

销售公司年度计划框架 公司年度销售工作计划(大全7篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。相信许多人会觉得计划很难写？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

销售公司年度计划框架篇一

在上级领导的带领和各部门的大力配合下，__年的销售额与去年相比取得了较好的成绩，在此我感谢各部门的大力配合与上级领导的支持！

忙碌的__年，由于个人工作经验不足等原因，工作中出现了不少大问题。

4月份，由于产品原材料出现问题，导致我司4-5月份出货给客人部分产品有大量严重变色的异常情况发生；10月份，又因销售稳控问题，导致客户订单太多。生产供应不足，但因公司及时调整规划产品出现各种质量异常的根本原因，及时向客人解释，重新将出现质量异常的产品赔偿给客户，并向客人我们在今后会努力完善工作，以确保产品的质量不再出现更多的问题，从而使得老客户没有放弃与我们合作的关系。但第一次和我们合作的__客人，由于我们出货给客人所有产品的灯杯全部严重变色，终造成了客人无法正常销售，虽然之后我们有全部赔偿新的灯杯给客人，但客户最终还是对我们的产品质量失去信赖，同时也使客人打消了与我们长期合作的念头，使得我们失去了一个理想的大客户。

10月份，广西客户，由于客户支付货款不及时，且多次沟通都无法取得好的结果，使我们对客户失去了信誉，从而不得不安排其客户订单暂停生产，同时造成其客户订单的产品库

存，资金不能正常运作，给公司带来了严重损失。此问题至今还在紧密与客户沟通，直到问题得到解决为止。

对于__年发生的种种异常问题，使我认识到了自己各方面的不足，也使我从中深深吸取了教训，获得了宝贵的工作经验。在今后的工作中我将努力学习，以取得更多的工作经验，使得犯错的机率逐渐降低。

__年工作计划及个人要求：

2. 在拥有老客户的同时还要不断发掘更多高质量的新客户；
5. 熟悉公司产品，以便更好的向客户介绍；
6. 试着改变自己不好的处事方法以及不爱与别人沟通等问题。

有关建议：

随着公司和市场不断快速发展，可以预料我们今后的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加努力学习，提高文化素质和各种工作技能，为公司应有的贡献。

销售公司年度计划框架篇二

xx年公司一直在稳步成长中，综合部的工作也在这一年取得了一定的成绩，同时在这一年中公司的管理也在逐步走上完善和正规。根据公司xx年的工作计划和目标，综合部根据部门的特点和职责，制定了xx年的工作计划。

综合部在xx年的总体工作目标是：围绕公司的经营目标，建立健全整套管理制度，完善公司员工社会福利，加强人力资源管理，高效率地配合其他业务和职能部门的工作，做好公司的后勤保障工作。

整合部门内部资源，提高工作效率。根据公司对综合部职能的调整，整合部门内部资源，重新确定部门人员工作内容，明确各人的工作范围及职责。加强部门人员专业知识的培训。根据公司对部门工作的调整及各项工作的开展情况进行相应的岗位编制调整。

（一）做好后勤保障工作，加强与各部门工作的配合，保证公司各项工作正常有序进行。

2、做好办公物品的采购和配给工作；目标责任人□xx

3、证件年检：3月底前完成；目标责任人□xx

（二）配合公司标准化管理，加强制度制定落实工作，做到有据可依。

3、加强公司相关制度的监督、检查、落实情况，并做好整理和反馈工作；

4、加强公司资料档案、部门档案文件及员工档案的管理，做好公司相关数据的存档备份工作，统计各部门文件档案情况，进行分类后制定相应的归档制度及流程，加强公司内网及crm软件的应用。。

（三）确定公司的组织机构，明确部门职能及合理的岗位编制，为绩效考核提供依据。

（四）配合公司发展规划，加强企业形象建设。

2、因公司业务的发展员工队伍在不断壮大，新员工随时都在增强，各部门工作相对独立，大家沟通的机会不多，致使很多员工一起工作很久却互不认识，建议为员工胸卡便于大家互相了解，同时对外公司的形象亦会有提升。

（五）加强企业文化建设，进一步提升企业凝聚力。

1、每年至少组织一至两次员工集体活动（春游、秋游）；目标责任人□xx

3、年终举办年终工作总结及联欢晚会，对公司及各部门上一年的工作总结并对优秀人员进行表彰，同时确定公司下一年度的发展目标及计划。目标责任人：

（六）对外协调工作，保证各项工作的有序开展。

加强订餐、订卡、快递及物业公司的配合。做好相应资源的储备，以保证有序更替。

（七）做好部门财务预算的进一步控制。

（八）根据公司项目运作情况做好配合工作：

协调安排公司目标的分解、市场调研、信息收集、对外联系等等。目标责任人□xx

现在的企业都提倡以人为本，随着公司的日益发展对人事工作的要求也越来越高，综合部xx年对人事工作仅限于配合各部门完成人员面试及报到的通知、员工入职、岗位调动、离职等相关手续的办理，人员档案也是员工的入职表及学历、身份证明的复印件等最基本的信息，甚至还涉及不到人力资源管理的内容□xx年综合部的工作重点及难点就是人力资源管理工作。而针对人力资源管理的相关经验也入于学习的摸索阶段，经验的不足也严重影响着此项工作的开展。鉴于此，综合部xx年对人事工作主要从以下方面开展：

