踪到我行，实现资金从源头开始的“垄断控制”，实现资金的体内循环，巩固我行资金实力。今年在他分管的某客户中，资金流量较大，为使其资金做到体内循环，他从点滴做起，以优质的服务赢得该单位的任信任，逐步摸清该单位的下游单位，通过多次上门联系，使得该单位下拨的基建款都在我行开立帐户。另外今年七月份在市政府要求国库集中收付预算单位账户和资金划转商业银行情况下，他积极的上门联系，成功留住某客户在我行的开户。

通过此次会议精神的学习，我看到了老信贷员优良的工作作风，同时我也发现了自己存在的不足。作为新员工不但向他们学习过硬的专业技能，还要学习他们吃苦耐劳的优秀品质。在会议中老同志讲述了他们丰富的信贷工作经历，他们走过的路对我就是一本教科书，而我需要做的就是努力学习他们工作经验、专业技能、营销策略为今后的工作奠定基础！针对周行长在会议中提出的五个问题，下面我也提出自己简单的看法和意见。

一、如何落实好每天的工作

(1)、完善的工作计划。

井然有序的工作计划是工作能够顺利进行的第一步，在每个工作日结束时应做好次日工作的充分准备。比如：提前询问自己的搭档，了解彼此计划，合理安排宣传调查路线；有调查计划时应通知客户何时何地，需要准备材料使调查快速有效完成；有走访计划时应提前通知关键人，并准备好礼品。

(2)、高效的工作效率。

每天给自己制定一个简单的日程表。比如：中午约见客户签合同放款，上下午做好宣传、贷后检查、逾期催收工作，晚上做调查报告、系统录入、档案整理工作。在工作上坚持今日事今日毕，今天能调查的绝不拖到明天，能多宣传一户绝不少走访一家。

(3)、踏实的工作态度。

踏实的工作态度不但是对单位的负责也是对自身和家庭的负责。在工作中要摒弃“为领导工作”的想法，从租客心态转变为业主心态，从要我工作到我要工作，只有保持踏实的工作态度，才能真正享受工作的过程，实现个人和单位的双赢！

(4)、前后台密切配合。

在任何工作中缺乏团队精神必将影响整个单位的业务发展，目前在我单位存在“各扫门前雪”现象。存在这种现象我认为有两个原因一是员工心态，二是管理决策。比如：在放款过程中，审批效率低下，不能有效发挥各岗位的作用。我认为在保证审贷分离的状态下，各岗位应各司其职，环环相扣。在用人上要人尽其才，才尽其用，这样才能使工作流程高效运行。

二、如何利用好数据库

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/625012121121012014>