

2023年联通客户经理工作总结 移动客户经理培训心得体会(通用8篇)

思想的力量是无穷的，它可以激发人们的潜能和创造力，改变自己 and 世界。小编为大家整理了一些工会工作总结的精华片段，希望能够给大家提供一些写作的参考和借鉴。

联通客户经理工作总结篇一

通过对xxx市公司的参观和实地走访，我认为客户经理的工作流程是：

一是晨会。(一)了解库存情况，因为客户经理要走在电访员的前一天，所以预先知道库存情况是十分必要的。如若不然，客户问及时我们就不能给出明确的答复，由于客户经理与电访员的口径不一致造成不必要的矛盾。而目前我们还不能提前一天准确的知道库存情况。(二)由领导布置当日的工作重点。

二是出访前准备。(一)制定走访计划，预先充分估计可能出现的问题，以及应对措施。(二)携带拜访记录本以及访销预订单。

三是实地拜访。询问产品经销情况，查看商户卷烟库存，进行营销指导，推荐重点品牌，并协助进行理货陈列，宣传烟草公司的新信息、新政策以及市场信息的收集，协助商户写好订单，帮助处理在权限之内可以解决的问题。

四是每日小结。每日拜访结束后，就一天的拜访情况做出总结并向领导反馈客户提出的意见，并及时给客户以明确的答复，不拖，不靠，体现我们的高效性。

五是查阅资料。进入系统查阅明日需拜访的客户资料，包括

其经营情况，本周、本月业绩完成数据，为第二天走访做好准备。

总之，通过这次学习使我自己有了清晰的认识，离真正的客户经理还相距甚远，做市场不能光靠吃苦耐劳，重要的是动脑筋，因为只有方法对了头，才能提高效率，我要在工作中思考，在思考中进步！

联通客户经理工作总结篇二

通过这次培训使我对客户经理的岗位有了新的认识。客户经理具有重要的桥梁作用、市场调研作用、客户中心服务作用，我们要认真学习客户管理的方法、技巧，运用现代的多种手段，力求首先改变自己，从而达到改变客户的目的，从而尽快占领市场，占领客户，以期实现双赢乃至多赢。

因此，在今后的一段时间内，我们应中点做好以下几方面的工作：

- 1、尽快适应岗位转换。首先是业务技能的熟练掌握。这是关键，不能够熟悉业务知识，任何的服务和营销将无从谈起，更谈不上客户的开发。其次是营销的技能。在客户经理岗位上不单纯是优质的服务，更重要的是一种营销。我们每天都会面对许多形形色色的客户，要善于和他们进行广泛的沟通与交流，洞察客户的想法，为其提供满意的服务。“客户经理与客户的关系不仅是业务关系，更是一种人的关系；客户经理的服务要有创意，要走在客户的前面。”然后在这一理念的指导下，通过对业务的学习和对市场行情的准确把握，为客户提供合理建议。而不能将与客户的合作停留在的“饭局公关”上。客户关系营销，是一种经营理念上的超越，反映了一种新型的营销文化，从本质上体现出了对“以客户为中心”理念的认同，而不是骨子里仍残留着“以自我为中心”的优越感，要真正体现银行对客户的一种人文关怀和对银企鱼水关系的爱护。这种营销，既立足当前，更着眼于未来。

善待客户，就是善待自己;提升客户价值，就是提升自我价值。

2、积极主动营销、挖掘客户源。我们要树立主动营销的意识、树立发展意识、市场意识和服务意识，深入市场和企业调查研究，针对当地经济的特点，及时调整经营思路，制定适合本地区经济特点的客户营销策略，及时发现，积极培育优质客户和贷款项目，积极开拓信贷市场。主动地去发掘，选择培育和支持有效信贷需求，积极开拓适应中小企业和当地经济特点的信贷品种，扩大信贷投放领域，努力提高资金使用的安全性、流动性和盈利水平，并以此实现自身的发展壮大。

3、加强客户关系的维护。客户分类管理是客户经理从事客户管理的主要内容。按投入与产出相匹配的原则，对不同的客户实施不同的管理策略，有的放矢。当今金融市场的竞争尤为激烈，各种不确定因素的存在，要求我们不断加强与客户的联络，与客户之间建立深厚的感情，只有这样，才能保证营销工作旺盛的生命力。我们的事业才会发达。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

