

银行党支部年度工作 银行工作计划(优秀6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。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

银行党支部年度工作篇一

在新的一年里，从“以内控防范优先，加强制度落实”的角度加强客户经理队伍建设。2009年，着重抓好一线信贷人员的培训，银行工作计划在第一季度以金融法规、各项制度、经营理念和信贷业务规范化操作程序及要求等内容为重点进行普及培训，在较短时间内培养造就一批政治过硬、品质优良、业务素质高、能适应改革步伐的员工队伍。定期组织学习金融方针政策和上级文件精神，努力提高政治觉悟和业务素质，增强依法合规经营的自觉性。同时对贷款五级分类等新业务进行专项培训。

在确保新增贷款质量上，一是加强对各社及信贷员贷款权限的管理，严禁各社及信贷人员发放超权限贷款。二是加大对跨区贷款、人情贷款、垒大户贷款等违章贷款的查处力度，发现一起，处罚一起。三是认真开展贷前调查，准确预测贷户收益，确保贷款按期收回。四是严格执行大额贷款管理制度。五是严把贷款审批关，严格审查贷款投向是否合法、期限是否合理、利率是否正确、第一责任人是否明确、抵押物是否真实、合法，担保人是否具备担保实力、贷款档案是否齐全等，通过以上措施，确保信贷资产质量逐年提高。六是全面进行信贷档案统一模式、规范化、标准化管理，实行专柜归档、专人保管，并建立调用登记制度，保证档案的完整性。人员调离或换片，贷款档案应办理移交手续，由交出人、

接交人及监交人共同在移交清单上签字，促进全辖信用社的信贷档案管理工作提档升级。

近年来，我社加大信贷产品的创新力度，贷款品种不断增加，信贷服务水平明显提高。但在贷款还款方式和贷款期限的确定上还存在一些不足，为此省联社于2007年11月14日印发了《山东省农村信用社贷款分期还款暂行办法》。为满足贷款客户的不同需求，缓解集中还贷压力，进一步提高信贷管理水平，防范信贷风险，公司业务部将于2009年在信贷管理中引入贷款分期还款，以完善信贷服务功能的需要，杜绝部分客户对信贷资金长期占用，风险持续积累、暴露滞后，加大信贷风险的后果。

银行党支部年度工作篇二

××部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户与电子银行客户客户。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、组织投标与集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

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。××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。××年要努力实现新开对公结算账户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与潜力客户，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到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与服务的的重要依据，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”与客户使用率。

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××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与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。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，

保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集与新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

银行党支部年度工作篇三

依据我行今年一年来会计结算工作的实际情况，明年的工作主要从三个方面着手：抓服务、抓质量、抓素质，现就针对这三个方面制定我营业部在xx年的工作思路。

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，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户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客户服务。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，明年我们将举办的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，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，并向优质客户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（确保我行开户单位的质量）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。

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。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

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。

银行党支部年度工作篇四

本年以去，各贸易银止之间的存款合作日益黑热化，特别是进进两季度以去，工商银止长治分止储备存款显现继续年夜幅颠簸的没有不乱态势，稳存增存压力较年夜。对此，长治分止多措并举，接纳有用步伐确保下半年完成储备存款余额

战增量同业占比稳中有升。

进步熟悉，明白目的，力图完成保底义务。将储备存款的不乱继续增加做为平常任务去抓，牢牢盘绕成长中下端客户的运营思绪，勤奋拓展客户范围，劣化客户布局，进步重面营业客户渗入率，增进小我私家客户资产不乱增加，正在确保一季终储备存款余额的底子上做好稳存增存任务。

减年夜私家银止客户拓展力度，片面落实“一止一季一户”的任务请求。中下端客户合作是我止肯定的20xx年四项重面任务之一，对此，请求各收止务必一致思惟，下度看重，加强下端客户合作成长的紧急感、任务感。一是要当真落实下端客户成长计划，充沛应用下端客户保护、拓展专项鼓励机造战政策，促进全止中下端客户疾速成长。两是做好存量客户的效劳取保护任务。现在，全止已根本完成存量私家银止客户的签约任务，请求各收止要增强取客户的相同交换，充沛理解客户需供，实时理解产物收止、客户举止等疑息，同时还要减年夜私家银止专属产物装备力度，经过产物安定客户，防备涌现客户资产降低的状况。三是主动捕获市场疑息，抓好私家银止客户的范围扩大。以“煤冰资本整开、上市及拟上市企业下管、中小企业主战公营业主、第三圆存管、房地产商”五年夜板块为重面，实行名单造经管战保护，减年夜下净值客户拓展力度。

尽力保护战成长财产客户，勤奋完玉成年目的.义务。一是以全止展开的“年夜进修、年夜联动、年夜营销”举止为契机，继续疾速促进劣量企奇迹单元代收人为营业成长，动员财产客户数目战资产的增加。两是要深刻发掘存量潜力客户，肯定成长目的，勤奋将其培养成长成我止财产客户战私家银止客户。三是增强前台柜员战客户司理的客户保举对接任务，采劝“对接对子”的方法，前台柜员收现的目的客户要实时有用地保举给客户司理做营销战后绝保护，确保客户资本没有拾掉，不过流。

发扬理产业品取储备存款的互行动用，完成两者同步调和成长。一是鼎力营销保本理产业品，将其做为理产业品重中之重停止尽力营销，正在添加理产业品余额的同时添加储备存款余额，完成两者同步成长。两是要提早做好月终、季终战年底到期理产业品的跟尾战存款转化任务。三是尽力营销理产业品的同时，要主动挖转他止客户战他止资产，不乱本止储备存款余额，幸免涌现此增彼加的状况。

