

金融办软环境工作计划书(通用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。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

金融办软环境工作计划书篇一

发一个专业，目前暂定为税务代理专业。

(1)工作计划实践教学体系的建设与完善；

(2)工作计划素质教育体系建设；

(3)工作计划理论教学体系建设。

此必须搞好课程改革工作。

产学研结合是我系的重点工作，同时也是难点工作，这是由我系的专业所对应的行业岗位特点决定的。但是，高等职业教育必须走产学研结合之路。因此，要克服困难，重点围绕以下方面走好产学研结合之路。

1. 锻炼和充实师资队伍
2. 丰富实践教学条件
3. 创新培养模式——订单培养
4. 推动就业工作

金融办软环境工作计划书篇二

20xx年，全行个人金融业务的总体思路是：“以客户为中心、以市场为导向”，全力实施“经营客户”战略。坚持“一个中心，六个基本点”的基本策略，即以“经营客户”为“中心”，以客户、产品、渠道、服务、经营品质、执行力“六个基本点”作为“经营客户”战略的重要支点，继续强化“狠抓三条主线不动摇”为具体抓手。通过实施渠道管理精细化、客户经营精细化、服务管理精细化、操作风险管理精细化、产品销售精细化五个方面入手，全面提升个人金融精细化管理水平，推进经营管理上台阶、上水平。

(一)产品策略：继续坚持狠抓产品销售不动摇，以做全和做强产品为目标，在巩固传统强项产品优势地位的基础上，进一步加强弱项产品的销售能力；优化产品销售结构，注重现有网点产能的挖掘，重点抓好点均线下网点的产能提升，力争通过现有网点产能的整体提升，最大限度的缩小与同业在规模上的差距；以交叉营销和联动营销为抓手，提高客户对产品的认知度和依赖性，通过产品的交叉覆盖和服务的完善改进，稳定和拓展客户基础，提升单一客户对建行的贡献度和忠诚度。

(二)客户策略：要充分依托理财中心，深化二代转型，围绕“一个中心，六个基本点”，坚定不移的落实“经营客户”战略；20xx年经营客户的重点要在精细和固化上下功夫，要坚持客户拓展和产品销售互促共进，扩大规模和优化结构并举并重的经营原则，在竞争中要确保有足够大的大众客户，有足够多的好客户，强化客户营销维护能力，挖掘存量客户潜能。通过提高产品覆盖度来留住客户，培育客户向上迁移成长，促进客户格局和渠道格局的相互匹配和全面融合。

(三)渠道策略□20xx年渠道建设重点要在解决渠道总量扩大、覆盖面提升、区域结构优化、功能扩充等紧迫性问题上下功夫。一是要稳步、快速扩大物理网点数量，要重点布放在中

心城市行和“第二梯队”，以及经济快速发展的县域地区，形成和同业抗衡的主阵地；二是继续大力发展自助渠道建设，力争在三年之内使自助银行与物理网点数量达到3：1比例，延伸服务半径；三是着力建设客户经理和理财中心软渠道，按照专职、专业、专注要求，带出一支新队伍，开拓一片新天地，打造一个新阵地，形成物理网点、自助设备、理财中心和客户经理相互协同、相互呼应、相互补充的全新渠道格局。

(四)区域策略：持续推进中心城市地区、重点发展地区和发展地区三大区域发展策略，着重打造“第二个***”□20xx年“三大梯队”的经营目标是：中心城市行个人存款新增和中间业务收入还要保持同业第一，坚守主阵地，作出更大贡献；继续打造“第二个***”，使其在同业形成绝对竞争力，提高贡献水平，瞄准第一梯队，实现突破跨越；“第三梯队”要实现快速崛起，通过加速发展，赶超同业，缩短差距，尽快向第二梯队跟进靠拢，提高对全行业务的贡献度。

(一)加强业务创新，做全、做强产品

1. 狠抓一季度个人业务旺季营销工作，以“个人存款，实物金、个人客户”为核心，以基金、保险、借记卡，产品覆盖度和临界区间客户提升，自助设备开机率、账务性业务替代率及网点替代率为重点，做实旺季营销。
2. 完善自上而下到网点的产品销售垂直作业模式，加大通报考核力度，营造良好的竞争氛围。
3. 继续推进产品“扫零、达标、越级”和“保险、基金、黄金攻坚战”，做全产品，弥补“短板”，提升网点均衡销售能力。
4. 持续加大对理财产品的销售力度，加强总行“利得盈”、“大丰收”、“日新月异”等常规理财产品特别是开放型产品的销售工作，进一步巩固提升我行自行设计发起