联通客户经理工作总结篇三

一天的集团客户经理能力提升培训班已经结束，回想起来仍历历在目。首先感谢市公司集团客户中心给了我这次培训的机会。而我非常珍惜这本来不属于我的培训机会，我们从互不熟悉的一群人到相互信任友好和谐的一个团体，这一天的培训经历，都将沉淀积累成为我职业生涯以至整个人生当中不可或缺财富。心得体会如下：

我却更愿意说是这一天的培训在我们这些已装有石块的杯子中又填充了沙砾，让我们更为趋于完美。“合理的要求是锻炼，不合理的要求是磨练”，正是这样的学习态度，才能充分的吸收新鲜知识，真正的充实自己。对于我而言，这些沙砾是敢于展现自我的勇气，是理论观念的补充，是积累实战经验的铺路石，是身处困境的积极态度，是面临挑战的坚定信念。“细节决定成败”、“唯一不变的就是变”、“情商决定成败”、“做不到第一就做唯一”、“团队给予我们的永远胜过我们给予团队的`”等等这一切，感受从未如此深刻过。做事先做人，要创造卓越，专业知识、努力工作必要条件却不是充分条件，从“秀才的梦”故事当中感受积极的心态决定积极的人生，态度才是决定的关键。

，从营销与礼仪课上学到许多到为人与处世，是我在培训过程中的另一大收获。通过培训，尤其是自我介绍之后，增强了营销理念，我清楚地知道自己应该如何去面对客户，具体到每一个环节。更重要的是我因此而获取的面对挑战的勇气和自信。将营销知识与我们中国移动的特殊营销产品相结合，感悟最深刻的是“客户的满意不包括无理的要求”，因为顾客的期望会提高，我们变的越快，客户的口味就变的越高，我们无法满足。不能太在乎顾客一定要得到什么样的服务，改变以前中国移动的“客户就是上帝”的想法，在客户面前我们也要维护自己的尊严，不应该像以前要求的员工要做到“骂不还口，打不还手”，那样既得不到社会的尊重，也伤了员工的工作热情，无法体现中国移动“以人为本”的管

理模式，中国移动的地位也会因此下降。自己的合法权益得不到保护就是损失。只要是合理的就要坚持自己的观点。这就需要恰当的感情沟通处理，也就是感情营销。

让我深刻领悟首先是对业务技能的熟练掌握。我们要比别人更努力，这是关键，不熟悉业务知识，任何的服务和营销将无从谈起。更谈不上客户的开发。永远要对你的工作保持熟悉，不然你会错过很多机会。其次是营销的技能。在客户经理岗位上不单纯是优质的服务，更重要的是一种营销。要有一种吃苦耐劳和对市场的敏锐洞察力，去挖掘市场，不负众望。我们每天都会面对许多形形色色的客户，要善于和他们进行广泛的沟通与交流，洞察客户的想法，为其提供满意的服务。“客户经理与客户的关系不仅是业务关系，更是一种人的关系，要与客户做朋友；客户经理的服务要有创意，要走在客户的前面。”然后在这一理念的指导下，通过对业务的学习和对市场行情的准确把握，为客户提供合理的消费建议。而不能将与客户的合作停留在“饭局公关”上。客户关系营销，是一种经营理念上的超越，反映了一种新型的营销文化，从本质上体现出了对“以客户为中心”理念的认同，而不是骨子里仍残留着“以自我为中心”的优越感，要真正体现中国移动对客户的一种人文关怀和对银企鱼水关系的爱护。这种营销，既立足当前，更着眼于未来。善待客户，就是善待自己；提升客户价值，就是提升自我价值。

加强客户关系的维护。客户分类管理是客户经理从事客户管理的主要内容。按投入与产出相匹配的原则，对不同的客户实施不同的管理策略，有的放矢。当今通信市场的竞争尤为激烈，各种不确定因素的存在，在现代社会唯一不变的是变，要求我们要变的比别人快，要不断加强与客户的联络，与客户之间建立深厚的感情，只有这样，才能保证营销工作旺盛的生命力。

