

# 2023年银行入职新员工职业规划 新员工入职银行的岗前培训心得(优质5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 银行入职新员工职业规划篇一

我们这次学习，老师采取互动的方式，我们共分5个小组，老师借鉴先进银行实施服务品质的案例与学员们研讨。并进行分组讨论，学员们针对服务礼仪与无缝交接服务流程实况演练，并进行声音肢体语言的练习和多媒体课件与教学。

礼仪迎宾接待演练中，我感到：1、五步距离主动上前（即客户走进营业厅时距客户五步的距离时就要主动问候，不要等客户走近时才问候，那样会吓客户一跳）；2、持续亲切的微笑；3、双眼平视客户的眼睛；4、身体微微向前倾约30度，点头示意表示对客户的欢迎等等都十分适用。

无缝交接，指的是为客户的服务到达一种十分顺畅的连接，要发挥团队精神，在无缝服务中不论是大堂经理还是理财经理还是每位柜员都至关重要。从大堂经理迎接客户探明客户的来意，到将一般客户疏导到自助银行或是高柜区或低柜区，将识别的优质客户推荐给理财经理，都需整体的配合。

### 一、投诉是我们每位员工都会遇到的最烦心的问题

在处理投诉中，我们要注意：一是建立良好的心态。当客户向你表达对银行的任何抱怨与不满时，你就是代表浦发银行负责处理客户的情绪。我们常见的错误心态是：这又不是我

引起的，或者这不是我们银行的错，为什么要我处理因此，就对客户的抱怨与不满，进行一连串的解释、反问与推托，反而使客户情绪不断积累、抱怨越滚越大。

当遇到客户对我们的服务不满时，尽管不是因为我们自身的错误，也就应主动向客户表达歉意，此时的道歉是针对客户产生的“愤怒、生气”的情绪而表示歉意。并不意味着我们承认事情本身的错误。适当的致歉能够立即缓和客户的情绪，有助于客户后续的处理。

另外一点是我们在柜面服务中经常遇到的：客户的需求与我们的制度发生冲突时，客户产生的不满情绪。这时，我们在客户面前不要急于先搬出银行的制度，能够心平气和地帮客户想想变通问题的办法，同时委婉的告知客户我们的风险点，展现出我们处理事情的热忱与诚意。

透过这种形象化的训练，使我认识大堂经理工作的重要性，它是提高零售银行业核心竞争的关键之一，更是大堂经理、客户与柜员之间的纽带，大堂经理专业素养的完善，对于建立一流的行业服务至关重要。

## 二、是参加培训的体会

这次培训中的现场演练，给我留下了深刻的印象，它把整个日常服务中的柜员、大堂经理、理财经理及客户贯穿起来，教给我们就应分工不分家，相互配合，真正创出浦发银行一流的服务品牌。

浦发银行尽管比其他许多金融机构成立的时间短，但它具有先进的管理理念和经营理念，它值得我为之付出青春和热情。我既然成为这个金融机构中的一员，就应立足岗位，做好本职工作。在现有的岗位上，不断提升自己的业务水平和服务水平，不断提高自己的专业素养，按照浦发银行“心服务”计划的要求，塑造自己的形象，规范自己的仪态、行为

举止，提高自己的服务质量，从自我做起，为有效提高银行整体服务的竞争力而努力。

## 银行入职新员工职业规划篇二

二季度，是第二届董事会第一年工作的冲刺阶段，针对前二个季度经营工作中存在的存款增长稳定性不够，资产质量优化进度不够，综合盈利能力、资本充足等核心竞争力有待进一步提高等不足，将继续围绕半年度工作会议提出“份额”、“效益”、“风险”和“形象”八个字抓好工作，向独立经营10周年献礼。

### 1、突出重点增存款，份额再上新台阶。

组织资金始终是银行工作的基础和重点。前阶段的结对子竞赛，取得了初步成效，但存款的稳定性不强，要继续突出存款增长，强化宣传攻关，强化竞赛考核，强化服务创新，持之以恒把“结对子、争份额、比贡献、争市场组织资金竞赛”活动开展得有声有色，争取存款市场份额再上新台阶。

### 2、紧抓拓展争效益，夯实资本充足率。

今年是我行享受所得税减半政策的最后一年，二季度要继续围绕我市经济发展的热点、重点，紧盯我市临江开发、开发区建设、工业集中区建设，瞄准有效资产抵押企业，紧抓传统业务拓展，加大支持力度，尽力拓展市场，争取效益最大化。同时，要继续强化各项管理，搞好年内各项财务核算，尽力控制不合理费用开支，反对铺张浪费，杜绝跑、冒、滴、漏，防范各类案件发生，争创最佳效益，扎扎实实地提足资本充足率和各项拨备率，向全体股东交上一份满意的答卷。

