

# 银行对公存款工作计划书(优秀5篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 银行对公存款工作计划书篇一

(一)本次营销策划的目标人群：以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生为目标客户。

(二)市场状况分析：

1)宏观环境分析：随着我国科技技术不断发展我国智能手机已经逐步出现了“普遍化”、“大众化”根据gartner统计数据显示□20xx年第一季度，全球普通手机销量为亿部，同比增长17%，而智能手机销量同比增长，达5430万部。第二季度，全球智能手机销量达6165万部，同比增长50%。预计20xx年底，智能手机用户将突破亿。据测算，智能手机将以每年50%的速度提升。这意味着到20xx年，中国将有一半以上的手机用户使用智能手机终端，届时将全面进入手机智能时代。

2)产品分析：根据湖南大众传媒和建行合作每个学生都有一张建行的卡情况，所以我们可以断定湖南大众传媒学生使用最频繁的是建行的卡，民生银行相对于建行而言有如下优势：

1. 转账汇款，手续费全免。
2. 免全省跨行取款手续费。
3. 免年费，免短信提醒费，免小额账户管理费。

劣势：

2. 建行你民生银行基础雄厚，挂国家信誉，对消费者而言会觉得更安全。

3) 竞争者分析：通过和其他组比较，我们组得出了如下结论。

优势：

1. 社会实践工作经验丰富。
2. 在不断的进取与工作当中，累积了丰富的人脉资源。
3. 思想活跃，遇到事情能快速的解决事情。

劣势：

1. 团队成员合作意识不强。
2. 团队成员执行意识不强。

4) 消费者分析：由于这次我们的目标客户是以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生所以他们的年龄、职业、文化层次都差不多，所以我们将他们的性别和消费习惯来分析。

1. 男生的消费习惯：对物品的价格没有清晰的把握，不喜欢讨价还价，不愿意花太多时间，一般为有目标的按需购物，知道要买的对象便直冲目标，不会顾及其他。不会在同类商品做太多的比较。

2. 女生的消费习惯：对物品价格关注较多，购物时比较细心谨慎。喜欢讨价还价省金钱，对视没有太多限制。购物一般为没有目标的四处闲逛。

(三) 营销策略：根据以上分析我们组制定出了以下方案

名二名可以任意选择“我们约会吧”、“天天向上”的门票

一张，第三名1名，可以获得一张“我们约会吧”门票一张。本次活动换参与者都可以获得一份安慰奖那就是由举办方向各位参与者的手机充值10元以内的话费，参与方式就是加入民生银行手机银行这个大家庭中来。

2、广告方式：主要以发传单的方式进行，预计500张。

2)根据大学生希望自己能获得跟多的知识和实践动手操作能力，我们组将利用自己已建立的人脉关系为我们的学弟学妹们提供一份和他们所学专业有关的工作。当然也是要以开民生银行卡作为交换，我们组为什么不免费啦，原因就是为了让我们的学弟学妹们明白天下没有免费的午餐。

(五)人员分配：

1)肖振华主要负责

1、谈妥“快乐大本营”、“我们约会吧”、“天天向上”的门票价格。

2、和学校商量租借教室等问题。

3、和银行那边商量。

2)杨慧主要负责湖南大众传媒学生的传单发放，数量120张。

3)黎如主要负责长沙师范学生传单发放，数量120张。

4)唐小山和赵晓阳主要负责湖南机电学生传单发放，数量260张

(六)活动时间安排20xx年11月23号。

## 银行对公存款工作计划书篇二

山课件 w y k m 6为了认真贯彻省分行党委提出的“三抓一优先”发展战略，全面落实市分行党委提出的“三进”工作部署，加快经营模式和增长方式转变步伐，不断扩大公司客户存款占比，加快公司客户存款结构调整步伐，巩固公司客户存款地位，提高公司客户存款贡献度，特对2006年公司客户存款提出如下工作意见：