机会很多，却总有从手缝中溜走的遗憾。不能怨天尤人，而应该自我反省，是没有给我机会吗，还是因为我自己准备的

不够充分？机会只给有准备的人，这样的遗憾，下不为例。

总的说来，客户经理培训班给了我许许多多的感动：悉心准备前期工作、中期服务的培训中心领导；敬心工作、激情洋溢的讲师们；为集体荣誉团结协作的组员们；“团结就是力量”、“猜手势游戏”；真诚的赞美、团队的力量；还有始终如一坚持激情满怀的我们培训带给我们很多启示，很多东西值得我们去坚持：一份好心态，一颗上进的心、积极的态度；培养团队精神、创新精神；合理安排时间，树立良好的时间观念；重视细节，战略上举重若轻，战术上举轻若重等等。最后，想以一个寓意深远的故事来为本小结划上句号。在沸水这样的环境中，我愿意自己是一颗咖啡豆，不是胡萝卜或是鸡蛋，在沸水中逐渐变得脆弱或冷漠；也不是执拗地所谓坚持自我，而是和沸水完全相融合，虽然不再是原有的形态，却可以散发出迷人香味，香浓的滋味令人愉悦。做一颗快乐的咖啡豆，在沸水中成就自我，更满意他人。

联通客户经理工作总结篇四

“立金训练营”客户经理班已经结束，回想起来仍历历在目。我们从互不熟识的一群人到相互信任的一个团体，对培训从嬉笑以对到仔细对待，而自己，从一个置身理论的不经事的高校生蜕变为在实践中完善自我的银行客户经理，这其中所经验的以及为此而付出的努力，都将沉淀积累成为我职业生涯以至整个人生当中不行或缺的财宝。

“看法确定一切”，是我在整个培训过程中感受最深的一点。许多学员都说我们是进了魔鬼训练营，像傻子般接受一群魔鬼讲师的“洗脑”。我却更情愿说是这三天的培训在我们这些已装有石块杯子中又填充了沙砾，让我们更为趋于完备。

“合理的要求是熬炼，不合理的要求是磨练”，正是这样的学习看法，才能充分的汲取簇新学问，真正的充溢自己。对于我而言，这些沙砾是敢于呈现自我的志气，是理论观念的补充，是积累实战阅历的铺路石，是身处逆境的主动看法，

是面临挑战的坚决信念。“细微环节确定成败”、“准时就是迟到”、“从零起先”、“团队赐予我们的恒久赛过我们赐予团队的’”等等这一切，感受从未如此深刻过。做事先做人，要创建卓越，专业学问、努力工作是必要条件却不是充分条件，看法才是确定的关键。

从“纸上谈兵”到实际业务操作，在实践中自如运用所学学问是我在培训过程中的另一大收获。假如没有这次培训，我不知道我在接触客户时会有怎样的表现；但是通过培训，尤其是亲身打算并参加演练之后，我清晰地知道自己应当如何去面对客户，详细到每一个环节。专业的销售流程是一个循环的过程，从准客户开拓到打算、约访、接洽、初次面谈、商品说明、拒绝处理、促成面谈到售后服务，售后服务不是结束，而是另一个准客户开拓的起先。通过演练，不仅驾驭了详细流程，更重要的是我因此而获得的面对挑战的志气和自信。尽管还有许多不足，但走下讲台，听到前辈赞许的激励，油然而生的喜悦不行言喻。还有一点感想，就是要做好打算抓住机会。机会许多，却总有从手缝中溜走的缺憾。不能怨天尤人，而应当自我反省，是没有给我机会吗，还是因为我自己打算的不够充分？机会只给有打算的人，这样的缺憾，下不为例。

总的说来，“赢向将来”客户经理培训班给了我们许很多多的感动：悉心打算前期工作的行领导；敬心工作、激情洋溢的讲师们；为集体荣誉团结协作的组员们；“爱的激励”、“龙的呼喊”；真诚的赞美、团队的力气；还有始终如一坚持满怀激情的我们，培训带给我们许多启示，许多东西值得我们去坚持：一份好心态，一颗上进的心、主动的看法；培育团队精神、创新精神；合理支配时间，树立良好的时间观念；重视细微环节，战略上举重若轻，战术上举轻若重等等。最终，想以讲师的一个寓意深远的故事来为本小结划上句号。在沸水这样的环境中，我情愿自己是一颗咖啡豆，不是胡萝卜或是鸡蛋，在沸水中渐渐变得脆弱或冷漠；也不是执拗地所谓坚持自我，而是和沸水完全相融合，虽然不再