的“乾元”系列理财产品当地品牌优势;加大对信托公司信托计划产品的代理销售力度,逐步搭建我行理财产品和信托公司产品相互补充的销售模式。

5. 进一步做大做强个人黄金业务,扩大品牌影响力,加强实物金业务成本控制,提升实物金经营管理水平;加强对账户金的销售力度,与电子银行渠道联动,提高账户金产品覆盖度;加强账户金交易规范管理。

6. 试点推出移动保管箱业务,建立从业务布局、申请开办到日常管理等一整套保管箱业务管理办法和操作规程,稳步推进保管箱业务的发展。

7. 建立完善自上而下的基金产品销售信息传递链条,提高股票型基金、主代销基金、基金定投营销能力;充分发挥个人客户经理队伍作用,提升各级销售人员的系统工具使用能力、数据挖掘能力、客户服务能力和精准营销水平,努力提高新老基金代销市场份额;加强与基金公司合作,做好基金从业资格考试;加强与电子银行渠道联动,进一步规范货币基金交易。

8. 做好凭证国债、储蓄国债、记账式国债产品的销售工作,巩固提升地区同业优势地位;加强记账式国债的风险管控,利用技术手段建立频繁、大额交易日常监控机制。

9. 提高对代理保险产品的销售管理能力,建立完善代理寿险产品网点资源配置考核方案;建立保险公司销售支持人员规范管理制度;加强与保险公司合作,加大对网点一线销售人员保险专业知识培训力度,做好保险从业资格考试工作,提高我行自身保险销售能力;做好客户风险评估,提高客户服务水平。

10. 加强理财卡、龙卡通借记卡、支付宝联名卡等发卡的工作力度,扩大借记卡存量市场份额,提高新发卡的质量;持续开展折转卡及提升借记卡的动户率,加强对准贷记卡业务资产质量的管理,控制不良透支的攀升,降低不良率;按照总行部

署，积极拓展推广借贷合一卡、陆港通、预付卡等新产品。

11. 加大个人外汇业务宣传力度，加强队伍建设，加大制度梳理和对下培训力度；试点开办并逐步推广外币代兑业务；选择重点地区、重点网点加大对个人国际速汇、个人外币汇款、个人结售汇等外汇产品的推广工作力度，打造全区个人外汇业务标杆网点，并发挥其带头作用。

12. 稳步推出电话支付业务，建立电话支付业务管理制度和操作流程；加强与中粮可乐公司合作，积极拓展中粮支付业务。

13. 强化产品交叉销售，推广个人金融产品套餐服务，提升产品覆盖度。

14. 调度内外部媒体资源，做好重点产品营销宣传和品牌推广，做好客户体验活动宣传，把好宣传材料关。

(三) 完善队伍建设 强化客户服务

15. 继续强化个人客户经理队伍建设，提高专职个人客户经理的覆盖度和充足率。

16. 以理财中心为考核单元进一步加强对个人客户经理的考评管理，在二级分行层面推广典型考评办法。

17. 量化个人客户经理考核指标，完善客户经理产品销售、客户新增等关键业绩的考核量化，突出个人客户经理销售主渠道的作用。

18. 以产品销售为纽带，以顾问式客户关系管理为依托，建立并完善全新的客户关系管理体系。

19. 通过多种手段持续巩固二代转型成果，全力做好20xx年网点二代转型工作。

20. 抓住客户增长、产品覆盖度、理财卡配卡、存量客户保有率、服务vip客户时间占比、客户联系计划覆盖率等关键业绩指标，提升客户经理产品销售和服务能力。

金融办软环境工作计划书篇三

工作计划是行政活动中使用范围很广的重要公文，也是应用写作的一个重头戏。机关、团体、企事业单位的各级机构，对一定时期的工作预先作出安排和打算时，都要制定工作计划，用到“工作计划”这种公文。以下是小编整理的2018年金融工作计划，欢迎阅读！

20xx年市金融办将在市委市政府的坚强领导下，树立“抓金融、促发展”理念，强化“大融资、大金融”意识，坚持以社会融资总量为中间目标，坚持充分发挥金融支撑功能和发展壮大金融业并重，坚持直接融资与间接融资并举，不断拓宽融资渠道，创新融资方式，千方百计扩大社会融资总量，进一步提升金融支撑我市经济社会发展的能力。

实现社会融资总量300亿元，其中市内外银行信贷增幅超全省平均水平，力争1户企业上市成功过会，2户以上企业进入上市辅导阶段，10户以上企业进入重点培育阶段。新引进一家以上股份制银行进入筹建实质阶段。基本完成农村合作金融机构改制。实现新开业小额贷款公司2家以上，新增贷款投放超25亿元。实现融资性担保公司累计贷款担保额突破100亿元。

