

# 2023年银行旺季营销工作总结美篇(汇总5篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

## 银行旺季营销工作总结美篇篇一

对于如何提高市场营销能力的几点思考 随着全球经济一体化的不断深入，金融业的竞争显得尤为激烈。市场营销能力的强弱直接关系到一家银行的成败与发展。笔者以为在市场营销的过程中关键是做到“整合资源配置、细化客户类别、注重营销方法、讲究营销策略”。 一是整合资源配置。

在现有的人力和硬件资源下如何充分挖掘潜力。

1、选对人、用好人。将一批真正想干事、能干事、会干事的人充实到客户经理营销队伍中来。把那些不想干事、干不成事人请出营销队伍。业绩是衡量的最好标准。真正做到以岗定人，以人定责，进行调整，用其所长，尽其所能，突出业绩导向，更好地发挥个人潜能。

2、着力构建全员营销体系。加强全体员工的营销理念教育。创建“人人参与营销、个个积极营销”的新型营销文化氛围。市场营销不仅仅是银行高层管理者和客户经理的工作，要使市场营销的观念成为全体员工的共识，培育全员营销意识，并转化为每位员工的自觉行动。保证上下通畅，左右协调，形成立体营销网络。

3、制定相关学习培训计划。着力提高营销人员业务素质及营

销技能，支行每周安排一个下午进行业务培训及现场演示，使其熟练掌握新兴业务，便于更好地开展营销工作。

4、充分发挥各网点为营销功能。各网点可以利用自身优势通过进悬挂横幅、散发宣传资料和积极参与本行、地方政府的文明创建活动等形式，扩大本网点影响力。每逢节日可以举办活动，向客户赠送一些小纪念品，吸引客户。

5、网点组织进社区活动。网点周边居民往往是分理处重要而以稳定的客户群。进社区活动可以提升网点美誉度，并可适时推出我行新产品。笔者认为这是一项重要举措，至少可以让周边老百姓知道有这么一处网点存在。

二是细化客户类别。不同的客户有不同的需求，有针对性的对不同等级客户实行差别营销。

1、建立客户档案，邀请优质客户进行座谈，充分发挥以点带面的作用。建立客户关系管理台帐，对客户信息进行搜集、积累、分析、整理，建立客户信息数据仓库，并适时对客户资源信息的价值、贡献度、成本、效益进行分析评价，为市场开拓与业务营销提供决策参考。

2、成立长期性的目标客户调研小组。利用客户资源管理与价值分析评判机制，每月选定几个单位作为营销目标，对每一客户进行可行性分析后，找到营销的重点和难点，针对不同的客户采取灵活的营销方式，确定攻关客户经理和分管行级领导，制定了一对一的营销方案，再次是相关部门密切配合。

三是注重营销方法。共享客户资源 强化联动营销。这是部门间相互协作，获取信息的重要途径。

1、在市场营销过程中，全面整合公司与个人客户资源，加强个人金融业务与公司业务部的合作，发挥整体资源优势 and 营销功能，充分挖掘和发现个人优质客户，不断创新服务手段，建立公、私客户经理联手制，实行一揽子服务，以公司业务

带动个人业务、以整合营销推动市场拓展，积极竞争优质客户，确保客户质量。

2、个人业务科努力打造我行具有特色的品牌，在前期品牌形象宣传推广的基础上，有计划地开发、策划，组织形式多样的市场活动，及时了解和满足客户需求，扩大品牌内涵，吸引优质客户，为优质客户提供全方位、高质量的服务。在服务的过程中同样可以把优质客户后面的企业反馈给公司科，相互协调发展。四是讲究营销策略。对不时期、不同地点开展有针对性的营销活动。

1、在开学前，积极宣传“汇款直通车、同城汇款e时代等业务”，大力宣传教育储蓄，定期一本通业务，可以有力地促进储蓄存款和中间业务的增长。在我行网点所不能触及到的乡镇企业中，开展网上银行、电话银行等宣传。

2、展开强大的宣传营销攻势，积极抢占业务市场充分利用电视台、电台、报社等新闻媒体和印刷宣传资料，通过宣传报道、邮政广告、柜面资料、街头咨询等手段，全方位进行宣传、介绍特色业务品种，宣传我行近年来所取得的成就，有效提升我行的社会知名度和影响力，有力地推进业务市场的扩张。总而言之，只要全行上下人人都做有心人，依托各项优势积极参与整合营销、分层营销、一体化营销的策略，想方设法做好优质客户的维护工作，营销成果一定会转化为经营结果，工行的明天一定会更辉煌。