### 一、指导思想

以客户为中心，以市场为导向，以负债业务要快进为主题，以账户管理为基础，以贷款牵引为动力，以优质服务为保证，以客户经理为主力军，强化公司客户存款发展战略，完善公司存款工作机制，加大公司客户的开发和营销力度，提高公司客户存款市场占有率。

### 二、工作目标

（一）公司客户存款净增：10000万元

（二）公司客户存款日平均余额净增：

（二）新增中小民营客户：100户

### 三、工作措施

（一）强化公司客户存款发展大战略。

1、强化公司客户存款发展大战略是我经营的客观需要。存款是商业银行最主要的资金来源，没有存款就没有贷款，没有贷款就没有银行，这是银行产生的根本所在。而且存款规模的大小，直接关系到银行业务的盛衰、风险程度、发展潜力及利润多少所轍知的。目前，商业银行存款种类较多，按照

不同的角度和不同的标准，可以分为不同的种类。公司客户存款人是商业银行存款的一个种类之一，是对公存款的重要组织部分，是数额大、成本低、发展快的重要资金来源，也是银行重要的效益增长点。因此，加快公司客户存款发展步伐，提高公司客户存款占比对我行的发展有重要意义和作用。

2、强化公司客户存款发展大战略是商业银行竞争的需要。金融竞争是围绕着资金商品占有率而展开的，因此，存款始终是各商业银行业务竞争的焦点。同时，存款既是银行的一种负债产品，又是银行为社会和客户提供一种金融服务。事实上，公司客户之所以把钱存入银行，是因为某种存款能够满足其需要。市场和客户能在多大程度上接纳这一金融服务，受到客户的动机和选择的很大影响。在存与不存、存多存少、采取什么形式存款、在哪家银行存款等问题的选择上，主动权在客户手中。因此，商业银行要在负债业务经营上实现预期的目标，在存款市场上占有较大的份额，就必须主动出击，实施有的放矢的营销策略，积极拓展优质存款客户。

3、强化公司客户存款发展大战略是落实“三进”发展战略的需要。没有存款就没有贷款，存款是贷款的基础，贷款是存款的衍生。“三进”指的是中间业务要突进、负债业务要快进、资产业务要稳进。“三进”中负债业务要快进是基础，如果没有负债业务的快进，就不可能有充足的资金来源，没有充足的资金来源，就谈不上资产业务的稳进。

## （二）优化公司客户存款机制

组织公司客户存款是一项业务综合性很强、涉及面很广的工作。因此，建立公司客户存款组织体系，是完成公司存款任务的保障。

1、领导负责。公司客户存款是我行存款的重要组成部分，公司客户存款工作是我行存款工作的重要工作，抓好公司客户存款对我行扩大资金来源有重要的意义。因此，各行领导，

特别是各行一把手要将公司存款纳入重要议事和办事日程上来，将公司存款工作当着重要性的业务工作亲自拿在手上，落实到具体的工作上，在人力、物力、财力，以及信贷资金、通讯工具等方面进行必要的倾斜，保证公司客户存款健康稳定的发展。

2、归口管理。公司客户存款由市分行对公存款中心牵头管理，公司业务部门和各行信贷部门作为公司客户存款营销主管部门，全面承担起组织公司存款业务的责任，切实加强对公司存款工作的政策指导、客户开发与维护、产品开发与营销、业务检查与考核、信息收集与利用等，使公司存款工作落到实处。

3、分工协作。对公存款中心是公司客户存款的牵头和管理部门，负责公司存款计划的制定和管理；公司业务部门负责公司存款的组织和具体实施部门，负责公司客户存款营销、推动与实施；信贷管理部门负责贷款客户的存款组织工作，对贷款客户的账户设立、销售资金归行、产保证金到账率的管理等，并在贷款项目审批中对存款业务提出一些限制性附加条款；会计部门负责对客户提供优质高效的结算服务，并及时向客户经理提供大额存款划转信息；资金营运部门负责加强对公司客户存款资金运作、存款结构等变化情况的分析，搞好资金调度；科技部门负责根据客户提出的科技需求，及时开发科技含量较高的产品和服务等。各部门要明确职责，发挥优势，团队营销，整体联动。