（一）努力扩大银行有效信贷投放

坚持“有扶有控”，增强执行货币政策的灵活性、针对性和有效性，充分发挥银行主渠道作用，努力扩大信贷规模，同时注重灵活运用新型融资工具，利用银行综合金融服务优势，持续加大有效信贷投放，力争20xx年市内外银行新增贷款不低于上年，其中市内银行新增贷款不低于130亿元，贷款增速不低于全省平均水平。

1、全力争份额抢规模。继续实行信贷投放目标管理，加大信贷考核力度。年初市金融办将会同市人行、银监局，将市委、市政府确定的年度信贷投放目标任务，分解到各行社，实行月考核月通报和季分析调度制度，并作为硬指标，列入年终对各金融机构信贷考核。进一步引导、激励各行社早投放、多投放。激励各金融机构及早谋划，积极向总分行争取政策和信贷倾斜支持，多跑省行跑总行，力求多争份额多抢规模，做大信贷资源“总盘子”，强化分析调度，加大与金融机构协调联动，采取形势分析会、“窗口指导”、项目对接调度、进展通报等形式，强化常态和动态对接，及时介绍最新金融政策和产业政策，通报全市重大项目进展、企业资金需求和信贷投放进度，提前谋划、及早对接、牢牢把握每一阶段信贷投放的主动权。

2、加大银企对接力度。坚持早对接、密集对接，年初及早制定全年银政企对接一揽子活动计划和工作方案。围绕市委、市政府重大发展战略、重点工程、重大项目，全年组织4次以上大型银政企对接以及股份制银行滁州行等主题活动。注重突出特色，根据不同类型企业的融资需求，分层次组织系列“小规模、分专业、见实效”的专题对接活动。综合利用滁州金融网、人行征信、发改委项目和经委企业管理等系统，利用中小微企业金融服务平台，第一时间收集发布更新信息，畅通部门与银行、担保以及企业之间对接渠道，动态对接。进一步扩大对接范围，积极邀请各类证券、基金、保险、信托、租赁、担保、小贷等金融投资机构参与，进一步扩大融资合作面，以此促进业务合作，推动机构引进。

3、以项目为龙头，积极扩大信贷增长空间，会同市人行、银监局和发改委、经信委等经济主管部门密切配合，重点围绕美好新滁城建设、苏滁产业园、招商引资、产业结构调整、承接产业转移等重大项目以及企业资金需求情况，抓紧编制、储备、对接项目，抓紧启动新一轮与金融机构项目合作。引导金融机构围绕市委、市政府发展主线确定投资主线和信贷切入点，以项目为抓手，按照银行信贷要求，完善前期手续。

及时督查和通报项目对接进展，全力落实项目合作成果，突出重点，以重大项目争份额，努力扩大信贷空间。

4、大力拓展银行表外融资规模。银行表外融资是当前形势下企业融资较为灵活简便和现实有效的方式。鼓励金融机构综合利用各类信贷替代工具，开发信贷替代产品，积极推进银行承兑汇票、信用证、保函、保理、理财产品、信托贷款、委托贷款、结构化融资等表外融资业务，加大对地方经济实际投放力度。将表外融资量作为软指标，列入年终对各金融机构信贷考核。

5、充分发挥综合金融工具融资功能。鼓励各金融机构积极争取总行旗下的证券、信托、租赁、基金、保险等控股公司的多牌照金融资源支持，综合利用多种金融工具，发挥“投贷债租证”综合优势，采取“信贷+基金”、融资租赁、股权融资、贷投合作、直投等方式扩大融资规模。

6、加大与市外银行的合作力度。进一步深化与国家开发银行的合作，采取更为灵活有效的合作模式，吸引其持续扩大对我市城市建设领域的信贷支持。推进与进出口银行的深度对接，重点推动外向型经济和进出口企业与进出口银行的融资合作力度，积极推进与市外各类股份制银行、城商行和外资银行的融资合作，利用其机制灵活、产品新颖、模式多样优势，重点加大对我市成长型、科技创新型企业和优势产业集群产业上下游优质中小企业的信贷支持力度。力争20xx年市外金融机构来滁投放超30亿元。

（二）大力推动资本市场直接融资

1、加快推动企业上市融资。坚持“政府引导、企业自主、市场运作、政策扶持”的思路和“优选一批、培育一批、辅导一批、上市一批”的工作步骤，进一步健全企业上市推进机制，全力帮扶引导，持续保持我市企业上市的强劲势头，力求企业上市首发和再融资不断取得新突破。力争实现扬子木

业上市过会。对已进入辅导期的拟上市企业，一企一策，全力推进，对具备条件、有上市意愿的各类企业，将尽快纳入市级后备资源库，重点筛选2-4家企业，政策倾斜，重点培育，力争有更多的企业进入省级资源库，享受省级优惠政策。不断加大宣传和培训力度，采取专家授课、机构辅导、舆论宣传等方式，加速后备企业上市进程，大力培植上市资源。