## 银行旺季营销工作总结美篇篇二

大家好！

一踏上这个演讲台，我就忍不住有些激动。因为就在一年前，我就是在这个演讲台上，在分行新的用工机制的召唤下，畅谈参加竞聘的理由，放飞献身\_\_的理想，由一名客户经理竞聘为营业部某行主任。而如今，岁月轮回，我又由营业部某

行主任重新回到了客户经理的岗位。我不知道今天我是以一个成功者的身份，还是以失败者的身份站在这里，但无论成功还是失败，我都想对自己作为一名银行营销人员一年来做一总结。一年来的营销甘苦使我总结出来四个字，那就是“诚、勤、细、新”。

所谓“诚”，就是要讲诚信。诚信是维系现代市场经济的基石，是与客户相互沟通的桥梁，在与客户打交道时只有真诚相待，言行一致，急客户所急，想客户所想，才能赢得客户的一份信赖，换取客户的一份诚心。

\_\_年\_\_月，在一次朋友的婚宴上，我与\_\_相识。初次见面，我便从交谈中得知该厂近几年经营红红火火，发展势头十分迅猛。一个念头立刻从我的脑海里闪过：“如果这家企业能够在我们\_\_开户肯定能带来一系列可观的效益。”第二天，我便来到这家企业，登门拜访了这位财务会计朋友。人家知道了我的来意后，一方面对我的敬业精神表示赞赏，但也同时对开展业务合作流露出了为难之情，因为他们长期在\_\_银行开户，对\_\_知之甚少。第一次上门失败了，多少有点令人沮丧，但我却没有因此失去信心，因为人家对我挺客气，这就给了我们下一次接触的可能，另外人家确实对\_\_不了解，这也就又给了我们下一次接触的话题。就这样，从\_\_月到\_\_月，每隔\_\_多天，我总要去这家企业“串一次门”，介绍介绍\_\_业务，拉拉家常，渐渐地成了这家企业财务科的熟客，以致他们开玩笑说我不像是银行的员工，倒像是保险公司的业务营销员。一次，在“串门”的时候，我无意间听说财务科长这两天正在为一笔拖欠货款的回收而发愁，这是一笔\_\_万元的原料款，欠款方是\_\_，由于款子一拖再拖了\_\_个月，企业的流动资金已出现了紧张状况。于是，我主动找到财务科长，提出了由我一试的请求。

在接下来的一个月里，我利用休假时间，顶酷暑，冒高温，三下\_\_，借助多方关系，终于使这笔款项以现金方式收回。在收到款项的那一天，这位财务科长高兴地说了两个想不到：

真想不到你有如此大的能量，拖了几个月的货款跑了三次就收回来了；真想不到你作为一个局外人竟能像朋友一样如此真诚热情地给予企业那么大的帮助。接下来发生的事情大家可能想象得到了，这家企业主动将基本结算户挪到分理处，成了分理处的“铁户”，目前日均存款额\_\_万元，月均结算量达\_\_万元。

所谓“勤”，就是要勤谈，勤跑。只有与客户进行经常性的沟通与交流，了解客户的动向，知晓客户的所思所欲，才能及时调整营销策略，捕捉商机，在激烈的商战中抢占先机。\_\_年\_\_月，我从朋友处了解到\_\_\_\_村有几位皮货加工个体户生意十分兴隆，但却经常因与地处\_\_的购货方之间没有达成一种良好的资金结算方式而影响生产。为此，我从这条信息入手，带着朋友多次深入该村，走家串户宣传我行的速汇通业务，终于使他们认识到这一结算方式的优势，辗转\_\_里地将\_\_的\_\_万元款项一次性存入我分理处，打了一个“千里单骑拉存款”的漂亮仗，为分理处突破地域限制，向外拓展市场积累了经验。

所谓“细”，就是要细致入微。工作从细微处入手，在做出营销前对客户有充分的了解，要知道自己的客户看重的是什么，需要的是什么，发掘合作的广阔天地，同时要细心观察，见人所未见，想人所未想，捕捉蕴藏在事物背后的新商机。……。