（一）制作完整的员工

员工手册是员工入职后对公司及规章制度认识的第一本手册，

因此制定好员工手册，是xx年人力资源的重要工作。

（二）制定各岗位的薪资结构，推行薪酬管理。

确定各岗位级别工资，服务年限工资等，使之更加科学合理，提升企业的凝聚力。4月底以前完成，目标责任人：

（三）加强招聘管理，做好人员储备配给。

1、网络招聘与51job建立常期的合作关系，以保证公司各岗位人员的储备，同时加强纸媒广告（前程周刊）的投放力度（预计每月一期小版位），保证销售人员及急缺岗位的人员配备；特殊岗位需求如项目经理亦可以参加大型人才招聘会；目标责任人：

2、配合各部门做好人员的初试（主要从任职经历、工作经验、人员素质等方面进行）、入职通知、入职手续办理、制度讲解等工作。目标责任人：

3、加强新聘人员资料的审核力度，包括学习经历及工作经历。目标责任人：

（四）完善人事档案管理，规避用工风险。

员工档案内容逐步完善，为规避公司的劳动风险，春节后与全体员工签定正式的劳动合同。加强员工薪资、岗位调整、保险资料、个人资料、离职交接等档案的完善。目标责任人：

（五）员工福利与激励政策。

1、做好养老、医疗保险等相关资料的统计整理工作，做好相应的方案，以备随时启用；目标责任人：

2、设立全勤奖（奖励方式）、加班补助、

3、员工聚餐、生日会、婚嫁等福利；

4、设立部门及各人奖项。

（六）建立绩效考评制度。

确定考核形式、考核项目、考核办法、考核结果及考核重申等制度。

预算管理：项目预算费用控制、各部门预算费用控制。

一、集体林权制度改革方面

1、按时完成集体林地家庭承包任务。继续落实林农对集体林地的承包经营权，巩固扩大家庭承包改革成果。将一些矛盾突出、纠纷较多、产权不清的村的林地按照林改政策进行确权；对联户发放的大证，要逐步细化达到一户一证，真正落实农民的集体林地承包权，尽快达到均户到户率70%以上。

2、林权管理机构逐步健全，积极设立林地纠纷仲裁庭。我市先后成立了xx市林权管理中心和xx市农村土地承包经营纠纷调解仲裁委员会林地承包仲裁办公室。随着农村林地价值的不断提高和林权制度改革的不断深化，林地承包经营纠纷越来越多，因此做好林地承包经营纠纷调解仲裁工作非常重要，计划成立林业仲裁庭□20xx年需解决人员、场地、人员和资金问题，使林权管理中心正常工作，建建设成林地纠纷仲裁庭，妥善处理林权纠纷、化解矛盾，依法对林地纠纷案件进行调查、调解、审理和仲裁。

3、集体林权流转更加规范。面对林权流转管理工作的新形势，出台□xx市林权流转实施细则》，加强对森林资源的流转进行规范，建成林地交易流转信息平台，进一步提高我市林权流转管理，保障广大农民、林业经营者和投资者的合法权益。

4、稳步推进林权抵押贷款工作。一是要规范和健全林权抵押登记，完善林权登记管理和服務，对林权证的内容可靠性、准确性进行确认，在林权抵押期间，未经金融部门同意，不发放林木采伐证，不办理流转手续，确保抵押权人的合法权益。二是要积极鼓励担保收储机构为林权抵押贷款进行担保收储，帮助解决林业资源的融资水平。

5、加快林下经济发展。积极扶持林下种植种药，加快纸坊、小屯等乡镇养殖基地的建设，争取上级对林下经济发展的资金支持，使林下经济产值达到1亿元。

6、积极扶持林业合作组织建设。明年计划发展5家合作社，使合作社达到35家。入社农户数2805户，带动农户增收580万元，积极争创省级示范社，推选市级林业专业合作社。

二、公益林的建设

落实好我市现有省级公益林面积1.6万亩的管护任务，加强对补偿资金的管理和使用，建议市政府尽快划定市级公益林16.1万亩，加快市级公益林建设的步伐。

三、积极推进服务型行政执法建设

在全局开展推进服务型行政执法建设活动，推进文明执法，树立林业系统良好形象。加强林业行政执法服务体系建设，提高林业行政执法效能。充分发挥行政服务中心的作用，凡与企业 and 群众利益密切相关的行政审批事项，都纳入了行政服务中心办理。积极推行“一个窗口受理、一站式审批、一条龙服务”运行模式，我局的所审批事项均在审批大厅一次性办理。全年不出现林业行政执法违规违纪问题，不发生因重大失误引起的行政诉讼、复议和群体性信访事件发生。