2、积极推进债券融资。抓住国家加大企业债券发行力度、简化审批程序的有利进机，积极创造条件，以城建、交通、能源、高新技术等收益相对稳定、风险较小的行业为重点，鼓励和引导全市已上市公司、国有骨干企业和大企业发债。支持市开发区同创公司发行企业债券。

3、积极推进票据融资。抓住国家扩大直接融资的机遇，市金融办将会同市人行、市经委和各金融机构，加大与中国银行间市场交易商协会的对接沟通，充分利用非金融企业债务融资工具，帮助企业到银行间市场融资，认真筛选直接债务融资目标培育企业，鼓励上市公司、大企业和重点骨干企业到银行间市场发行中期票据、短期融资券、集合票据等债务融资工具融资，并以此腾出信贷规模，支持中小企业发展。

4、积极扩大信托融资。市金融办将主动帮助企业加强与省内外信托公司的业务合作，设计适合不同企业和项目的相应信托产品，通过信托贷款、信托股权投资、其他权益类投资等方式引入信托资金，吸引民间资本参与，对受贷款规模、准入条件等制约无法通过银行贷款融资的项目、工程和企业予以支持，不断扩大信托融资量。

5、大力发展租赁融资。加强与租赁公司、融资租赁公司、金融资产管理公司以及银行控股租赁公司的合作，支持租赁公司通过售后回租方式盘活在建项目的各类资产。鼓励企业通过直接租赁、转租赁、委托租赁等手段进行融资。

（三）完善多层次金融组织体系，增强金融支撑能力

1、加大金融机构引进力度。以在皖设立分支机构的各类股份制银行、外资银行和城商行为重点，加大引进力度，推动签订引进战略合作协议，及时掌握其网络布点规划信息和国家金融监管政策导向，畅通引进绿色服务通道，强化引进工作领导小组和推进协调组职能，明确任务，责任分解到人，全程跟踪推进。会同市银监局、市人行，积极跟进、主动服务，全力构建引进金融机构绿色服务通道。积极引进市外金融机构。全力推进股份制银行分支机构设立工作，力争再引进1家股份制商业银行。

2、鼓励村镇银行开设分支行。支持优质小额贷款公司发展成为村镇银行，鼓励符合条件的村镇银行在乡镇设立分支机构，加大财政扶持力度，鼓励村镇银行与商业银行错位竞争，引导其立足县域和“三农”搞好金融服务。

3、全面深化农村合作金融机构改革。全力推动凤阳农村信用联社改制工作进入实质性阶段。完成来安联社改制为农商行工作。加快天长、明光、全椒农合行改制为农商行步伐。吸引优质社会资本参与到改制过程中，提升农商行的服务水平，支持绩优农商行上市，充分发挥服务“三农”主力军作用。

4、规范有序发展小额贷款公司。认真落实省政府“控制数量，提升质量，合理布局，防范风险”的要求，坚持组建与规范并重，积极扩大试点成果，鼓励各类资本实力强的大企业发起设立，吸引更多的社会资本参与，同时积极向上争取，力争20xx年再获批筹建开业2家以上小额贷款公司。加大监管力度，促进小贷公司规范经营、强化风险防控，加大政策扶持力度，鼓励和引导小贷公司不断提升管理水平，降低利率和成本，其进一步发挥好在缓解小企业、个体工商户和农户融资难中的积极作用，真正成为金融支持县域和“三农”的有益补充。

5、加快完善融资担保体系。坚持融资性担保行业强化社会责任和实行可持续发展并举，逐步建立以国有资本为主体、社

会资本为补充的市县两级担保体系，发挥政府主导融资性机构的主力军作用，坚持市场化运作。建立符合现代企业制度的法人治理结构，充实资本实力，立足服务中小企业，创新融资担保方式，充分利用和发挥好政府信用和财政性资金杠杆作用，不断提升融资担保能力，扩大担保融资量，为更多的中小企业担保融资发挥好服务作用。努力做好融资性担保公司风险防范工作。力争20xx年累计贷款担保额超百亿元。

6、促进投融资平台快速健康发展。进一步深化投融资体制改革，支持和推动市城投公司做大做强，建立投融资平台与财政、土地联动，资金“借用还”良性循环的运作机制，通过整合资源、盘活存量、收储土地、出让金净收益全额返还等方式，不断充实资本金，壮大资产规模，优化资产结构，持续提供稳定的现金流，提升平台经营获益能力，走出一条“在融资中实现投资，以投资保障融资”的可持续发展新路子，更好地发挥政府投融资主力军作用。