所谓“新”，就是要创新服务方式，营销不能停留在传统的习惯思维和做法上，要将新的营销理念和服务方式有机地结合起来，最大限度地满足客户日益提高的服务需求。在今年“双节”期间省行组织的“金融套餐”推介营销中，我要求分理处的员工在宣传介绍中要注重产品间业务特点的比较，要与客户的特点相结，与产品的特点相结合，与分理处的特点相结合，改变了过去粗放式的宣传营销模式，创造了一种“以理财方式进行宣传营销”的新思路，如我们针对“两节”期间学生放假、长辈给孩子压岁钱的有利时机，大力营

销羊年生肖卡；针对春节期间股市休市、一部分股民不愿持股过节的有利时机，大力营销7天期通知存款；针对国债发售的有利时机，大力营销教育储蓄等都取得了良好的效果，“如果你不知如何去宣传，那么你就用理财的方式来宣传”已成为分理处员工挂在嘴边的“口头禅”，以致不少客户经常拿着“金融套餐”宣传单找到分理处要求员工帮忙理财，极大地带动了相关业务产品的销售。

一年来，在我的带领下，分理处存款由往年的年均增长\_\_万发展到当年新增\_\_万，我个人在这期间共为分理处吸收黄金客户存款\_\_余万元，占整个分理处新增存款的\_\_%。然而，巨大成功的背后也留有巨大的遗憾，一年来连续忙碌的营销使我忽视了自身综合业务素质的提高，在此次分行新一轮的竞聘中，由于综合业务知识不过硬，我最终未能入围。记得在得知考试结果的那天下午，朝夕相处了一年的分理处的姐妹们都哭了，她们说：“\_\_，我们真恨你啊！”是啊，我也恨自己不争气。\_\_是无情的，在今后日益激烈的现代\_\_银行竞争中，\_\_需要的是综合业务素质过硬的复合型人才，如果不能紧跟时代的步伐，加倍努力地提高自己，最终面临的只能是淘汰。然而，\_\_又是有情的，只要我卧薪尝胆，奋发向上，这次的失败将是我下一次起飞的新的平台！

## 银行旺季营销工作总结美篇篇三

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。可是当我真正面对客户时，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-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;第三个就是扬州人故有的性格在作怪，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，我们只有对症下药了。

信用卡的营销，我们落后于其它行，可以说没有任何经验可以借鉴，所以需要我们在营销实战中，在和客户的交流沟通中磨练自己的嘴皮子以及和客户打交道的能力。什么是对产品熟悉?就是要大胆走出去，说，不要怕拒绝，拒绝了再总结，再出去跑。产品需要由我们的客户来定义，我们更需要在实践中去把握产品背后隐藏的东西。

3类行业为重点营销对象，第八条《现阶段可接受推广行业的明细分类》规定了15类相关行业，并对信用卡的用户按风险程度不同划分为abcde五类。这样一来我们的营销范围就确定了。其实这个范围和我们原先想象的客户市场是不一样的。我开始认为那些私营企业的老板是我们的客户，但是操作下来一看，不对，信用卡部不仅需要他们提供收入证明，还需要他们提供个人房产证明及其它相关的个人资信证明，即使批下来，信用额度也很低，弄得他们很没面子，同时我的工作量无形当中也增加了许多。所以为了节省时间，提高发卡量，我放弃了私营企业主这一块，开始按照《指引》中的行业对象来划分我的营销目标市场。

由于时间有限，我做了三个阶段的准备。第一个阶段是用一个半月的时间来主攻公务员市场，因为这一块手续简单，批准率高。第二个阶段用十天的时间来向相关企业推广。第三阶段，收尾，看看还有什么没有营销到的地方。有了计划以后，我的任务就变得十分清晰了。要做的是怎样一块一块地吃掉。我采用的方法是先从有熟人的单位开始。我把所有的朋友名单拿出来，开始搜寻政府公务员、教师、医生，然后逐个打电话，通过他们来帮助我营销。这一块是有保证的。因为是朋友帮忙，所以操作起来十分方便，我把相关的要素告诉他们，其余的宣传工作就由他们来做了。这里有一个细节，就是填表一定要简化。比如身份证上很多要素都有了，你就不要别人再填写姓名，身份证号码了。