充沛发扬营销团队的感化，做好客户分层保护任务。一是各收止止长、个金营业分担止长要亲身到场本止私家银止客户、财产客户的保护，按期联络战访问客户。每季度构造一次有针对性的财产客户定向营销举止，每一年构造一次较年夜范围的营销举止。两是各收止小我私家客户司理要做好中下端客户的平常保护任务。做好客户年夜额现金提嫁预定效劳、停车、理财计划等圆面的支配，确保效劳量量；理解客户平常金融需供，取客户树立持久、不乱的闭系，进步客户满足度战忠实度。三是树立小我私家下端客户保护的单线联络、分层保护机造。增强取市分止财产经管岗、私家银止部太本分部的联络，从差别层面上配合保护。

当真落实相干鼓励步伐，增强监测转达经管，执行年夜额资金讲述轨制。各收止要落实市分止储备存款的相干鼓励步伐并增强静态监测，特别对下端客户、年夜额资金的活动要责成专人予以闭注，止长、分担止长要亲身干预干与。业务网面柜面逢有年夜额资金向他止通兑状况，包办止要正在解决营业前向开户止转达，开户止要主动停止客户闭系保护，确保资金不过流。

银行党支部年度工作篇五

(1)、完善的工作计划。井然有序的工作计划是工作能够顺利进行的第一步，在每个工作日结束时应做好次日工作的充分准备。比如：提前询问自己的搭档，了解彼此计划，合理安排宣传调查路线；有调查计划时应通知客户何时何地，需要准

备材料使调查快速有效完成;有走访计划时应提前通知关键人,并准备好礼品。

(2)、高效的工作效率。每天给自己制定一个简单的日程表。比如:中午约见客户签合同放款,上下午做好宣传、贷后检查、逾期催收工作,晚上做调查报告、系统录入、档案整理工作。在工作上坚持今日事今日毕,今天能调查的绝不拖到明天,能多宣传一户绝不少走访一家。

(3)、踏实的工作态度。踏实的工作态度不但是对单位的负责也是对自身和家庭的负责。在工作中要摒弃“为领导工作”的想法,从租客心态转变为业主心态,从要我工作到我要工作,只有保持踏实的工作态度,才能真正享受工作的过程,实现个人和单位的双赢!

(4)、前后台密切配合。在任何工作中缺乏团队精神必将影响整个单位的业务发展,目前在我单位存在“各扫门前雪”现象。存在这种现象我认为有两个原因一是员工心态,二是管理决策。比如:在放款过程中,审批效率低下,不能有效发挥各岗位的作用。我认为在保证审贷分离的状态下,各岗位应各司其职,环环相扣。在用人上要人尽其才,才尽其用,这样才能使工作流程高效运行。

利用好数据库的前提是建立一个完整实用的信息库。目前信息收集的内容过于简单,只有客户姓名、电话、经营内容等基本信息,在录入数据库的过程中也流于形式。我认为在信息收集的过程中尽可能的捕捉客户全面的信息,对客户进行细分。根据客户对信贷员的态度可以分为:抵触型、中立型、积极型。对于不同类型的客户做不同的备注,特别是在宣传过程中积极配合并有意向的客户一定要做二次的走访或电话回访。

目前省行数据库模板存在一定的不合理性,信贷员可以结合自己的工作方法进行适当的删减增加保证数据的真实有效。

在数据库的利用上，应根据行业规律进行细分，在不同的时期筛选资金需求旺盛的行业进行有针对性的宣传营销，做到有的放矢。

根据省行明年“先消费后经营”的工作思路，在积极推进小额贷款商务贷款的同时，侧重宣传消费类贷款。在宣传过程中抓住重点，每个乡镇都有2-3所学校，可通过关键人进入学校，在学校开全体教职工会议时向他们宣传我行消费类贷款。同时可和零售客户经理一起交叉营销我行信用卡团办业务。在走访学校过程中一定要分发我行礼品拉近与客户的距离。在寻找关键人存在困难时可以通过熟人介绍，查阅我行再就业贷款档案保证人信息，其中有大部分是各个乡镇教师，在此可以作为突破口。银行客户经理工作计划在其他贷款宣传过程中，根据行业周期特点，充分利用数据库，找准目标行业进行有针对性的宣传，在宣传过程中注意营销技巧，突出我行贷款产品在同业中的优势。

空白村和空白单位出现的原因可能有三种：一是宣传不到位，二是地区内存在客户但不存在准客户，三是同业先入为主抢占市场。根据不同的情况我们要制定不同的策略，针对第一种可以加大宣传力度，铺开宣传；针对第二种情况要制定可行的营销策略，培养客户习惯，使一个普通客户转变为我们的准客户；针对第三种情况可以在区域内找到1-2名关键人，与其建立良好的私人关系产生信任感，转变客户心态，进而发展我行业务。消灭空白单位和空白村有一定的难度，还需要信贷员有一颗持之以恒的心态。

不同的客户对贷款有不同的要求，经营类贷款资金周转周期短，对贷款要求的效率高，一般不易储备。而消费类贷款对效率的要求相对较低，客户比较容易接受一定的期限。由于受额度限制，元月份储备的目标客户主要是消费类，在接下来的工作中重点宣传企事业单位，借助亲朋好友的力量扩大我行贷款的知名度，塑造良好的企业形象和社会口碑。

以上是我对这五个问题的简单看法，由于受工作时间，经验的限制一些观点和意见定有不妥之处。若有不恰当的地方请周行长批示，作为新人在以后的工作中也请领导多多批评指正，让我尽快成为一名合格的信贷员！

银行党支部年度工作篇六

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的'营销推广活动。

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。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200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。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

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。