7、积极吸引基金投资。扶持和引导浚源基金加大投资力度，吸引更多社会资本和民间资本参与，发挥示范效应，以此带动更多投资机构对我市企业和项目开展投资。认真总结浚源基金设立经验，继续发挥好财政资金的杠杆效应，加大政策扶持和对接引进力度，积极承接资本转移，吸引更多的股权投资基金、风投、创投基金来我市开展风险投资，支持企业战略重组，壮大规模，提升实力，做大做强。

金融办软环境工作计划书篇四

1、我行一直提倡的“首问责任制”、“满时点服务”、“站立服务”、“三声服务”我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让顾客满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，顾客对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没

款□bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为顾客服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

4、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让顾客多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质顾客推广使用网上银行业务。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的刚性，提高约束力。

2、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理和上门服务。

3、进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

4、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

5、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

- 1、把好进人用人关。银行业听着很美，其实充满竞争和风险，所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工最大潜能来确定适合的岗位，从而提高员工的积极性。
- 2、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将培训计划上报人事部门，准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。
- 3、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵，除了参加明年的技术比武更为了提高员工的业务水平。
- 4、勤做员工的思想工作，关心鼓励员工，强化员工的心理素质。
- 5、有计划、有目的地进行岗位轮换，培养每一个员工从单一的操作向混合多能转变。

金融办软环境工作计划书篇五

20--年，全行个人金融业务的总体思路是：“以客户为中心、以市场为导向”，全力实施“经营客户”战略。坚持“一个中心，六个基本点”的基本策略，即以“经营客户”为“中心”，以客户、产品、渠道、服务、经营品质、执行力“六个基本点”作为“经营客户”战略的重要支点，继续强化“狠抓三条主线不动摇”为具体抓手。通过实施渠道管理精细化、客户经营精细化、服务管理精细化、操作风险管理精细化、产品销售精细化五个方面入手，全面提升个人金融精细化管理水平，推进经营管理上台阶、上水平。

一、20--年个人金融业务经营管理策略

(一)产品策略：继续坚持狠抓产品销售不动摇，以做全和做

强产品为目标，在巩固传统强项产品优势地位的基础上，进一步加强弱项产品的销售能力；优化产品销售结构，注重现有网点产能的挖掘，重点抓好点均线下网点的产能提升，力争通过现有网点产能的整体提升，最大限度的缩小与同业在规模上的差距；以交叉营销和联动营销为抓手，提高客户对产品的认知度和依赖性，通过产品的交叉覆盖和服务的完善改进，稳定和拓展客户基础，提升单一客户对建行的贡献度和忠诚度。

(二)客户策略：要充分依托理财中心，深化二代转型，围绕“一个中心，六个基本点”，坚定不移的落实“经营客户”战略；2011年经营客户的重点要在精细和固化上下功夫，要坚持客户拓展和产品销售互促共进，扩大规模和优化结构并举并重的经营原则，在竞争中要确保有足够大的大众客户，有足够多的好客户，强化客户营销维护能力，挖掘存量客户潜能。通过提高产品覆盖度来留住客户，培育客户向上迁移成长，促进客户格局和渠道格局的相互匹配和全面融合。

(三)渠道策略：2011年渠道建设重点要在解决渠道总量扩大、覆盖面提升、区域结构优化、功能扩充等紧迫性问题上下功夫。一是要稳步、快速扩大物理网点数量，要重点布放在中心城市行和“第二梯队”，以及经济快速发展的县域地区，形成和同业抗衡的主阵地；二是继续大力发展自助渠道建设，力争在三年之内使自助银行与物理网点数量达到3：1比例，延伸服务半径；三是着力建设客户经理和理财中心软渠道，按照专职、专业、专注要求，带出一支新队伍，开拓一片新天地，打造一个新阵地，形成物理网点、自助设备、理财中心和客户经理相互协同、相互呼应、相互补充的全新渠道格局。

(四)区域策略：持续推进中心城市地区、重点发展地区和发展地区三大区域发展策略，着重打造“第二个梯队”。2011年“三大梯队”的经营目标是：中心城市行个人存款新增和中间业务收入还要保持同业第一，坚守主阵地，作出更大贡献；继续打造“第二个梯队”，使其在同业形成绝对竞争力，