是原有的形态，却可以散发出迷人香味，香浓的味道令人愉悦。

做一颗欢乐的咖啡豆，在沸水中成就自我，更满足他人。

联通客户经理工作总结篇五

时光荏苒，时间从未为谁逗留，转眼间，我们已是一名大三的学生了。今年的暑假，是我长这么大以来最充实的一个假期，第一次真真正正地走入社会，切切实实地锻炼了一回，感触良多。

作为一个和营销相关的广告学专业学生，一直以为销售是件很容易的事，但很多事情往往就是看着简单，做起来难。这个暑假我选择的是手机销售，两个月的时间，总算是在这个行业入门了。

这次能有机会在联通公司营销中心实习，我感到非常荣幸，虽然只有短短的一个月，但是在这段时间里，我学到了很多，受益匪浅，以下是我在实习期间的工作、总结以及心得体会。

一、初步阶段

我实习的地点叫：联通大世界。一楼是手机卖场，二楼和三楼是客户服务区和工作区。7月19日下午我便开始了我的暑期实习。进入营销中心后，我认识了李姐、秦哥、肖哥、萍和汪叔，每个人都很好，在我的实习期间给了我很多帮助和指导。一开始我先了解联通的各种业务：吉祥卡、畅听卡、顺心卡、世界风□186-3g卡、小神通□3g上网卡、新势力、宽带等等。作为一名客户经理，一定要对自己的业务了解，做好足够的准备才能与客户更进一步的沟通。实习还让我了解了办公室生活，如上班下班和开会等等，对于初涉社会的大学生是很有用的。第二天早上我就参加了公司的周会，体验着公司的上班氛围，心里充满惬意。

二、实战营销

实战营销是在邻城宁国举行，所以也算是经历了我生平的第一次出差。我和汪叔、肖哥一组，我们的任务是在制定区域推销电话卡，8分卡，手机□2m和4m宽带，光纤等等。我们每完成一项业务就能积不等的分数，最终看每个小队的总分评出一二三名等各个奖项。

7月23日这天6点多就被汪叔叫起来了，在宁国分公司开了会分好任务，每个队一个督导，我们拿好宣传材料就出发了。我们在划给我们的区域转了一圈，进了好多店都是一点结果没有。这才开始体验到营销人员的工作困难，我感觉上门推销很容易被人看成骗子。也见识了广大群众对我们营销人员的各种应对方式，可爱的是有两家店的老板都说她老公是电信的把我们拒绝了。不过和汪叔肖哥在一起，总是能发现开心的事，积极面对，不轻易言败。

后来我们改变策略，在一个广场摆摊点。这个方法倒是为我们吸引了不少客户，好几个办宽带的客户，大热天的汪叔他们跑来跑去，忙得不可开交。我也坚守我的岗位，做好我自己的工作，不管天热，激情向客户讲解。

营销人员最重要的一点：一定要能说会道，察言观色。我还需要加强，还欠缺很多，比如对于客户心理的把握，以及简单明了的讲解等等。

最终我们拉了3个4m宽带，2个2m宽带，一个固话和3张卡。我们队以19:21输给了广德队，拿到了第二名。我看到居然还有个队促成一家宾馆拉了10m光纤和好多固话，只是没装机不能算分。这么多厉害的营销人员，真是值得学习。

三、电话营销与礼仪业务培训

上下班的路上，我注意到一家正在装潢的酒店，就记下号码，

想打电话过去问对方是否需要我们联通提供的固话以及宽带等服务。但由于我没想好开场白，电话迟迟拨不出去。李姐告诉我要胆大，勇敢地走出营销第一步！然后我准备好就拨电话过去了，虽然对方告诉我他已经办理好类似业务了，我也很开心，因为我勇敢地迈出了第一步，跨过了心里的坎，以后的工作就更容易上手了。

8月2日晚7点公司我们客户经理进行了一次小培训。这些都给我极大触发，原来很多细节都是成败的关键。首先是服务礼仪：我们客户经理一定要给客户以信任的印象!!!自身着装要干净，精神!不要穿凉鞋，短裤，也不要把钥匙挂在腰带上叮咚作响!要表现的胸有成竹，沉着!而且切记不要装嫩!!!站如松，坐如钟，还要跟客户进行眼神交流，展现良好的精神面貌!同时在握手，拿名片，递名片等等许多方面，注意细节，不要给客户以轻浮的印象.....还有业务知识的培训，都给我极大的震撼，知之甚少，而且有些东西即使知道，也很难在平时注意到。

