

银行零售业务部经理个人述职报告优秀 5 篇

银行零售业务部经理个人述职报告精选篇 1

尊敬的领导：

您好！ 20__年，支行公司业务部在行领导下，预计实现了全年公司收入 700 万元，仅此一年，市行为更好地服务于客户，新增了票据贴现和国际业务，在产品种类上加强了与客户的合作。

虽然我部成立时间不到半年，但作为支行的重点部门，在工作上听从支行领导的安排，在业务上配合各网点的工作有序开展。20__年业务发展良好，均完成市行下达的各项任务指标，截至 12 月 26 日公司余额达 35049 万元，比 20__年增长 111.3%，票据累计完成 10530 万元，预计实现收入 568 万元，国际业务新增开户 5 户。

20__年，全行工作以“管理为重点，效益为中心，服务为宗旨”的工作方针，开拓进取，搞活经营，完成了各项工作任务。我是区支行公司业务部经理，分管各网点的公司储蓄工作、以及各种公司产品的推广工作。在过去的半年中，我的每一项工作任务能够顺利地完 成，都离不开在座各位领导和同事的支持、配合和信任，为了更好的接受大家的帮助和监督，在这里，我把一年来的工作成绩以及存在问题，向大家汇报：

一、业务发展情况

（一）推广业务

我们业务部门为了加强与客户的沟通，使客户了解我行的行情，推出的新产品，我部的工作人员不怕苦不怕累，有时为了让客户了解我行的新产品，常常等客户一等就是一两个小时；有时为了等客户有足够的时间，我部的工作人员利用自己的休息时间来工作，却从没有提过加班；有时为了给客户送宣传资料，常常是不辞辛苦，挤公交或是步行，按时把资料送到。碰到有素质的客户还好，如果碰到客户有不顺心的事，把我们拒之门外也是常有的事。即使在做业务时，会碰到各种各样的困难，但我们从不觉得委屈，因为当看到客户对我们支行赞誉有嘉的时候，我们觉得虽苦犹甜。

（二）工作理念

因为我部的工作是客户经理专职一对一服务，因此在工作中把以“客户为中心”的理念贯穿于工作的始终。“基础牢固，稳如泰山；基础不牢，地动山摇”。客户给我们创造了市场，客户给我们创造了价值，客户就是我们的效益和业务发展之源。我部每个岗位的员工都能严格要求自己，严格规范、严格标准、严格执行规章制度，在业务的操作中对风险能有效遏制。在过去的半年里，在全体员工中大力倡导、深入宣传价值最大化、资本约束、全面风险管理、风险与收益平衡、内控优先等先进理念，让全体

工作人员了解了资产质量与经济增加值、与薪酬分配的关系，自觉转变观念，将自身工作作为第一道防线纳入到风险控制体系中，形成规范操作，防范风险的良好氛围，真正把为前台、为基层、为客户服务当作提升风险与回报管理水平的出发点和归宿，有效提高我行的风险管理和内控政策、法规、制度的执行和落实，全面加强了风险管理和内控建设。

更新服务意识。银行的业务基础是市场，没有市场就没有银行，没有优质市场和优质客户就没有银行的业务发展，加强市场营销是目前提高我行核心竞争能力的当务之急。我们服务意识与以前很大程度有所转变。当前市场竞争激烈，我们突破了原有局限，创造个性化服务，以全面优质的服务吸引客户，通过有效的市场营销促进了我部业务的发展。特别是准客户定位，牢固树立了优质为客户服务的意识，因为 20%的优质客户将会给我们带来 80%的经营利润。

（三）构建金融合规制度体系

我行在 20__ 年新增了新增了票据贴现和国际业务，为我们构建金融合规制度体系，提供了丰富的内容，为此，在过去的半年时间里，我部依据我行的产品特点，建立了相应的体系。