提高贡献水平，瞄准第一梯队，实现突破跨越；“第三梯队”要实现快速崛起，通过加速发展，赶超同业，缩短差距，尽快向第二梯队跟进靠拢，提高对全行业务的贡献度。

二、2011年个人金融业务工作要点

(一)加强业务创新，做全、做强产品

1. 狠抓一季度个人业务旺季营销工作，以“个人存款，实物金、个人客户”为核心，以基金、保险、借记卡，产品覆盖度和临界区间客户提升，自助设备开机率、账务性业务替代率及网点替代率为重点，做实旺季营销。
2. 完善自上而下到网点的产品销售垂直作业模式，加大通报考核力度，营造良好的竞争氛围。
3. 继续推进产品“扫零、达标、越级”和“保险、基金、黄金攻坚战”，做全产品，弥补“短板”，提升网点均衡销售能力。
4. 持续加大对理财产品的销售力度，加强总行“利得盈”、“大丰收”、“日新月异”等常规理财产品特别是开放型产品的销售工作，进一步巩固提升我行自行设计发起的“千元”系列理财产品当地品牌优势；加大对信托公司信托计划产品的代理销售力度，逐步搭建我行理财产品和信托公司产品相互补充的销售模式。
5. 进一步做大做强个人黄金业务，扩大品牌影响力，加强实物金业务成本控制，提升实物金经营管理水平；加强对账户金的销售力度，与电子银行渠道联动，提高账户金产品覆盖度；加强账户金交易规范管理。
6. 试点推出移动保管箱业务，建立从业务布局、申请开办到日常管理等一整套保管箱业务管理办法和操作规程，稳步推

进保管箱业务的发展。

7. 建立完善自上而下的基金产品销售信息传递链条，提高股票型基金、主代销基金、基金定投营销能力；充分发挥个人客户经理队伍作用，提升各级销售人员的系统工具使用能力、数据挖掘能力、客户服务能力和精准营销水平，努力提高新老基金代销市场份额；加强与基金公司合作，做好基金从业资格考试；加强与电子银行渠道联动，进一步规范货币基金交易。

8. 做好凭证国债、储蓄国债、记账式国债产品的销售工作，巩固提升地区同业优势地位；加强记账式国债的风险管控，利用技术手段建立频繁、大额交易日常监控机制。

9. 提高对代理保险产品的销售管理能力，建立完善代理寿险产品网点资源配置考核方案；建立保险公司销售支持人员规范管理制度；加强与保险公司合作，加大对网点一线销售人员保险专业知识培训力度，做好保险从业资格考试工作，提高我行自身保险销售能力；做好客户风险评估，提高客户服务水平。

10. 加强理财卡、龙卡通借记卡、支付宝联名卡等发卡的工作力度，扩大借记卡存量市场份额，提高新发卡的质量；持续开展折转卡及提升借记卡的动户率，加强对准贷记卡业务资产质量的管理，控制不良透支的攀升，降低不良率；按照总行部署，积极拓展推广借贷合一卡、陆港通、预付卡等新产品。

11. 加大个人外汇业务宣传力度，加强队伍建设，加大制度梳理和对下培训力度；试点开办并逐步推广外币代兑业务；选择重点地区、重点网点加大对个人国际速汇、个人外币汇款、个人结售汇等外汇产品的推广工作力度，打造全区个人外汇业务标杆网点，并发挥其带头作用。