销售公司年度计划框架篇三

2017年□xx公司在省分公司各级领导及全体同仁的关心支持下，完成了筹建工作并顺利开业，在业务的发展上也取得了较好的成绩，占领了一定的市场份额，圆满地完成了省公司下达的各项任务指标，在此基础上，公司总结2017年的工作经验并结合地区的实际情况，制定2018如下工作计划：

承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在xx年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。

4、强化承保、核保规范，严格执行条款、费率体系，熟练掌握新核心业务系统的操作，对xx所属的承保、核保人员进行全面、系统的培训，以提高他们的综合业务技能和素质，为公司业务发展提供良好的保障。

随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质

服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。经过xx年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此□xx在xx年里将严格规范客服工作，把一流的客服管理平台运用、落实到位。

1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满意最大化。

2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

3、以中心支公司为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全区的查勘、定损网点，初期由xx设立专职查勘定损人员3名，同时搭配非专职人员共同查勘，以提高xx业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。

4、在xx年6月之前完成xx营销服务部□xx营销服务部两个服务机构的下延工作，至此，全区的服务网点建设基本完善，为公司的客户提供高效、便捷的保险售后服务。

根据xx年xx保费收入xxxx万元为依据，其中各险种的占比为：机动车辆险85%，非车险10%，人意险5%□xx年度，中心支公司拟定业务发展规划计划为实现全年保费收入xxxx万元，各险种比例计划为机动车辆险75%，非车险15%，人意险10%，计

划的实现将从以下几个方面去实施完成。

1、机动车辆险是我司业务的重中之重，因此，大力发展机动车辆险业务，充分发挥公司的车险优势，打好车险业务的攻坚战，还是我们工作的重点□xx年在车险业务上要巩固老的客户，争取新客户，侧重点在发展车队业务以及新车业务的承保上，以实现车险业务更上一个新的台阶。

2、认真做好非车险的展业工作，选择拜访一些大、中型企业，对效益好，风险低的企业要重点公关，与企业建立良好的关系，力争财产、人员、车辆一揽子承保，同时也要做好非车险效益型险种的市场开发工作，在xx年里努力使非车险业务在发展上形成新的格局。

3、积极做好与银行的代理业务工作□xx年xx月我司经过积极地努力已与xx银行□xx银行□xxxx银行□xxx银行□xxxx银行等签定了兼业代理合作协议□xx年要集中精力与各大银行加强业务上的沟通联系，让银行充分地了解xx保险的品牌及优势，争取加大银行在代理业务上对我司的支持与政策倾斜力度，力求在银行代理业务上的新突破，实现险种结构调整的战略目标，为公司实现效益最大化奠定良好的基础。

在新的一年里，虽然市场的竞争将更加激烈，但有省公司的正确领导□xx将开拓思路，奋力进取，去创造新的业绩，为做大做强公司保险事业而奋斗。

销售公司年度计划框架篇四

对工作，我们都要有计划的进行：

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有条件的情况下，送一些小礼物给客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断快速开发新客户，推广新产品。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

四、对自己的要求

1：每周要拜服4个以上的新客户，还要有1到2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：要多了解客户的需求，才有可能满足顾客。

4：对自己严格要求，学习亮剑精神，工作扎实细致，要不断加强业务方面的学习，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

5：对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

6：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。

7：为了今年的销售任务每月我要努力完成任务额，为公司创造利润。工作中总会有各种各样的困难，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

销售公司年度计划框架篇五

新的一年新的工作计划，必须要准备好工作的详细计划，去年的工作任务基本完成。今年，我们本着“多沟通、多协调、

积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，发扬慧康人“精诚团结，求真务实”的工作作风，全面开展新的一年工作。

一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。xx年度内销总量达到1950万套，较xx年度增长11.4%。xx年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx年度的产品线，公司xx年度销售目标完全有可能实现。20xx年中国空调品牌约有400个，到xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在xx年至xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增

加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，（根据公司的展台布置六个氛围的要求进行）。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。（特殊情况再适时调整）

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在20xx年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

销售公司年度计划框架篇六

本计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结等四部分。

一、宗旨

本计划是第一个月工作开展的指导，是完成销售指标和达到个人预期目标的保证。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二、目标

1. 全面、较深入地掌握我们“产品”的功能、特色和优势并做到应用自如。
2. 根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，录入客户资料150家。