建立健全各项制度。对无章可循或虽有规章但已不适应当前业务发展情况的制度，及时制订。

认真执行各项制度。柜员从己做起，正确办理每一笔业务，认真审核每张票据，监督授权业务的合法合规，严格执行检查，落实检查要求。网点负责人按照要求和频次加强现场和非现场的监控，定期和不定期地进行稽查检查。

触犯制度严惩不怠。在我部员工中灌输制度的重要性，对有章不循的员工，其调离原岗位，并严肃处理。推行管理问责制，建立对违规违纪事项的举报制度，做到约束和激励并举。

（四）公关工作为支行赢得信誉

公司业务是邮储银行的业务之一，问世一年来，已经被客户所了解，具体的工作就是要求客户经理走出去，深入市场，积极宣传，主动营销。在对外营销中，我对各支行的属地市场进行分片走访，与客户逐一沟通，宣传业务，了解客户的业务需求。同时，给自己制定了一个走访客户工作表。将每天走访客户时收集到的信息进行梳理和研究，并利用休息时间对访过的客户再进行电话沟通。这样客户印象深刻，有利于以后接触。

通过走访，由于其他商业银行公司业务开办较早，有一定的余额规模，这些商业银行对一部分余额在百十万元的公司客户疏于维护，将他们归为低端客户，而这部分客户对于新开办的公司业务邮储银行来说却是绝对的大客户。因此，我把公司业务的客户首先定位于这部分客户。良好的客户资源是银行发展的前提

和基础，以客户为中心开展经营活动是现代商业银行生存发展的基本法则。我把走访的客户资料记录建档，常与客户沟通交流，了解了客户资金运作的规律及所思所想，我在工作中及时地调整营销策略，从中捕捉商机。我还注意收集属地各家商业银行与客户业务往来情况，统计各类客户在邮储占比情况。

逢年过节和客户过生日时，我都会通过邮政礼仪送上生日蛋糕和鲜花，还会在第一时间通过电话或发短信的方式送上最真诚的祝福。每当邮储银行开办新业务时，我也会告知客户，交流与沟通，最终赢得了客户的信赖。

在近半年的公关工作中，我部工作人员用自己的努力和诚恳已经发展了部分的潜在客户，最重要的是我们通过自己的坚持和诚信，已经获得了了 N 家企业的认可，为支行增加储蓄万元，为公司业务的发展赢得大客户的信赖。

二、业务发展亮点

（一）票据贴现

对于我行新增的票据贴现业务，我行已经办理项票据贴现业务，存款额达__万元。

（二）国际业务

我行新增的国际业务，为我行赢得了客户资源，国际业务开办以来，我行已经办理了项国际业务，来往帐达__万元，为我行

赢得了国际信誉。

此致

敬礼

述职人：__

20__年__月__日

银行零售业务部经理个人述职报告精选篇 2

尊敬的领导：

您好！

20__年在支行和营业部领导的正确领导下，在同志们的支持和帮助下，我正确处理好工作关系，积极为营业部的工作建言献策，并做好文明、优质服务工作，敢于坚持原则，大胆管理，认真执行支行的规章制度，有效地促进了工作的开展，较好地完成了肩负的各项工作任务。现将本人一年来的思想、工作、学习等方面的情况述职如下：

一、学习政治钻理论，提高水平强素质

用正确的政治理论武装自己的思想，提高自己的政治敏锐度，实事求是，光明磊落、坚持原则、尊重领导、团结同事；认真学习银行内部的各项规章制度和新的业务知识，积极参加业务培训和讲座，不断提高自己的业务工作能力；认真学习各级文件，吃透精神，掌握实质，提高自己的办事效果和对工作的督办能力。

二、认真履行岗位职责，努力完成各项工作任务

积极调整信贷投向政策，寻求适合_银行特点的信贷客户群。随着股改的推进，资产剥离后，我行信贷资产严重空心化的问题。加之我行整体实力与信用社相比，处于相对弱势，信贷产品单一，不能办理大额担保、信用证贷款业务等因素，在客观上制约了我行向大中型贷款客户提供信贷支持。面对金融同业机构的激烈竞争，以及我行贷款风险较为集中的问题，积极调整信贷投向，着手推行“限大抓小”的信贷投向政策，极力扩大信贷客户数量，相对控制单户贷款金额。