熟人做完了，就开始做他们介绍过来的重点客户，这一块做起来相对复杂一些，因为交情不深，要靠嘴皮子了，同时也需要一点技巧。例如，我办了一个局机关的团办卡，团办对于我们来说最省事，但是很重要的一点，你要找对办事的人。你去找财务科，他们会说每个人已经办过其它行的卡了，你去找办公室，人家会说，单位人多嘴杂，别人还以为收了银行什么好处。对于这一种情况，我们要有思想准备，团办并不代表每个人都办，除非是单位的行政命令，否则别人有权拒绝。所以我首先办公室物色了一个人缘较好的人，然后通



过他，先给局长办好了，这时候，千万不要指望他就能帮助你完成，他没有这个义务，于是我就和他一个一个办公室的跑。拿着局长已经填好的东西有意的给他们看，这些人一看，局长办过了，我也办一张算了。营销就是这样一味的去强调产品的好处是没有用的。别人就是不信任你，你还真的办不起来。

第二阶段就是一些企业单位。先挑一些有特色的单位，比如有事业单位背景的企业，如广播电视中心，注册资金较高的，和我们行有业务往来的，对于信用卡用卡环境有帮助的，例如，青年旅行社，可以用信用卡购机票。总之，并不是所有的企业都可以作为发卡对象，在时间有限的情况下，我只有先从最有把握的开始。

第三阶段，就是扫尾，主要是零星的办了一些个人的卡。通过三个阶段的工作，完成了三百多张卡，公务员占了80%，所以批准率较高。有特色企业，也基本获批了。

在市场的开拓中，我感受最深的是关系营销的作用太重要了。有的人认为，我的客户资源太少了，怎么办？其实，机会就在每个人的身边，你的亲戚、同学、朋友，客户都是你的目标，营销就是要脸皮厚。

些问题有所准备。回答时要充满自信，产品好坏全在我们的嘴上。在所有的这些问题当中，我们会把限制条件当成客户的拒绝理由。比如，第五条，网点少是我们的劣势，但是这只是办卡的限制条件，并不能作为客户抗拒理由。我们完全可以有三点理由来回应。一是，我行的自助银行正在加快发展；二是，我们即将实行借记卡自动还款功能；三、刷卡后不是要你第二天就来还钱，在56天当中你随时抽个空来还就行。把限制条件解释清楚，客户绝的理由就少一些。同样第四条，客户的卡实在太多，不想再办了。我通-会先问他，其它行的卡什么时候办的？额度是多少？有没有担保人？国内外是否通用？免息期多长？购物是否有积分？先确定客户手中的卡是不是

信用卡,同时把事先准备好的几张信用卡卡样拿出来,再适时介绍手机短信服务,保险服务,医疗服务等特色功能。我们要想方设法的很自然的让客户感受到信用卡的特别之处。在与客户交流的过程中,一定要有一个良好的心态,如果客户实在为难,赶紧把目标移到下一家。

最后一点是就申请表格的填写和客户的维护。我们做了大量的前期工作,到了最后千万不要因为填写表格不规范而导致被拒绝,那是一件很伤心的事。首先是填写表格。我只让客户填写(1)家庭住址、电话;(2)工作单位地址、电话、职务;(3)直系亲属和朋友;(4)签名。其余的我都自己帮他们填。一来,让客户省去了许多填表的麻烦,二来,填写过程就是审核的过程,可以发现很多漏洞。三来,可以让表格相对工整一些,有的客户填完后,在写错的地方就乱涂一笔。其实,卡部的人在审核的时候同高考阅卷一样,卷面整洁无形中就有一个印象分,所以在错的地方,我们就可以用涂改液修饰一下。我们有很多同事把审核的工作,都交给零售部的相关同志去做,自己就不问了,这样肯定是不行的。我举个例子。有一次我地税局的朋友拿来十张表格,我在帮他们填写表格的时候发现,他们留的家庭电话都是单位号码。这就麻烦了。因为家庭电话号码一般是信用卡的查询密码,基本上每个人是不同的,于是我就一个一个打电话问。如果,我忽视了这一细节,也许我又做了十个无用功。另外,表格中错误率较高的就是最后一栏,联系人资料。以我的经验,这一栏一定要写,特别是直系亲属。朋友一栏可放松要求,你可以写自己的名字,也可以写其同事的名字。

其次是,客户提供的相关资料。我想重点说一下人事收入证明。其中有一个关键点,就是职位的细节。因为在信用卡销售指引中,职位稳定的员工获批率是比较高的。有的同事在营销过程中,看到对方的职位不是很好,就产生了一个想法,这种人肯定批不下来。在这里我想说一说我自己的经验。拿一个单位来说,就是扬州青年旅行社。应该来说,导游的获批的率是很低的,因为他们的工作不稳定。但是反过来,导