4、客户经理营销。客户经理是公司客户存款的主要营销者和责任人，对自己负责的客户存款进行承包，通过为客户量体裁衣、度身订做服务方案，为客户的业务需要提供一体化管理和全方位的“一对一”服务，促使公司存款的增长。

### （三）加强公司客户存款营销。

1、实行差异化服务，牢牢抓住现有优质客户。按照“二八定

律”，银行80%的客户存款来自于20%的客户，因此，要尽快着手开展现有客户的细分工作，逐步建立客户分类管理制度，按行业性质、特点、对银行的贡献度大小等，对客户进行分门别类地管理，根据不同类型客户的特点制定优质客户的标准，然后把我们的营销力量集中到最能赢利的客户身上，尽可能地满足他们的需要，提高他们的忠诚度。

2、关注新兴行业和新型企业，不断挖掘新的优质客户。在银行的客户中，部分客户之间有着密切的联系，有的是企业上游客户，有的是其下游客户，银行有时并非清楚。通过与客户的沟通，以老客户介绍新客户的途径来拓展企业存款市场。同时，要深入研究行业、公司的发展趋势，明确长期的合作群体和服务群体目标，对成长性较好的新兴行业和新型企业，从一开始就与之建立良好的合作关系，通过各种金融手段把合作关系巩固起来。如中小民营企业，它们是我市一个快速成长的新兴客户群，代表着未来的市场方向，因此，也是我行公司客户存款的发展战略和重点营销对象。

## 银行对公存款工作计划书篇三

2021年市场拓展部在公司及分支机构全体同仁关心和支持下，逐步理清思路，打开工作局面，积极上功能、开拓市场。探索一条符合xx实际的市场拓展之路。

### 一、主要工作

(一)逐步明确仓库未来发展定位。主要围绕四个分公司发展定位进行梳理。在现有业务中进行分类，把符合未来定位及高附加值的优质客户进行着重培养，不符合的逐步淘汰。

(二)是积极跑市场，联系新客户，尝试新领域。公司加紧与xx集团的xx物流公司的洽谈，改造库房硬件设施，引进x产业进场；保持和xx上市公司的联系，打造化工原料物流配送中心。

(三)是加大宣传力度，多渠道开展业务宣传。积极开展申报xx重点物流仓库工作；加紧赶制宣传册，目前清样已经出来；联系专业公司着手广告片脚本编制；针对xx业务，给xx物流管理公司送去邀请函。

(四)是着眼市场，完善仓库功能。积极与郑交所联系，申报菜粕和菜油籽期货交割库的申报工作；针对今年国家棉花收储工作任务重的重要信息，积极开展棉花储备库的申报工作。

(五)加大合同管理力度，提高公司掌控能力。20xx年x月公司根据《合同管理办法》一年来的运行情况，结合公司合同管理实际进行了有针对性的修订。办法经总经理办公会讨论通过，于20xx年x月下发并试运行。同年x月要求各单位参照办法将20xx年度合同执行及无合同经营情况进行汇总上报。对发现的问题正在有针对性的加以整改。