注意正确处理巩固老客户和拓展新客户的关系。一方面，我们重点稳固一批项目前景好、经营管理水平高的客户，积极扶持一批规模发展快、效益好、担保风险低的一般客户，适度筛选一批信誉良好、有市场优势的控制类客户，坚决淘汰一批信用差、风险高的客户。另一方面，我们主动出击，根据城区经济的发展特点和产业政策，只要客户项目有效益、有前景，都将预见性介入，确保信贷投入不滞后于县域经济发展的步伐，为县域经济的发展提供了积极、有效的金融支持。

三、盘活不良资产，打好清收攻坚战

入行以来，我凭着对_银行的无限忠诚和对自己事业的执着热爱，特别在不良资产清收管理中，我怀着“行兴我荣，行衰我耻”

的职业责任感，克服夏季阴雨连绵、道路泥泞，冬季天寒地冻等不利因素影响，带领清收人员在清收盘活不良资产的小天地里，实践探索出了一条清收新路子，我即当指挥员又当战斗员，率领清收队员，抓机遇，强时机，深入乡镇、村组，采取各种措施抓清收。

四、抓机遇、促营销

一是随着_银行股改不断深化，新业务新产品不断出台，尤其在电子银行业务方面，该业务种类多，任务重，想尽一切办法，在全行各位同仁的大力支持和艰辛努力下，使各项银行产品均完成了上级下达的任务。二是自己在学中干，干中学，积极主动上门为亲戚朋友推介我行金融产品，使广大群众了解，并能够熟练掌握使用该产品；三是按照上级行服务“三农”要求，积极与县农保中心，洽谈代理农村保险资金，增进了友谊，既维护了老客户，有拓展了新资源。

五、存在不足

在过去的一年里，有喜也有忧，有苦也有乐，但我无悔、无憾、无愧。新的时期，新的机遇，新的挑战，还在等着我去拼搏、去努力。我非常感谢组织对我的信任和培养，更感谢同志们对我的支持，使我在工作中得到了锻炼和进步，我虽然尽心尽力做了不少工作，取得了一些成绩，但离上级的要求仍有一定的差距。

业务工作规范化管理力度还不够大，与其他同志有较大差距，跟不上新时期__银行改革和发展的需要；在严格执行规章制度上，力度不够；有时脾气急躁，在处理问题时工作方法需改进。

在今后的工作中，我将扬长避短，不断改进工作方法，提高自身能力，只要意志不减，心气不灭，无论什么工作都没有走不过的。“火焰山”，跨不过的“沟和坎”，同时希望各位领导和同仁多给我提出一些宝贵意见，指出工作中的缺点，我一定虚心接受，并同大家一道，尽力做好各项工作。

此致

敬礼

述职人：__

20__年__月__日

银行零售业务部经理个人述职报告精选篇 3

各位领导，各位同事：

根据述职工作要求，现将本人担任零售业务部主要负责人以来的工作情况报告如下，请予以批评指正：

按分行安排，我自接手主持零售业务部工作，这对我是一个挑战（无论是从工作经验上、工作精力上），但是很感谢分行党委和各位领导的关心、以及各位同事的支持，我走过来了。这里，非常感谢__过往四年打下的坚实基础，在坚持发扬过往零售部优