### 3、狠抓难点求突破，奋力提高资产质量。

信贷资产质量始终是我行效益的根本，始终是我行快速发展的根本。二季度，要抓住年终企业资金回笼较多的有利时机，锲而不舍活资产，一步不松降不良，争取余额占比双下降。一要抓紧以规范信贷五级分类为抓手，加快我行信贷管理系统建设，早日为我行强化信贷管理提供科学决策工具。二要集中力量做好中央银行专项票据兑付工作，争取央行资金扶持政策落实到位。三是以控制不良贷款产生为出发点，全面完成对支持类企业、控制类企业、和压缩类企业的清理工作，为明年进一步强化信贷管理打好基础。

#### 4、强化宣传树形象，努力营造发展环境。

要抓紧我行独立经营10周年庆典准备，设计系列宣传方案，大搞舆论宣传，深化、细化、延升ci形象策划，促使我行办公场所、办公用品、宣传资料、仪表仪容、服务用语等硬件、软件建设上档次、有规格。要拓展优质文明服务新思路，强化行风建设，塑造品牌形象，为\*\*商业银行增添新的活力。

### 银行入职新员工职业规划篇三

为了让我们新员工更快地了解公司、适应新工作，公司特地从3月19日开始对我们进行了为期一周的新员工入职岗前培训。这次培训的内容十分丰富，经过56天的培训，使我在最短的时间里了解到本公司的基本运作流程，以及个人体能训练，企业现状和一些我以前从未接触过的专业知识等。通过这次培训，使我受益非浅、深有体会。

军训的感受像个五味瓶，酸，甜，苦，辣，咸样样都有。记得刚开始军训的第一天，教官叫我们做稍息立正这些动作。我觉得太好笑了，稍息立正这些简单容易的动作小学一年级就会了，干嘛还要学呀！可是，我们虽然会做，但却一点也不标准。原来，稍息立正也很讲究的。就拿立正来说吧，“两脚脚跟并拢，脚尖分开约六十度，腰挺直，

手.....”然后就是站军姿！用立正的’姿势站在原地，还要做到纹丝不动。一站就是二三十分钟。我似乎感到这汗水是那么苦涩。此时此刻，我多么想放弃，要是现在放弃的话，那前面的几天辛苦不就白费了吗？于是我就咬着牙，硬撑了下来。在这严肃、艰苦的军训中，也有令人喜悦的一刻，指挥教官带领我们一起拉歌。每一个班都派一个能歌善舞的表演，表演者生动、活泼、幽默；观众也看得拍手称快，接下来几天工厂还给我们每个人一人发了套床上用品，厂里对员工福利这么好！而且人性化管理！更让我一定坚持下来的信心、军训让我有了对生活坚持的态度，让我明白只要对生活充满信心，做任何事情只要肯付出，那么一定会回报自己一个钻石般的生活和五色石般的人生。我始终都坚信：坚持就是胜利。

虽然军训只是短短的几天，回顾几天来的学习收获，我感慨很多，收获也很多，体会也很多，千里之行，始于足下”，这一个礼拜短暂而又充实的实习，全面提高个人的综合素质，我认为对我走向社会起到了一个桥梁的作用，过渡的作用，是人生的一段重要的经历，也是一个重要步骤，对将来走上工作岗位也有着很大帮助。向他人虚心求教，遵守组织纪律和单位规章制度，与人文明交往等一些做人处世的基本原则都要在实际生活中认真的贯彻，好的习惯也要在实际生活中不断培养。这一段时间所学到的经验和知识大多来自公司教官和老师的教导，，这是我一生中一笔宝贵财富。

## 银行入职新员工职业规划篇四

采取省行于分支行自下而上和自上而下相结合的方式，即分支行根据分类标准进行筛选梳理、主动制订辖内存量客户的退出清单，报送省行进行审核；省行经与分支行沟通反馈后，在全辖层面最终确定分类清单和退出目标客户清单及执行计划。

### 2、对存量客户进行分类划分

原则上必保新增类客户余额应控制在存量总余额的25%以内，存量维持客户余额控制在40%—50%之间，后两类类客户余额之和不低于存量客户总余额的25%。

### 3、明确退出计划执行时限和结构性退出比例

(1) 对于纳入退出计划范围的不良授信客户，原则上在3年内完成客户清退工作，明确制定分年度清退计划，第1年退出金额不得低于存量余额的40%，前2年累计退出金额不得低于存量余额80%。

