

银行进企业活动方案(优质8篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

银行进企业活动方案篇一

20xx年一季度全市主要银行金融机构存款基本都是增加的，同期我行存款是下降的，应对越来越激烈的存款竞争，制定一个完善而有效的存款营销策略成为当前最为迫切的前提！一个好的营销方案将会成为扩充市场、延伸品牌度的有效手段。

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

成立xx支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王xxx任组长，副行长xx任副组长，副行长xx及办公室xx、营销部xx为成员。领导小组下设办公室在办公室，具体负责“百日存款竞赛”的营销体系建设工作的组织、联络、协调、督查、调度和考评。

本行存款的结构特点（应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情景；主要贷款户派生存款情景等）。

从xx支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是xx存款不能持续稳定增长的关键点之一，储蓄存款源的溃乏，对单个帐户的过于依靠，是影响xx支行存款的持续稳定增长

的主要原因之一。

（一）稳定性因素：

（1）由于受社会经济运行规律的影响，每年初都会有很多的易变性存款和准易性存款在短期内急聚沉淀到各金融机构。但该类存款流动性大、平均占用天数低，稳定性较差。在没有新的、相当量的新存款源补充的前提下，弥补该部分存款流出后留下巨大资金空缺，需要投入更大的精力和经历更长的修复过程。这是引起xx支行存款下滑的主要原因之一。

（2）个别客户的存款波动较大地影响到xx支行存款资金的稳定性，短期内还难以补足。

（3）居民消费需求不断增长，储蓄心理不断减弱。新客户群体的增长和老客户群体的维护工作需要不断改善服务，供给适宜的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使xx支行一季度存款工作开展较为困难。

（4）新开立的存款帐户的数量大而质量欠缺，一些帐户开立后长期使用效率低，由于新增帐户存款余额的增长乏力，起不到推动作用，无疑浪费了前期投入的人力和物力成本。也是造成xx支行存款不能自然修复和回升的原因之一。

（二）金融政策及居民心理因素：商行属地方性银行，与国有商业银行相比，无论从营业环境、硬件设备、产品的科技含量、网络覆盖面，以及服务手段、服务资料，都不在同一个起跑线上。相对于国有商业银行强大的技术手段、雄厚的资金实力、坚实的国有体制后盾、以及几十年来在社会公众心目中树立积累起来的'卓著信用。是商行在短期内无法到达的目标。加之国家政策宣传多年来一向偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了必须影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。所以，这对吸收

社会公众存款的本事和范围有较大的限制和制约。

（一）优化存款结构：一方面努力提高存款的稳定性，增加定期储蓄存款部分，寻找和吸收新的存款客户，在确保存款总量即定的前提下，加强存款自我更新，自我补充的本事。第二、优化存款质量，建立信用客户群体，资金运用将偏重于有较好优势发展的企业，为其供给配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标、）

（二）改善服务资料、优化服务手段：一方面，注重优质客户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护，对每三位小企业客户经理配置专人进行存款、中间业务、理财产品的营销，对此类人员的应挑选业务本事、表达本事、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是经过信贷营销部门的供给的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面经过对支行供给的客户信息来开展长期不断的存款大户维护工作。着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，经过对优质客户信息的比较、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，进取发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

（一）开展储蓄竞赛活动争揽存款：制定强有力的激励措施，

树立团体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，全行全力争揽存款。

（二）以理财产品挖转存款：抓住理财产品收益高、发行期次多、资金回笼快等优势，将他行客户作为主攻点集中力量挖转，且要随时关注发行的很多信托理财产品到期时间，组织人员与大额储蓄客户进行了电话随访，与客户“零距离”接触，做到将所有信托理财产品和大额客户到期的存款都顺利转存。组织人员及时对公存客户帐面上大额存款资金进行了解，对暂时不用的存款为客户做好理财，提示转存为7天通知存款或定期存款，并做好其他业务的营销拓展工作，带动保险、基金、黄金等理财产品的快速销售，带动储蓄存款稳定增长。

（三）以结算沉淀存款：进取分析存量客户的资金运作情景，利用网银转账功能做好付款方、收款方资金划转，确保资金在支行内部循环，确保储蓄存款稳定。

（四）以代发工资吸收存款：先以借款企业为突破口来办理代发工资业务，再经过和xx区、新市区□xx区工商局联系，以区域内所有企业为目标，以代发工资为突破口，二类支行和营销部门、综合业务部门协同营销，主动实施“一揽子”金融服务，促进存款、理财、电子银行等业务协同快速发展。