点的前提下，针对存在的尚可改进的地方、特别是在面临上半年开局工作不利，指标落后较多，渠道和发展基础支撑不足，服务功能未充分发挥等困难局面下，我坚决贯彻落实分行“强基础、抓创新、做特色、出效益”要求和各项工作部署，加快推进零售与小微企业服务功能的整合和小微金融转型，高度概括起来，在这短短的4个月时间内，我主要做好了五个事情：一是迅速调整优化零售部服务功能，2/3人手下沉服务基层单位，充分调动起全体人员的积极性、主动性，市场意识与服务能力有较好的改观；二是稳定了零售业务指标，并采取有效方法快速弥补上半年储蓄存款、理财新增、优质户数、中间收入等核心指标的序时缺口，取得更大幅度的提升；三是更强有力地贯彻分行业务导向，快速改善个贷业务结构，大力发展消费类金融、强有力地扭转个贷资产业务收益下滑趋势；四是解决了多项分行零售条线多年累积的难点、重点问题，包括线上结算的腾讯与腾邦“快捷系统”对接、线下结算渠道POS机拓展（前四年累积53台，今年四季度增加300余台）、二手楼赎楼贷款问题、分行首笔个人个性化定制理财产品开发与销售、深圳地区缺乏信用卡优惠合作商户（增加12家）等；五是更有力地协调、推动“小微+零售”的战略布署（人员、资源协调，互补互进融合），搭建起分行支持保障与支行营销维护“两个平台”、小微“五大平台”带动零售“四类型客户”的业

务模式，零售小微转型升级工作初见成效；六是品牌宣传方面亦取得了一定成果，主要体现在“少花钱、多办事”，实现华强北免费广告推广、取得莲花山公园营销宣传阵地、免费搭车“银联”在金博会参展宣传推广品牌，在9月份全国消费者金融服务月宣传活动中、获总行通报表扬为七家标兵单位中的首位、并获深圳银监局通报为标杆，为分行取得考核加分项，在11月28日深圳T3新航站楼启用之际、中标成为5家ATM入场银行之一，并首批安装入场，取得较好的宣传效应。

一、经营指标概况

全年指标列表

二、主要工作措施及成效

（一）优化服务功能，充分调动员工积极性、主动性，发挥出分行职能部门产品经理应有的作用。

1. 围绕转型升级“一个目标”，实施“小微金融”优化整合。实施小企业业务与零售业务的改革，制订《零售、小企业联动方案》，建立每日晨会、每周例会、公私联动工作机制、问题协调解决机制等制度，形成转型升级标准化工作模板，极大的释放了产能。自10月份全面推广转型以来，全行增加普通型客户2700户，消费型客户2000户，理财投资型客户3000户，理财投资型客户3000户，理财产品数量5.7亿，个人经营贷客户65户，企业高

管存款客户数 212 户。其中，涌现了车公庙支行一次签约新增 210 台 POS 机，科技园支行新增 13 个金翅膀科技金融项目，清湖支行批量新增 500 名代发薪用户等成功案例。

2. 打造分行服务平台与支行营销平台，支持保障与拓展维护能力大幅提高。在分行层面，构建与一线共同拓展业务的服务平台。在原部门人员岗位职能不变的基础上，将全部零售业务部人员分成 3 个与支行拓展业务紧密配合的营销前台（负债与财富管理+业务营销及渠道建设+个贷审批与服务），1 个综合管理与服务后台，使 2/3 的人员发挥营销支持作用，为支行合作平台量身设计产品，制定整体服务方案和支持营销；

在支行层面，整合营销队伍，强化营销。实行项目责任制，指定支行客户经理为项目责任人，明确项目目的和项目推进进程，加强对营销平台和零售客户的规划和跟踪，促进批量业务营销。

3. 实施“四类”零售客户分层，开展精准营销。通过从不同纬度将我行平台渠道客户细分为普通型客户、消费型客户、投资型客户、经营型客户，匹配对应的产品和营销措施，实现精准营销和批量营销。

（二）严格执行分行业务发展导向，强化产品结构、收益导向要求。

结合市场利率变化，优化产品结构。充分发挥有限的信贷资

源效能，重点支持低资本消耗、高定价的产品，全面推广“轻松购”消费贷款、卡易贷、及时贷、信用卡大额现金分期等特色产品。累计完成新发放“轻松购”消费贷款 4424.5 万元，“卡易贷”无担保贷款 1155.3 万元。并且根据房贷市场利率变化情况及时提高住房按揭贷款准入条件。