四、“乒临天下”乒乓球比赛

我们实习时正值联通的“乒临天下”乒乓球比赛，我先后充当了区选拔赛和市选拔赛的工作人员。

虽然工作比较辛苦，但看到客户们的踊跃参加，积极比赛，我便有些欣慰。诚然，不管企业做的多大，都应该汇报社会，回报客户。赚钱并不是企业的唯一宗旨，赚钱也不应该是我们唯一的人生目标，钱不是万能的，拥有一颗美好的心乐观的看待社会才是最重要的。

五、市场调查

8月10日下午，周总给我们布置任务，沿街店铺做问卷调查。我和萍一组，负责锦城路(四小至一小)和东门建材市场。一开始，我还是比较兴奋地+相当期待+信心满满。。。可事实

再次证明，期望越大，失望越大。。。

任务一下来，我们就去跑调研。先从锦城路开始，主要是服装等商店。我们说我们是联通公司的暑期实习生，想做一下市场调查，能否问您几个问题？第一个店员勉强的配合我们，我们问、我们填表、她勉强答···好不容易完成了第一份问卷。接下来的，就完全打击我们自信心了，店员全都不理我们，赶我们走。我们也不是每一家店都进去，看到店里太忙就不进去了。

一家金店，我们拿着调查表正准备进去，连门都没跨过去，里面的人就大叫不要进来出去出去！有的人完全把我们当骗子看，有人一听是联通就说自己是移动，有的人很厌烦地问我调查什么调查什么，有人说他没手机···记得被一家赶出来后，萍推那个玻璃门，砰的一声没打开，后面的店员就在叫：“拉！拉！拉！没看上面写的是拉字呀！”

真的很委屈，原来调研并不是我想象的那么轻松与简单。最后在路边看了个貌似大学生的女生做了当天的最后一份也是第二份问卷。我觉得吧，可能与人们的小市民心理有关，而且由于最近频频发生上门推销的恶性事件，人们的警惕心很强。回去后，李姐安慰我们，提醒我们要注意沟通。虽然倍受打击，我们还是要坚持不懈，要勇敢地面对，找出外在的、自身的问题所在，挑战自我，超越自我！

8月11日上午，我们继续跑锦城路的另一半边。开始的第一家勉强的做成一份问卷，可后面的调查也不行了。我和亚萍商量，把调查表收起来，也不说我们是联通公司的，就说我们是在校大学生，来做市场调查，这样情况才略微好转。然后我们分开，她跑对面的店铺。虽然情况和昨天下午类似，钉子不断，但最终我们都拿到5-6分问卷。一上午我的心情就呈锯齿状曲线高频波动，我填好一份调查表高兴至极，被狠狠地拒绝一次就伤心至极。

下午我们继续。坐了一段很长的公交，来到了建材市场。本以为建材市场的人一概比较好说话吧，可惜情况还是那样。商人们都对我们不理不睬，不止一家的人讲她不识字。建材市场还是很大的灰尘，最后我们还是取得10份问卷的好成绩。

要我来概括调研人员的生活，就是酸甜苦辣。被人拒绝心里酸酸的，被人接受心里甜甜的，跑来跑去吃力不讨好很是辛苦，同时还要不畏火辣辣的太阳，无视环境的艰难，完成任务。不过我们的心态还是很好，积极面对；)

8月17日，我和方亚萍又接了一个任务，就是跑酒店餐饮类的调查。这次调查在李姐的示范下开始，我们有学到一手。任务不大，明显比上次要好多了，我们自己也是颇为欣慰！

联通客户经理工作总结篇六

一、做大客户易，做小客户难

做大客户授信，营销困难，审批容易，启动授信困难，收益偏低；做小客户授信，营销容易，审批困难，启动授信容易，收益较高。

我有个与众不同的观点，做大客户贷款很容易，比拼不了做银行的经营能力，考察不了银行的水平，小客户才真正考验银行的经营水平。比如给中国石油化工股份有限公司贷款10亿元非常容易，一个很嫩的客户经理就可以轻松搞定，授信调查报告写得错字连篇，报告缺东少西都不要紧，授信肯定批准。