(2) 加强对正常类客户的风险甄别，加大对高风险关注客户的退出力度。要求纳入主动退出计划的正常和关注类客户，其20xx年度退出金额不得低于各行年初对公正常类贷款的5%，其中关注类客户退出金额应不低于上述两类客户年度退出金额的60%。

## 银行入职新员工职业规划篇五

谢谢各级领导给我带来了这次难得的学习机会，在短短的三天时间里我开阔了眼界，学到了如何做好本职工作，提升服务水平的系统的业务知识。当然，这只是总行给我带来了一把掌握世界金融新领域经营的钥匙，今后我仍要进一步地学习、深造、提高。下面我从以下几个方面进行汇报：

### 一、全球一流的培训机构给我们授课

这次培训班是由我们来自全国银行各分行的39名学员组成的，讲师是从美国启明全球研究院上海启明金融管理学院请来的曾志尧教授。培训时间虽短，但曾老师利用自身得天独厚的全球化资源和专业知识优势，向我们灵活多样地讲述了“全球教育”和“全球企业”的新概念。

这次培训的主题是“心服务”计划。“心服务”就是用心为

我们的客户带给真诚的，发自内心的服务。透过学习，我明白只有热心对待每位客户，才能获得信任并能进一步让客户将心中的需求完全说出；我们务必细心观察与体会，才能深入了解客户的真正需求；针对客户的需求，我们要用心主动热情并有效的用心执行。我深信，唯有发自内心的服务意愿，才能带给客户满意的服务。我们要以真心服务，让客户觉得安心舒适，我们要营造完美的服务气氛，让客户体验到愉悦的服务，进一步让客户认同并喜欢到浦发银行理解我们的服务。

经营产品品牌，你能够用75%的时间、金钱和精力来影响顾客而只用25%应对剩下的一切。而对银行而言，经营我们的服务品牌务必用至少50%的时间、金钱来影响自己的员工。优先权正好相反，产品品牌以顾客为先。而服务品牌以自身员工为先，要想使品牌服务有效，务必教会员工亲历他们服务的品牌，因为对客户而言，代表品牌的人就是品牌。如果员工表现不当，品牌与顾客之间的关系就会崩溃。

下面的这个故事是老师在讲课中给我们讲的一个案例，同是服务行业，他们的做法好比一面镜子，也许会启发我们的思路：

于先生因公出差泰国，曾下榻东方饭店，第一次入住时良好的饭店环境和服务给他留下了深刻印象。而第二次入住时的几个细节，更使他对饭店的好感迅速升级。这天早晨，他刚走出房门准备用餐，楼层服务生恭敬的问道：“于先生是要用早餐吗”于先生很奇怪，反问：“你怎样明白我姓于”服务生说：“我们饭店规定，晚上要背熟所有客人的姓名。”这令于先生大吃一惊，因为往返世界各地，入住无数酒店，这种状况还是第一次碰到。于先生高兴地乘电梯来到餐厅，刚出电梯，餐厅服务生就说：“于先生，里面请。”于先生更加疑惑：“你明白我姓于”服务生答“上面电话刚刚下来，说您已经下楼了。”

如此高的效率让于先生再次大吃一惊。于先生刚进餐厅，服务小姐微笑着问：“于先生还要老位子吗”于先生的惊讶再次升级，心想“尽管我不是第一次在那里吃饭，但最近的一次也是一年前了，难道那里的服务小姐记忆力那么好”看到于先生惊讶的目光，服务小姐主动解释说：“我刚刚查过记录，您在去年6月8日在靠近第二个窗口的位子上用过早餐。”于先生听后兴奋地说：“老位子！老位子！”服务小姐之后问：“老菜单一个三明治，一杯咖啡，一个鸡蛋”此刻于先生已经不再惊讶了：“老菜单，就要老菜单！”这一次早餐给于先生留下了终生难忘的印象。

之后由于业务调整，于先生3年没有去泰国。生日这天，他突然收到一封东方饭店发来的贺卡，里面还附了一封信息：“亲爱的于先生，您已经3年没有光顾东方饭店了，我们全体人员十分想念您，期望还能再次见到您。这天是您的生日，祝您生日愉快。”于先生当时十分感动，发誓如果再去泰国，必须住在东方饭店，而且要说服所有去泰国的朋友也像他一样选取东方。一封贴着六元邮票的信，就这样买到了顾客的一颗心——这就是客户关系管理的魔力。

我们在日常的服务中也就应用心服务，注意细节，发挥团队协作精神，巩固老客户，从而发展新客户。市场营销学告诉我们，争取一个新客户的成本是留住一个老客户的5倍，在利润贡献方面，老客户更是新客户的16倍。那么留住老客户就是提高利润，增强我们在市场中的竞争力。