12. 稳步推出电话支付业务，建立电话支付业务管理制度和操作流程；加强与中粮可乐公司合作，积极拓展中粮支付业务。

13. 强化产品交叉销售，推广个人金融产品套餐服务，提升产品覆盖度。

14. 调度内外部媒体资源，做好重点产品营销宣传和品牌推广，做好客户体验活动宣传，把好宣传材料关。

(三) 完善队伍建设 强化客户服务

15. 继续强化个人客户经理队伍建设，提高专职个人客户经理的覆盖度和充足率。

16. 以理财中心为考核单元进一步加强对个人客户经理的考评管理，在二级分行层面推广典型考评办法。

17. 量化个人客户经理考核指标，完善客户经理产品销售、客户新增等关键业绩的考核量化，突出个人客户经理销售主渠道的作用。

18. 以产品销售为纽带，以顾问式客户关系管理为依托，建立并完善全新的客户关系管理体系。

19. 通过多种手段持续巩固二代转型成果，全力做好2011年网点二代转型工作。

20. 抓住客户增长、产品覆盖度、理财卡配卡、存量客户保有率、服务vip客户时间占比、客户联系计划覆盖率等关键业绩指标，提升客户经理产品销售和服务能力。

21. 固化100家理财中心vip窗口柜员配置规范的基础上，向全辖网点理财中心覆盖推广，进一步解决理财中心空心化问题。

22. 强化客户分层服务，加强理财中心客户引导分流，进一步提升理财中心客户服务功效。

23. 在二级分行层面抓好经营客户系列提升措施、规定动作和个性动作的实施落实;创新内容和形式，持续执行个人客户例会制度。
24. 在持续开展标准化理财中心创建的基础上，着力实施创建精品理财中心活动，以点带面，形成理财中心成长发展的良好梯队。
25. 持续做好客户经理三大工具的运用推广，优化客户经理营销作业考评系统，与产品推广紧密结合，提高系统工具的使用效能。设计“理财规划与客户资产配置分析工具”，为客户经理进行产品销售和客户维护提供强有力的支持。
26. 持续常态推进临界区间客户拓展上移活动和客户四个必备金融工具的营销推广，提升产品覆盖度和联动营销能力，强化客户联系和产品推荐。
27. 将客户信息质量维护作为一项基础性工作，持续抓好分阶段客户信息质量提升。
28. 全力实施客户经理营销能力素质提升打造项目。
29. 开发系统平台，对个人客户经理基础信息和日常维护实施系统化、工具化管理;在客户经理营销作业考评系统中搭建客户积分管理系统，按客户忠诚度和产品覆盖情况对客户进行分层和差别化服务。
31. 举办个人客户经理销售pk赛，增强个人客户经理实战能力
32. 举办各类专题培训班，全面做好一线员工培训工作
33. 抓好基金销售从业人员培训及考试工作。

34. 加大个人黄金业务从业人员培训力度，研究通过外部权威机构考试认证方式。

35. 做好保险从业资格考试工作，提高保险从业资格持证人员数量。

(三) 加强渠道建设 提升服务水平

36. 持续调整网点布局结构，在2011—2015年布局规划指导下，结合西部大开发与十二五规划发展战略，适当增设我行在发达地区(包括县域)的营业网点。

37. 持续推进网点购置、装修建设，加强中心城市行和重点区域的资源配置，切实提高中心城市行的网点自有率水平，使中心城市行网点自有率提高5-10个百分点；重点调整低产网点和5年以上未标准化装修网点；继续优化营业网点视觉形象标准，符合总行vi标准网点比例达到98%以上；结合我行二代转型及打造100家标准化理财中心战略继续支持个人理财中心的优化改造工作；在赤峰建设1家保管箱业务项目；继续加大离行自助银行选址规划建设，使离行自助银行成为物理网点的有效补充。

38. 全面提升渠道建设管理水平，落实集约化管理，制定全行网点建设工作流程和考核机制，进一步强化和完善网点建设责任机制。

39. 试点推广网点建设后续跟踪评价工作，完善网点后评价体系，建立网点配置模型、网点选址模型，完善两大渠道建设管理模式，加大网点建设情况检查督导力度；总结分析资本性支出对网点销售的支持提高程度。

40. 进一步完善自助业务运营管理体制，深入推进自助设备集中专业化管理步伐，力争年底实现全行自助设备的集中管理工作，打造一支专业化和高效化的自助设备管理队伍。

41. 进一步强化自助业务基础管理，继续加大自助设备“剃尾巴”考核力度；加大宣传，提高设备分流率；积极拓展自助渠道的交易功能；进一步精细对设备服务厂商的管理和考核，切实提高设备运行和服务质量。

42. 继续加大自助设备的经营管理考评力度。要突出对重点行、重点地区的政策倾斜。打造-----的第一梯队，提高上述行的经营管理水平，使其在设备规模、运营指标、设备收入贡献、柜面替代率水平上切实起到引领全区的作用。在此基础上，带动以呼伦贝尔、赤峰、通辽、锡盟、乌海为代表的第二梯队加快发展，有效提高设备交易量和收入贡献度。帐务性替代率要达到60%以上，同时要重点提高附行式设备的替代业务能力。

43. 突出抓好离行式自助银行的建设。将自助渠道的建设放在与网点同等重要的程度来建设。力争在未来三年内实现自助银行与网点数量比达到3：1。

44. 调整设备布局结构，力争实现全行每个网点配备存款功能设备；严格控制低产、低效设备的产生。力争将低产设备控制在5%以内。

45. 继续做好自助业务风险的防控工作。进一步规范自助业务操作流程；提高自助业务自查、抽查及普查工作质量，教育员工识别和自觉规避业务风险，提高自助业务风险防范能力和履岗能力。

46. 利用行内外资源，采取多种渠道和方式来加强自助业务知识培训。

47. 通过持续开展星级网点管理，固化和提升网点转型效果。拟在原有五星级、四星级、三星级网点的基础上，把星级向下延伸，增加二星级网点的评选。

48. 整体提升全行网点服务质量，重点体现网点服务的稳定性和服务的固化。

49. 从破难点和顽疾点入手，贯穿全年开展“抓服务、固成果、上水平”服务提升攻坚活动，循序渐进，实现网点服务水平的有序提升。

50. 按照每季度两次的频率对所有营业网点开展神秘人检查。

51. 打造理财中心服务标准，提高理财中心服务质量，打造建设银行理财中心服务品牌。

52. 完善网点服务考核机制，强化网点的服务考核，在规范统一服务流程的基础上，提高零售网点的营销服务质量和水平。

53. 加强对网点和个人客户经理的培训力度。在培训分工上，区分行侧重对员工能力提升的培养，二级分行则重点进行基础知识的培训。

(四) 强化基础管理，倡导合规经营

54. 贯穿全年开展“破难点、整顽疾”风险管理提升攻坚活动，以进一步加强对私柜面操作风险管理，强化屡查屡犯问题的整改。

55. 继续强力打击自办业务和柜员禁止性规定，彻底杜绝有章不循、违规操作，提高柜员风险防控和合规经营意识。

56. 提高发卡质量，对不动卡进行定期激活和清理，规范理财卡等产品收费，建立完善的客户升降级机制，实现按标准发卡，提高银行卡年费收缴率及商户回佣，优化准贷记卡功能，对打卡等事务性业务逐步进行全行性集中处理。