一个小的客户，比如只要100万元贷款，这都是非常困难的事情，客户经理必须反复将客户的风险揭示，写了三十多页都不一定批准，审批人员会找出一万个理由否定这个项目。

二、靠大客户吃饱，靠小客户吃好

无大客户不富，无小客户不稳。一家银行的经营，需要依靠大客户造声势、造影响；靠小客户聚人气、练新兵。银行是个标准的服务行业，没有人气、很难经营。

靠大客户吃上饭，发工资，靠小客户吃好饭，吃夜草。大客户议价能力极强，通常都是银行割肉的行为，很多都是赚个吆喝钱。小客户议价能力较弱，可以较高位定价，甚至砍一刀，给大家挣些奖金花花。

一家银行必须有足够多的小客户做好金字塔的塔基，坐稳、做实基本客户群，同时必须有一定数量的大客户做成塔尖，充分利用大客户的爆发力、冲刺能力完成一些指标。大客户往往稳定性较差，会导致银行的经营指标出现大起大落现象。尽可能多做一些小客户，减少乃至平滑大客户的影响。

三、大客户和小客户不同的营销思路

对于营销大客户而言，做人比做事更重要，人品认同优于业务。怎么做和做成事一样重要，做大客户一定是银行资深人员的事情，比如是支行行长能力范围的事情，做大客户的客户经理必须更懂人情世故，必须积累极其深厚的人脉。大客户更关心业务之外的事情，需要的资源远远超出了一个年轻客户经理，甚至是支行行长、分行行长所能调动的资源边界。如果没有极其深厚人脉，不要去尝试开拓大客户。

对于营销小客户而言，做事比做人更重要，更强调一定要做成事。小客户更关心自身生存需要，拿到资金是第一位的，至于谁来服务根本不重要。而且小客户议价能力较差，基本上银行可以交叉销售各项银行产品。

营销大客户就如同闯江湖的无名小卒，希望尽快扬名立万，希望能和少林寺的方丈过过招，最好三下五除二打倒方丈，再踹上两脚，一战成名。但是，那哪是容易的事情，那少林十八罗汉也个个不是省油的灯，不被十八罗汉打懵就是好事

了。

闯江湖还不如先搞定几个什么山庄的庄主，什么门的堂主，毕竟对方实力一般，三拳两脚就能搞定，这样更实际一些。先打出些江湖名气，立下自己的山头，吸引一些小弟入伙，再一步一步打下江山。

四、尽快做到支行行长

一个客户经理如果想很快成长起来，尽快做到支行领导岗位，必须有几个有实力的大客户撑住，必须建立起大客户的人脉积累。必须舍弃很多个人的时间，甚至舍家舍业，真正交几个生死与共的大客户，大客户由衷的愿意帮助你，并愿意把你培植起来。有时候，大客户也在观察人，希望能扶植起一两个支行行长，毕竟，如果做了支行领导，解决问题的能力立刻提高很多，对客户而言，支行长也是一个很重要的人脉资源。你对别人的价值高，自然开拓起来容易很多。所以这就是马太效应，一旦做到行长位置，很多业务自然就可以办成了，很多人愿意主动帮助你。

联通客户经理工作总结篇七

为期两个月的暑期实习已经结束了，在这两个月中，不管是在知识上，还是在感情上，我都收获良多。

我这次的实习地点是在xxx[]我的实习岗位是对公客户经理助理，我的工作内容主要是协助对公客户经理的日常工作。银行对公客户经理是指具备相应任职资格和能力，从事银行对公客户关系管理、营销方案策划与实施，为行政企事业单位、同业等客户提供存款、支付结算、代收代付等金融服务的营销人员。客户对信贷、结算、理财等方面的多种需求导致了客户经理所要掌握的营销手段和职业技能的多样性、综合性。客户经理要做好经济、金融、财务、法律、税收、市场营销、公关、心理等多方面的知识储备才能做好客户管理和服务工