游不能365天天带团，不带团的时候，他要负责计划调度，也要负责相关的文书的工作，于是我就让他们在工作职位一栏写上计调，文员。与此同时，还写了一份情况说明，交待了此单位在扬州的地位以及将要和我行展开的合作，希望能提高信用额度。作为营销员，你要让信用卡中心的审核人员认为，这个单位是非发不可的。

第三，就是客户的维护。就是所谓的售后服务。这个工作，就是在申请表寄出以后，一定要打电话给客户，问问卡有没有拿到，用的如何，有什么不明白的地方，感谢他们对中信工作的支持，其实这样做的目的很简单，希望他们再介绍一些客户给我们，同时联络感情，发掘一批优质客户，为以后的银行业务做准备。

的结果，他们在信用卡的营销过程中也付出了相当大的努力。我想在目前的社会状况下，信用卡的营销很有挑战性。每个人有各自的营销理念，如果大家能够自动自发，并且经-互相交流经验的话，我相信20xx年我行的信用卡任务一定能够完成。

## 银行旺季营销工作总结美篇篇四

.....

2 2

（一）弘扬伟大建党精神，是推动党和国家事业不断前进的必然要求

2 2

（二）弘扬伟大建党精神，是推动金融事业薪火相传的必然要求

..

3 3

3 3

二、弘扬伟大建党精神，在服务构建新发展格局中传承红色金融基因

4 4

（一）坚持真理、坚守理想，着力深化金融供给侧结构性改革

...

4 4

5 5

6 6

6 6

三、踏上新征程，以伟大建党精神引领开创央行基层行履职新局面

8 8

（一）坚定理想信念，学深悟透xxx新时代中国特色社会主义思想

8 8

（二）从严管党治行，落实落细“主体责任”和“监督责任”

...

8 8

（三）贯彻新发展理念，推动地方经济金融高质量发展走在前列

..

9 9

（四）践行初心使命，助力实现“在高质量发展中促进共同富裕” 10

在庆祝中国xxx成立 100 周年大会上□xxxxxx首次提出“坚持真理、坚守理想，践行初心、担当使命，不怕牺牲、英勇斗争，对党忠诚、不负人民”的伟大建党精神，具有重大的政治意义、理论意义和实践意义，为央行基层行开创金融工作新局面，指明了前进方向、提供了根本遵循。

一、立足时代方位，深刻把握弘扬伟大建党精神的重大意义

党精神传承好、发扬好，鼓起奋进新时代、迈进新征程的精气神，奋力开创新的历史伟业。

（二）弘扬伟大建党精神，是推动金融事业薪火相传的必然要求。金融事业是党领导的伟大事业的重要组成部分。回望百年路，我们党牢牢把握金融事业发展方向，不断探索金融支持革命、建设、改革的正确路径。我们党坚持把马克思主义政治经济学原理同中国金融的具体实践相结合，不唯书、不唯洋、只唯实，深刻认识和准确把握金融本质和运行规律，推

动金融业实现了从小到大、从弱到强、从封闭到开放的跨越式发展，基本建成了现代金融组织体系、市场体系、调控和监管体系，成功走出了一条中国特色社会主义金融发展道路。党领导下的金融发展史和中央银行史，就是金融人和央行人弘扬伟大建党精神的历史。适应新征程新要求，我们要弘扬伟大建党精神，传承红色金融基因，在助力建设现代金融体系和现代中央银行制度的道路上坚定前行。

并赋予\*\*“在改革创新、推动高质量发展上争当表率，在服务构建新发展格局上争做示范，在率先实现社会主义现代化上走在前列”的新使命。面对新征程新使命，我们必须大力弘扬和深入践行伟大建党精神，不断开创\*\*金融改革发展稳定的新局面，为\*\*“争当表率、争做示范、走在前列”提供强有力的金融支撑。

## 二、弘扬伟大建党精神，在服务构建新发展格局中传承红色金融基因

业融资模式，金融稳链固链作用有力发挥；针对银企信息不对称制约小微企业融资这个难点、堵点，持续多年投入巨大精力在\*\*建设全国首个“小微企业数字征信实验区”，形成了“政府+市场”双轮驱动的征信服务小微企业的\*\*模式；针对征信数据互联互通中不想连、不敢连的问题，率先在全国探索区块链技术在征信领域的试点应用，建成贯通长三角征信链及应用服务平台，实现了长三角地区部分征信机构和地方征信平台的信用信息共享，充分发挥了征信助融作用。