57. 制定并下发《零售网点岗位绩效考核管理试行办法》，规

范统一全行零售网点各岗位的绩效评价内容、过程和结果。

58. 理顺理财产品销售规范，解决理财业务多头管理问题，加强对条线、分行特色理财业务的监督和指导，定期对分行销售合规性开展检查，规范操作。

60. 加强投资者教育，正确引导客户合理配置资产和稳健投资，帮助客户树立正确的投资理财理念。

61. 继续抓好基础管理系列措施工作，将其作为常态化、制度化手段，实行动态考核，着力提高网点人员基本业务技能和风险防范意识，建立个人金融部位风险和案件防控的长效机制。

62. 加强主动发现问题、分析问题的能力，做到事前预防。对于各类审计、总行及区分行相关部门提供的内外部最新风险防控动态，及时跟踪、搜集和梳理整理，认真研究分析，发现风险点，做到事前预防。

63. 强化整改工作。将各类审计、内外部检查发现问题的整改工作纳入常态化管理机制，按照不同检查层面的发现问题，制定整改流程，明确整改责任，确保整改效果，对不及时、不认真落实整改工作的，要对二级分行相关责任人实行问责。

64. 完善基础管理考核机制。继续以个人金融业务基础管理考核系统为依托，对营业网点、二级分行基础管理水平综合评价，连续考核，进一步夯实全行个人金融业务基础管理水平；按月对委派柜员主管评价考核，组织开好柜员主管例会，加强柜员主管的履职能力。

65. 抓好柜面操作风险管理，协调各级检查团队落实个人金融业务检查计划，对检查结果充分整改和利用，提高对柜面业务操作的垂直指导力度。

66. 完善“5+1”考评体系的基础上，将理财中心考核纳入其中，形成条线“6+1”考评模式，配套实施谈话制度和二级分行经营管理评价制度，条线上下形成合力，确保各项政策措施的执行落地。

(六) 加强系统建设 做好流程优化

67. 继续强化对数据特别是产品与客户的分析和挖掘，进一步将管理做深、做细。

68. 按照总行要求做好证券业务系统、理财产品综合支持系统、核心业务系统□pbcs等系统的版本上线推广，做好pbcs等系统使用情况的跟踪通报。

69. 做好区分行个人金融业务综合管理平台等自行开发系统的优化需求的提交及功能的日常使用管理。

70. 进一步发挥总行营销服务系统、分行客户经理作业系统□ocrm□acrm等系统工具客户数据挖掘分析功能，提升精准营销能力。

71. 推广网点业绩评价系统、网点销售门户系统、网点资源调度系统、网点排队和客户识别系统及新功能。

72. 通过个人客户经理服务支持项目，开发客户经理业绩评价功能，建立全行客户经理服务vip客户和产品销售业绩的统一评价标准。

73. 依托“个人金融产品营销服务系统”，加强客户挖掘，提高商机处理率，加强商机统一管理，优化网银精准营销。

最后，启动包括客户经营、渠道管理、风险管理、服务管理、产品管理等在内的条线精细化管理提升一揽子计划，推进条线经营管理再上新台阶。

三、2011年个人金融业务通报体系

为进一步加大对全行个人金融条线业务的督导和通报力度，及时通报个人金融业务发展状况，搭建全区个人金融条线沟通交流的平台。2011年区分行将进一步规范和完善个人金融业务通报考核体系。在通报频率上将按照日、周、旬、月、季度等；通报内容涵盖营销及综合、客户管理、产品、基础管理、自助服务及网点建设等方面；通报对象维度涉及全区个人金融条线各个层级。

金融办软环境工作计划书篇六

xx部门负责的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。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。xx年要努力实现新开设对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，

争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

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，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理；每个对公业务网点(含综合业务网点应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，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。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时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，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的

现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快的发展目标。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位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提供技术手段。

金融办软环境工作计划书篇七

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.8万元以上代理费(每月不低于1.2万元代理费)。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，带来的无限商机，给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《广东省著名商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《广东省著名商标》，承办费用达7.5万元以上。做驰名商标与著名商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到面，代理费用每月至少达1万元以上。

二、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给予我支持。

三、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。