（三）强化发展基础，解决多年累积的难点、重点问题

1. 克服我行无 POS 收单系统的困难，尝试 POS 收单业务新模式。分行加强与第三方公司的合作，与 5 家第三方收单公司建设业务关系，直联收单商户 83 户，POS 装机超过 500 台。

2. 推动总行加快“快捷支付”系统建设。协助总行与腾讯旗下“财富通”公司建立快捷支付合作，主动开发与“腾付通”的快捷支付业务，拓展我行借、贷记卡的网上支付渠道，推动我行互联网金融业务发展。

3. 推动总行“移动终端”项目建设，并成功争取该项目在深圳分行试点，为分行拓展专业市场及代发工资客户提供了有力武器。

4. 制定卖方赎楼的贷款方案，能够产生贷款利息较高的个贷收益和无资本消耗、无利息的资金监管沉淀。

5. 做好 VIP 客户维护，做好特色化理财产品营销。完成首例龙岗支行单笔 5000 万的定制工作，开展“青少年高尔夫知识讲

座”、“青少年高尔夫训练营活动”等多场 **VIP** 客户主题沙龙。

6. 积极改善银行卡用卡环境，签约安琪月饼、中航健身会、皇庭 V 酒店、江诗丹顿等一批有较大影响力的企业。

（四）加强营销宣传的结合，勤俭节支做广告。

1. 注重结合社会公益开展营销活动。先后开展“金融知识进万家”、“消费者金融权益保护”、“三进营销”、“莲花山公园文化节”等活动 20 余场，获得总行服务标兵行等多项荣誉。

2. 敏锐捕捉品牌宣传热点，在深圳新航站楼投用当天能够铺入我行 **ATM**机，利用社会宣传产生较大的品牌效果和宣传效应。

3. 善于使用客户资源，免费投放华强北赛格广场 3 面大型 **LED** 广告屏 3 个月，大量节约费用支出。

三、存在的主要问题

在总结工作成绩的同时，我也清醒的认识到零售部工作还存在不少问题，业务持续健康发展还有很大的压力，体现在：

（一）基础建设尚为薄弱。

分行优质客户仅占到总数 4.4%，中高端客户群体偏少；营销中介渠道偏少，数量亟待提升；缺少自有 **POS**收单系统等系统支持，个人网银及微信银行全功能系统等尚需完善；具有营销经验和专业背景的理财经理、产品经理队伍尚在建设中等问题。

（二）业务结构不尽合理。

一是活期存款、结算存款等低成本负债占比不高，保证金存款占比较大，对传统业务的依存度还较高；二是个人贷款高度集中于住房按揭贷款占比 88.7%，个人消费贷款占比 11.3%，收益率偏低，收入结构不合理。

（三）品牌宣传营销还有待提高。

受限于费用配置数量和方式，整体营销支持的调节余地较小，缺乏系统性、系统性的营销组织和持续安排，另外，营销用品和宣传物料的品种、配置时效，与客户特别是中高端客户的需求有较大差距。

四、20__年工作思路

20__年，我部继续用改革创新的精神、思路、办法，科学把握转型升级要求，因时因势迅速求变，深刻理解发展零售业务对实现全行经营模式和增长方式转变的重要性，以利润收益为导向，坚定走中高端客户路线，大力发展电子银行业务，加快社区银行探索与建设，为全行发展做更大的贡献。

（一）提前布署“开门红”，广建营销渠道、锻造全年基础。

分一、二阶段开展 20__年“开门红”活动，一阶段主题“建渠道、打基础”、二阶段主题“出成效、见业绩”，目标完成储蓄存款新增 5.2 亿元，重点理财类金融资产新增 7.5 亿元，无抵押无担保消费信贷新增 0.6 亿元，信用卡分期付款交易额 1550 万

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/928104036127006132>