类施策、精准拆弹”的方针，加强金融委办公室地方协调机制（\*\*）与\*\*省金融工作议事协调机制的协调配合，推动大型企业、地方政府债务、房地产金融、中小银行等重点领域风险化解成效明显。

（三）不怕牺牲、英勇斗争，扎实做好金融支持疫情防控和经济社会发展工作。面对突如其来的新冠肺炎疫情，我们坚

决贯彻xxxxxx重要指示批示精神，认真落实xxx□xxx决策部署和人民银行总行工作要求，坚持把支持配合疫情防控、保障人民生命健康安全作为头等大事，全力以赴做好辖区金融战线统筹疫情防控和经济社会发展工作。推动\*\*省政府实施“全省协同推进金融支持稳企业保就业十项行动”，在辖区金融系统组织开展“货币政策工具精准滴灌”等八项专项行动，有效对冲疫情对辖区经济社会发展的负面影响，有力支持了\*\*经济增长位居东部沿海经济大省前列。针对近期\*\*\*\*、\*\*等地发生本土聚集性疫情，再次迅速启动疫情防控应急响应机制，坚持疫情防控和业务履职两手抓、两手硬。各级党组织和广大党员干部坚守岗位、履职尽责、众志成城，在危险和困难面前毫不退缩，积极参加社区防控和志愿服务，为\*\*金融系统抗击疫情、确保金融业务正常运转付出了努力，做出了贡献，经受住了考验，在大战大考前展示了担当、体现了作为。

（四）对党忠诚、不负人民，深化创建“让xxx放心、

## 银行旺季营销工作总结美篇篇五

大家好！

一踏上这个演讲台，我就忍不住有些激动。因为就在一年前，我就是在这个演讲台上，在分行新的用工机制的召唤下，畅谈参加竞聘的理由，放飞献身某某的理想，由一名客户经理竞聘为营业部某行主任。而如今，岁月轮回，我又由营业部某行主任重新回到了客户经理的岗位。我不知道今天我是以一个成功者的身份，还是以以一个失败者的身份站在这里，但无论成功还是失败，我都想对自己某行一年来的营销工作做一总结。一年来的营销甘苦使我总结出来四个字，那就是“诚、勤、细、新”。

所谓“诚”，就是要讲诚信。诚信是维系现代市场经济的基石，是与客户相互沟通的桥梁，在与客户打交道时只有真诚

想待，言行一致，急客户所急，想客户所想，才能赢得客户的一份信赖，换取客户的一份诚心。

20xx年3月，在一次朋友的婚宴上，我与沧县某化工厂的财务会计相识。初次见面，我便从交谈中得知该厂近几年经营红红火火，发展势头十分迅猛。一个念头立刻从我的脑海里闪过：“如果这家企业能够在我们某某开户肯定能带来一系列可观的效益。”第二天，我便来到这家企业，登门拜访了这位财务会计朋友。人家知道了我的来意后，一方面对我的敬业精神表示赞赏，但也同时对开展业务合作流露出了为难之情，因为他们长期在商业银行开户，对某某知之甚少。第一次上门公关多少有点令人沮丧，但我却没有因此失去信心，因为人家对我挺客气，这就给了我们下一次接触的可能，另外人家确实对某某不了解，这也就又给了我们下一次接触的话题。就这样，从3月到6月，每隔10多天，我总要去这家企业“串一次门”，介绍介绍某某业务，拉拉家常，渐渐地成了这家企业财务科的熟客，以致他们开玩笑说我不像是银行的员工，倒像是保险公司的业务营销员。一次，在“串门”的时候，我无意间听说财务科长这两天正在为一笔拖欠货款的回收而发愁，这是一笔100万元的原料款，欠款方是大港油田，由于款子一拖再拖了3个月，企业的流动资金已出现了紧张状况。于是，我主动找到财务科长，提出了由我一试的请求。在接下来的一个月里，我利用休假时间，顶酷暑，冒高温，三下南大港，借助多方关系，终于使这笔款项以现金方式收回。在收到款项的那一天，这位财务科长高兴地说了两个想不到：真想不到你有如此大的能量，拖了几个月的货款跑了三次就收回来了；真想不到你作为一个局外人竟能像朋友一样如此真诚热情地给予企业那么大的帮助。接下来发生的事情大家可能想象得到了，这家企业主动将基本结算户挪到分理处，成了分理处的“铁户”，目前日均存款额100万元，月均结算量达300万元。