作。而我作为对公客户经理助理，协助对公客户经理的日常工作，就必须了解熟悉对公客户经理的基本业务技能，才能在他需要我的协助的时候有能力协助他。

对公客户经理的主要职责有以下几点：公司类客户的营销(包括公司存款、贷款、其他金融需求的营销管理工作);负责为客户提供存款、贷款、国际结算、代收代付等产品和服务，推动与客户与各项业务上的深度合作;根据银行发展战略，培养优质客户及开拓新客户，确保完成银行分配的各项业务经营指标;撰写授信报告及定期审查客户之授信条件，以保证信贷素质;负责开展与母公司对口部门和各分支机构业务联动工作。我的导师主要的业务是在“全程通”那一块，全程通汽车工程机械金融是指以汽车制造商、工程机械制造商为行业核心客户，通过分析汽车、工程机械行业供应链上采购、生产、销售及消费等环节特点，根据其资金、票据、结算、货物等流向，集成行业链上供应商、制造商、经销商、终端用户等不同客户的金融需求，提供的一体化、全方位的集成式的产品组合，包括贷款、法透、银票、保理、信用证等不同产品。我作为实习生，主要就是在客户每返还了一笔贷款的时候把他们当初质押在银行的汽车合格证寄送给他们。另外，在启用了他们的综合授信后，在他们的综合授信项下，每次他们需要开银行承兑汇票的时候，准备好材料，去分行给他们开票。有时候我还给一些公司做询证询证函的工作和给公司高层开白金信用卡。

除了前期的启用和开票工作外，我也协助客户经理做一些后期的工作，比如，录入新的公司的基本资料，录入公司的财务报表，给已授信的公司做全面风险检查，给未授信的公司做授信调查报告，等等。在协助我的导师做这些事情的时候，我不仅巩固了我在学校学习到的财务知识和管理知识，还学习到了一些在学校学不到的知识，知道了怎样在现行经济的情况下分析一个公司的经营能力、管理能力、财务能力等各项指标，也了解了怎样去防范公司风险，减少银行不良贷款。新客户是需要营销的，你坐在那儿等是等不到的，所以客户

经理经常需要外出营销客户。作为对公客户经理助理，我有幸也参与到了这个流程。首先，我们要对这个公司有一个全面的了解，比如，这个公司的主营业务，行业优势，他所在的行业地位，他的经营状况，他的上下游企业经营状况，他的议价能力，他的财务状况，等等。而这个了解来源于网上的资料和自己的实地考察，在公司的实习考察过程中，我们来衡量这个公司是否符合我们银行的行业投向，是否可以作为银行客户来发展。在确定可以发展这个客户之后，我们就要与这个公司的高层联系，商讨合作意愿与合作方案。在这个过程中，客户经理的沟通能力就体现出它的重要性了，沟通的好，银行就可以在这次合作中获得更大的利润，沟通的不好，可能就合作不成功，失去这个客户。在确定好合作方案之后，客户经理就回到银行，先把公司资料录入系统，然后撰写授信报告上分行的预审会和信审会，在过了分行的预审会和信审会后，这个公司的综合授信就可以确定下来了，这个公司也就成了客户经理的客户。在外出学习的过程中，我学到了许多与客户相处和谈判的知识，加深了对光大银行产品的了解，巩固了产品知识，也大大的增长了见识。

作为一名一直生活在大学校园的学生，这次实习无疑成为了我踏入社会前的一个平台，为我今后踏入社会奠定了基础。首先，我觉得在学校和单位的很大一个不同就是进入社会以后必须要有很强的责任心和扎实认真的工作态度。在工作岗位上，我们必须要有强烈的责任感，要对自己的岗位负责，要对自己办理的业务负责。另外，我觉得工作中每个人都必须要坚守自己的职业道德和努力提高自己的职业素养，不懂的事情就要向别人学习，不合规的事情坚决不做。

然后，我觉得与同事的相处与交流很重要。就像我这次实习，我最开始什么也不懂，都是经理他们一点一点交给我的，但是他们也不可能一下子把所有的东西都教会我，所以，他们都只是先教我一个大概，然后我在工作中遇到了问题，再去问他们，这样既加深了我对所学东西的印象，也促进了我们之间的交流。在交流中学习，在交流中进步，也在交流中融

合，形成一个团队。由于一个完整的任务需要大家分工合作来完成，只有用正确的方法与同事交流，尽快地解决问题，大家才能齐心协力地搞好工作。这方面的技巧，书本上是学不到的，要在工作中慢慢地学习积累。

最后，还要有明确的职业规划。现在我已经大四了，也有了比较明确地职业方向，那就是银行业。在与银行的工作人员和前辈交谈的过程中，不断地了解现在社会所需要的金融人才应具备什么样的素质，从现在开始又可以做哪些方面的准备。所以今后还要抓紧时间努力学习银行相关知识，早日通过银行理财师或者注册金融分析师的考试，相信只有这样才能在自己的工作岗位上得到更好的发展。我觉得到了实际工作中以后，学历并不显得最重要，主要看的是个人的业务能力和交际能力。任何工作，做得时间久了是谁都会做的，在实际工作中动手能力更重要。因此，我体会到，如果将我们在大学里所学的知识与更多的实践结合在一起，用实践来检验真理，使自己具备较强的处理基本实务的能力与比较系统的专业知识，这才能更好的为客户服务，为银行创造业绩，实现自己的人生价值。