## 二、存在的不足

(一)各分支机构对国家局完善体制机制的顶层设计理解不够，对办公司的目的理解不一，所以在推动完善分支机构建设上参差不齐。

(二)由于思维惯性，业务员目前还只能限于本单位和现有业务领域，看市场的宽度和深度都不够。

(三)要从原来的经营人员转化为公司业务人员，形成一个业务团队还有较长的路要走，业务人员的素质和相关业务知识有待提高。

## 三、2022年工作计划

第一、加大跑市场力度。市场是跑出来的，客户是引进来的。

那么，怎么跑市场？一是领导重视。领导重视就是压力，压力



转化为动力，可以增强业务人员主动跑市场的积极性，把跑市场变成一个常态性的工作，变被动为主动。领导重视就是支持，支持就能建立自信，树立必胜的信心。二是建立健全有效的奖惩制度。有效的奖励制度可以有效的提升员工对企业价值的认同，树立对企业的忠诚，以便在此基础上实现其人生价值。合理的惩罚制度可以规范其行为，提升责任心，激发反省能力，对不正确的价值和观念进行改正，提升自我能力。三是明确市场方向。跑市场不能盲目，要根据需求有目的性和针对性的寻找客户资源。要分析自身特点、客户需求、市场动态。增强分析市场、研究市场、把握市场的能力。

## 第二，明确主营业务，开办专业市场

主营业务指企业为完成其经营目标而从事的日常活动中的主要活动，是企业收入的主要来源。首先，结合自身特点，明确主营业务□xx分公司为城市仓库，具有较强的装卸能力和快速交通通道，适合xx商品物流和城市快销品作业□xx分公司具备棉花期货交割资质和多年棉花管理经验，适合以棉花期货交割和收储为主，发展化工产品和烟叶收储□xx分公司在集装箱业务上积累了不少经验，可以把集装箱业务打造成主营业务，逐步优化收储种类。

各物流部也要结合当前的主营业务，充分发挥成品油、烟叶和种子储备的管理优势，及专用线的特有资产优势，固化主营业务，拓展适合自身的特种业务。在明确主营业务同时，要打造一些有特色的专业市场，如棉花期货交割市场，集装箱业务市场，大型钢材交易市场，城市快销品市场，种子收储、加工市场，竹木交易、加工市场等等。

## 银行对公存款工作计划书篇四

寒意渐浓，岁末将近。2021年是公司喜庆的一年，中秋晚会□xx周年庆典，使我们整个“xx”都沉浸在欢乐的海洋中。我

们“xx”也借着公司的喜气频传捷报!我拓展三部在公司整体战略部署下在陈总的英明指导下克服种种困难努力去完成公司下达的任务。

针对拓展三部在2021年的工作总结如下：

拓展三部成立至今有两年有余，在去年管辖的xx□xx两省上又增加了xx省，今年新开的店有x家。全部集中在xx省，其中地级市3家分别为□xx三店□xx二店和xx店。县城5家分别是xx店、xx店。

另外我部门还出现了一批有店无人加盟的情况如□xx

## 一、2021年工作中存在的问题

由于部门中一批老拓展员离职补进来的年青拓展员，其社会经验和工作能力尚有很大的不足，对海澜之家理念的理解还不是很透，在人交际中缺少谈判的“诱导性和说服力。有些当地潜在加盟商没有很好的挖掘和把握，特别是有些既想加盟，又不敢的加盟的没有及时说服和把握。

针对以上问题，我本人作为三部的主管领导，将仍然严格贯彻陈总部门月度例会的精神。每月将召集全体拓展员通过例会的方式进行沟通，不断地探索和发现问题，及时解决发展中出现的新问题，边学习边实践来尽快提高部门人员的整体水平。同时，向各管理区的拓展员明确提出任务以任务制来约束和激进各区拓展工作。还将采取用老拓展员来带新拓展员的办法，是新手尽快上路，让他们少走弯路。寻找目标店址，要严格按照公司“黄金地段，钻石店铺”去把关目标店铺。另外还将要求拓展员不断寻求、挖掘当地加盟商加盟。