所谓“勤”，就是要勤谈，勤跑。只有与客户进行经常性的沟通与交流，了解客户的动向，知晓客户的所思所欲，才能



及时调整营销策略，捕捉商机，在激烈的商战中抢占先机。今年1月，我从朋友处了解到沧县张官屯乡小白洋桥村有几位皮货加工个体户生意十分兴隆，但却经常因与地处浙江的购货方之间没有达成一种良好的资金结算方式而影响生产。为此，我从这条信息入手，带着朋友多次深入该村，走家串户宣传我行的速汇通业务，终于使他们认识到这一结算方式的优势，辗转30里地将农信社的200万元款项一次性存入我分理处，打了一个“千里单骑拉存款”的漂亮仗，为分理处突破地域限制，向外拓展市场积累了经验。

所谓“细”，就是要细致入微。工作从细微处入手，在做出营销前对客户有充分的了解，要知道自己的客户看重的是什么，需要的是什么，发掘合作的广阔天地，同时要细心观察，见人所未见，想人所未想，捕捉蕴藏在事物背后的新商机。今年“非典”期间，我发现来分理处兑换零币钢崩的客户特别多，我就在想：“客户偏好钢崩而不喜欢纸币应该是出于卫生的考虑，如果这种习惯成为一种趋势，那么商家在这段时期对于钢崩的需求肯定会大大增加，这说不定会为我们的增存提供潜在的商机。”于是那段时间我一有空就去分行领一元的钢崩，吃力地提回分理处储备，果然，在随后的一次营销中，这些钢崩显示出了巨大的威力。在分理处右侧是一家大型商厦，是各家银行必争之地，由于在工行开户，在分理处是零存款。为能在市场中分得一杯羹。在非典时期商厦硬币最为紧缺的关键时刻，我们送零币上门，缓解了商厦找零钱难的压力，让商厦老总很受感动，一下子从其他分行转来存款50万元，从此后，商厦在分理处的存款一直保持在70万元左右，实实在在地为分理处的发展创造了新的契机。

所谓“新”，就是要创新服务方式，营销不能停留在传统的习惯思维和做法上，要将新的营销理念和服务方式有机地结合起来，最大限度地满足客户日益提高的服务需求。在今年“双节”期间省行组织的“金融套餐”推介营销中，我要求分理处的员工在宣传介绍中要注重产品间业务特点的比较，要与客户的特点相结合，与产品的特点相结合，与分理处的

特点相结合，改变了过去粗放式的宣传营销模式，创造了一种“以理财方式进行宣传营销”的新思路，如我们针对“两节”期间学生放假、长辈给孩子压岁钱的有利时机，大力营销羊年生肖卡；针对春节期间股市休市、一部分股民不愿持股过节的有利时机，大力营销7天期通知存款；针对国债发售的有利时机，大力营销教育储蓄等都取得了良好的效果，“如果你不知如何去宣传，那么你就用理财的方式来宣传”已成为分理处员工挂在嘴边的“口头禅”，以致不少客户经常拿着“金融套餐”宣传单找到分理处要求员工帮忙理财，极大地带动了相关业务产品的销售。

一年来，在我的带领下，分理处存款由往年的年均增长400万发展到当年新增1500万，我个人在这期间共为分理处吸收黄金客户存款800余万元，占整个分理处新增存款的50%。然而，巨大成功的背后也留有巨大的遗憾，一年来连续忙碌的营销使我忽视了自身综合业务素质的提高，在此次分行新一轮的竞聘中，由于综合业务知识不过硬，我最终未能入围。记得在得知考试结果的那天下午，朝夕相处了一年的分理处的姐妹们都哭了，她们说：“某人，我们真恨你啊！”是啊，我也恨自己不争气。某某是无情的，在今后日益激烈的现代商业银行竞争中，某某需要的是综合业务素质过硬的复合型人才，如果不能紧跟时代的步伐，加倍努力地提高自己，最终面临的只能是淘汰。然而，某某又是有情的，只要我卧薪尝胆，奋发向上，这次的失败将是我下一次起飞的新的平台！

谢谢大家！