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。”初读此句时，我并没有特别的感觉。然而就在这不长的实习后，我不仅真正明白了它的意义，更深切体会到它的内涵。实践出真知，理论只有联系实际才能发挥它应有的功能。在银行里每一个人都是我的老师，我要学习的实在太多太多，不仅是专业技能，还有职业精神和社会经验，这些都能成为我以后能很好的胜任工作的基础，也是我能在激烈的竞争中脱颖而出最重的砝码。

联通客户经理工作总结篇八

“立金训练营”客户经理班已经结束，回想起来仍历历在目。我们从互不熟识的一群人到相互信任的一个团体，对培训从嬉笑以对到仔细对待，而自己，从一个置身理论的不经事的

高校生蜕变为在实践中完善自我的银行客户经理，这其中所经验的以及为此而付出的努力，都将沉淀积累成为我职业生涯以至整个人生当中不行或缺的财宝。

“看法确定一切”，是我在整个培训过程中感受最深的一点。许多学员都说我们是进了魔鬼训练营，像傻子般接受一群魔鬼讲师的“洗脑”。我却更情愿说是这三天的培训在我们这些已装有石块杯子中又填充了沙砾，让我们更为趋于完备。“合理的要求是熬炼，不合理的要求是磨练”，正是这样的学习看法，才能充分的汲取簇新学问，真正的充溢自己。对于我而言，这些沙砾是敢于呈现自己的志气，是理论观念的补充，是积累实战阅历的铺路石，是身处逆境的主动看法，是面临挑战的坚决信念。“细微环节确定成败”、“准时就是迟到”、“从零起先”、“团队赐予我们的恒久赛过我们赐予团队的”等等这一切，感受从未如此深刻过。做事先做人，要创建卓越，专业学问、努力工作是不必要条件却不是充分条件，看法才是确定的关键。

从“纸上谈兵”到实际业务操作，在实践中自如运用所学学问是我在培训过程中的另一大收获。假如没有这次培训，我不知道我在接触客户时会有怎样的表现；但是通过培训，尤其是亲身打算并参加演练之后，我清晰地知道自己应当如何去面对客户，详细到每一个环节。专业的销售流程是一个循环的过程，从准客户开拓到打算、约访、接洽、初次面谈、商品说明、拒绝处理、促成面谈到售后服务，售后服务不是结束，而是另一个准客户开拓的起先。通过演练，不仅驾驭了详细流程，更重要的是我因此而获得的面对挑战的志气和自信。尽管还有许多不足，但走下讲台，听到前辈赞许的激励，油然而生的喜悦不行言喻。还有一点感想，就是要做好打算抓住机会。机会许多，却总有从手缝中溜走的缺憾。不能怨天尤人，而应当自我反省，是没有给我机会吗，还是因为我自己打算的不够充分？机会只给有打算的人，这样的.缺憾，下不为例。

总的说来，“赢向将来”客户经理培训班给了我们许很多多的感动：悉心打算前期工作的行领导；敬心工作、激情洋溢的讲师们；为集体荣誉团结协作的组员们；“爱的激励”、“龙的呼喊”；真诚的赞美、团队的力气；还有始终如一坚持满怀激情的我们，培训带给我们许多启示，许多东西值得我们去坚持：一份好心态，一颗上进的心、主动的看法；培育团队精神、创新精神；合理支配时间，树立良好的时间观念；重视细微环节，战略上举重若轻，战术上举轻若重等等。最终，想以讲师的一个寓意深远的故事来为本小结划上句号。在沸水这样的环境中，我情愿自己是一颗咖啡豆，不是胡萝卜或是鸡蛋，在沸水中渐渐变得脆弱或冷漠；也不是执拗地所谓坚持自我，而是和沸水完全相融合，虽然不再是原有的形态，却可以散发出迷人香味，香浓的味道令人愉悦。

做一颗欢乐的咖啡豆，在沸水中成就自己，更满足他人。