3. 锁定有意向客户20家。

4. 力争完成销售指标

三、工作开展计划

众所周知，现代销售的竞争就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们有恰恰是销售“服务”的，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1. 多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对“家家网”的功能、操作和特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2. 对录入完的客户尽可能多地提供免费的服务(比如根据其需要给它发各种商务信息、技术指导等)，目的让客户了解“家家网”，在此基础上，与客户进行互动沟通。

3. 在用电话□e-mail等方式与客户互动的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4. 在互动的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“服务”有感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5. 在面谈之前要做好各种充分准备，做到“知己知彼”，克服心理障碍。

6. 对每次面谈后的结果进行总结分析，并向领导汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7. 在总结和摸索中前进。

四、计划评估总结

以上就是关于销售工作月度计划范文的介绍，希望能够帮助到大家哦！

销售公司年度计划框架篇七

要以风险防控为主线，结算制度体系建设。在产品创新中，制度先行。要通报结算案件的动向，制定的防范措施，坚决遏制结算案件。对结算中间收入的管理，加大对账户管理的。以下是计划网小编为大家精心整理的“公司年度销售工作计划范文”，希望大家喜欢！

(一)细分市场，多层次立体化的营销推广活动。

公司客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。全年的发展，以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，“稳住大客户，努力转变小客户，拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、客户上门推介、组织投标和营销活动等，持续的市场推广攻势。

现金管理市场领先地位。分层次、推广现金管理服务，努力产品的客户价值。要抓客户市场，现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内客户、行业大户、集团客户调查，分析其经营特点、模式，设计的现金管理方案，营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决的问题，客户度。今年新增现金管理客户XXXXX户。

开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这我行的基础客户，并为资产、中间发展来源。在去年中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，营销。要全公司

的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重质量；要优化结构，优质客户比重，降低筹资成本率，高附加值产品的销售。要抓好公司无贷户的开户营销，努力市场占比。要对公司无贷户管理，分析其结算特点，全产品营销，我行的结算市场份额□xx年要努力新开对公结算账户xxxxx户，结算账户净增长xxxxx户。

系统大户的营销工作。全市还有镇区财政所未在我行开户的现状，调用资源营销，开花。并借势向各镇区分支机构展开营销攻势，更大的存款份额。对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户客户挂牌认购工作，锁定他行客户，攻关。

(二)服务渠道管理，“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要对公视图系统，在优质服务的基础上，体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

要总行要求“二级分公司结算与现金管理配置3名客户经理；每个对公网点(含综合网点)应当发展情况配备1名客户经理，客户资源的网点应增配，”起高素质的营销团队。

物理网点的建设。对公结算品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要网点建设，在贵宾理财中心改造中要考虑对公客户的需要，客户的需求。各行部要制定详细的网点对公营销指南，同网点业态对公的服务内容、服务要求、服务规范、服务流程等。

要拓展电子银行渠道，离柜占比。今年，电子银行在“跑马圈地”市场占比的，还要“精耕细作”，拓展有层次的客户。各行部应与分公司下发的客户清单，有侧重、有地营销工作，

要在优质客户市场上占据优势。客户服务与深度营销工作。企业客户电子银行台账，并以此客户支持和服务的依据，为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，“动户率”和客户使用率。

“结算优质服务年”活动。要以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以客户需求为导向。产品创新，服务，问题，服务管理，客户满意度，以客户为中心的服务模式。提升服务质量，全公司又好又快的发展。

(三) 产品创新步伐，加大新产品推广应用

结算与现金管理部产品，承担着产品创新、与管理的责任营销支持系统建设。总行全公司法人客户营销、企业级客户信息管理和银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理技术手段。

结算产品创新机制。要产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要收集、研发产品的主要承担者。信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司组织行、行产品创新研讨会，解决客户的问题。

财智账户品牌的市场认知度。今年要实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在品牌下品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的. 结算与现金管理产品品牌设计，制定的品牌策略，纳入到品牌体系中。财智账户品牌的推广，品牌，品牌力。

发展方存管。抓住多银行方存管的机遇，银证占比，我行电子银行快捷的优势，加大新产品推广应用。各行部要对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，职责，考核，触角、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务、激励的新产品推广机制，市场响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、盈利。今年将推出本外币一体化资金池、客户短信通

知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四) 抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养人才

人员管理，实施日常工作规范，制定准则，和工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度信息反馈制度。

培训。今年分公司将组织结算和现金管理、电子银行培训和营销技能培训，尝试多样化的培训，基层培训，受训人员范围，努力人员素质，以现代商业银行市场竞争需求。

(五) 强化流程管理，风险控制

要以风险防控为主线，结算制度体系建设。在产品创新中，制度先行。要通报结算案件的动向，制定的防范措施，坚决遏制结算案件。对结算中间收入的管理，加大对账户管理的监督，会计检查员、事后监督要要注重日常检查监督的作用，堵塞差错和漏洞，各网点对的问题要整改。