## 二、2022年的工作展望

省在经过两年的努力下，已经有x个地级市开设了xx之家□xx

年争取把剩下的x地级市全部拿下。另外在xx等城市积极开拓二店。另外也将充分利用xx之家在xx省现有影响力使更多的当地加盟商来加盟，借助当地加盟商迅速发展。

两省开拓的难度较大点，一是由于xx家的品牌效应在两地仍然未全部突现.二，两省的前卫穿着使我们的服饰在款式上还不够吸引他们。

的自产品牌很多，竞争很激烈。但是我相信随着公司品牌影响力不断发展，设计款式不断改进在xx这样的经济强省会有好的发展形势。

路是人走出来的，我相信在x总的英明领导下，在我拓展三部自身不断吸取教训和努力下，2022年xx三省一定会有更好的发展，为xx的发展尽绵薄之力。

## 银行对公存款工作计划书篇五

今年以来，各商业银行之间的存款竞争日趋白热化，尤其是进入二季度以来，工商银行长治分行储蓄存款呈现持续大幅波动的不稳定态势，稳存增存压力较大。对此，长治分行多措并举，采取有效措施确保下半年实现储蓄存款余额和增量同业占比稳中有升。

一、提高认识，明确目标，力求完成保底任务。将储蓄存款的稳定持续增长作为日常工作来抓，紧紧围绕发展中高端客户的经营思路，努力拓展客户规模，优化客户结构，提高重点业务客户渗透率，促进个人客户资产稳定增长，在确保一季末储蓄存款余额的基础上做好稳存增存工作。

二、加大私人银行客户拓展力度，全面落实“一行一季一户”的工作要求。中高端客户竞争是我行确定的2011年四项重点工作之一，对此，要求各支行务必统一思想，高度重视，

增强高端客户竞争发展的紧迫感、使命感。一是要认真落实高端客户发展规划，充分运用高端客户维护、拓展专项激励机制和政策，推进全行中高端客户快速发展。二是做好存量客户的服务与维护工作。目前，全行已基本完成存量私人银行客户的签约工作，要求各支行要加强与客户的沟通交流，充分了解客户需求，及时了解产品发行、客户活动等信息，同时还要加大私人银行专属产品配备力度，通过产品稳固客户，防止出现客户资产下降的情况。三是积极捕捉市场信息，抓好私人银行客户的规模扩张。以“煤炭资源整合、上市及拟上市企业高管、中小企业主和私营业主、第三方存管、房地产商”五大板块为重点，实施名单制管理和维护，加大高净值客户拓展力度。

三、全力维护和发展财富客户，努力完成全年目标任务。一是以全行开展的“大学习、大联动、大营销”活动为契机，持续快速推进优质企事业单位代发工资业务发展，带动财富客户数量和资产的增长。二是要深入挖掘存量潜力客户，确定发展目标，努力将其培育发展成我行财富客户和私人银行客户。三是加强前台柜员和客户经理的客户推荐对接工作，采用“对接对子”的方式，前台柜员发现的目标客户要及时有效地推荐给客户经理做营销和后续维护，确保客户资源不丢失，不外流。

四、发挥理财产品与储蓄存款的互动作用，实现二者同步协调发展。一是大力营销保本理财产品，将其作为理财产品重中之重进行全力营销，在增加理财产品余额的同时增加储蓄存款余额，实现二者同步发展。二是要提前做好月末、季末和年末到期理财产品的衔接和存款转化工作。三是全力营销理财产品的同时，要积极挖转他行客户和他行资产，稳定本行储蓄存款余额，避免出现此增彼减的情况。

五、充分发挥营销团队的作用，做好客户分层维护工作。一是各支行行长、个金业务分管行长要亲自参与本行私人银行客户、财富客户的维护，定期联系和拜访客户。每季度组织

一次有针对性的财富客户定向营销活动，每年组织一次较大规模的营销活动。二是各支行个人客户经理要做好中高端客户的日常维护工作。做好客户大额现金提娶预约服务、泊车、理财规划等方面的安排，确保服务质量；了解客户日常金融需求，与客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。三是建立个人高端客户维护的双线联系、分层维护机制。加强与市分行财富管理岗、私人银行部太原分部的联系，从不同层面上共同维护。

## 银行工作计划

### 银行工作计划（一）

#### 一、全力推进“三个创新”