（一）落实营销环境：将营销措施落实到二类支行、营销部门负责人，要负责人引起高度重视，借以调动全员存款营销进取性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给本事就是提高资产创立本事”的观念。其次在全行召开“人人抓存款”活动动员会议，组织全体员工认真学习营销，围绕任务目标统一全员思想，使大家从全局和长远的角度牢固树立服务客户、加快发展的意识。从营销环境上要落实从行领导到一般员工，人人坚守“团结激发活力、团结激发智慧、团结激发斗志、团结创造奇迹”的信念。

（二）落实营销人员：要求窗口服务人员成为存款总量扩充的主力军。在对现实、潜在的优良客户进行分类排队的基础上，锁定目标客户，把握营销重点，开展高端营销和亲情营销。其次要加强营销部门的存贷款综合营销，强化以贷款带动存款的营销措施，确保客户资金在我行体内循环，降低实贷实付的影响。

（三）制定考核办法，建立激励机制，使存款营销工作目标明确，职责落实到人，将存款任务的增长与二类行全体员工、营销部门人员的绩效工资20%挂钩。并落实二类行和营销部将任务层层分解落实到每位员工，及时下发存款营销情景通报，激励先进、督促后进。每旬由综合业务部对此次活动进行效果评价，活动的策划方案实施情景如何，活动是否到达了预期的目的，客户对活动的反映如何等等详细地进行评估。

银行进企业活动方案篇二

商业银行是金融行业的核心机构，承担着储蓄、贷款、支付等基本功能，对国家经济发展起着重要作用。随着金融行业竞争的加剧和用户需求的不断变化，商业银行需要不断深化自身改革和创新，以适应新的市场环境。本文通过对商业银行深化方案的学习和实践，以及对其心得体会的总结，探讨商业银行面临的问题和需要解决的途径。

首先，商业银行在深化方案中需要解决的一个核心问题是如何提升服务质量。随着金融科技的快速发展，用户对于银行服务的要求也不断提高。在这样的市场环境下，商业银行需要加大对技术的投入和应用，提升服务效率和质量。例如，通过建立在线银行、手机银行等新的服务渠道，提供更加便捷的金融服务。同时，商业银行还可以加大对人工智能、大数据分析等技术的应用，提供个性化、精准化的金融服务，提高用户满意度和黏性。通过提升服务质量，商业银行可以有效吸引和留住客户，提高自身市场竞争力。

其次，商业银行还需要加强风险管理能力，以防范各类金融风险。金融风险是商业银行面临的一个重要挑战，也是制约其健康发展的一个关键因素。商业银行应该加大对风险管理的投入，建立和完善风险管理体系。这包括对信用风险、市场风险、操作风险等各类风险的评估和监管，建立科学的风险评估模型，制定合理的风险控制策略。商业银行还应该加强内部管理，建立健全的内控机制，加强对员工行为的监督和管理，提高风险防范和处理能力。只有做好风险管理，商业银行才能在竞争激烈的市场中立于不败之地。

另外，商业银行还需要深化金融创新，推动行业的转型升级。随着互联网金融的兴起，传统的银行模式已经难以满足用户的需求。商业银行应积极借助新技术、新业态，加快创新步伐，推动银行业的转型升级。商业银行可以依托大数据和人工智能技术，开展互联网金融业务，提供更多的创新金融产品和服务。同时，商业银行还可以积极开展合作，与科技公司、互联网企业等开展合作，共同推动金融科技的发展和应用。通过深化金融创新，商业银行可以打破传统的行业壁垒，提高市场占有率和竞争力，实现持续、健康发展。

最后，商业银行还需要加强社会责任意识，积极参与社会公益事业。作为金融行业的核心机构，商业银行不仅仅是盈利机构，更是社会责任的承担者。商业银行应该在深化方案中加强社会责任意识，积极参与社会公益事业。商业银行可以通过设立专项基金、开展慈善捐赠等方式，为社会公益事业提供力所能及的支持。商业银行还可以加强与环保、社会公益组织的合作，共同推动环境保护和社会公益事业的发展。通过加强社会责任的履行，商业银行可以树立良好的形象，增强公众的认可和信任。

综上所述，商业银行深化方案的学习和实践是金融行业改革和创新的重要内容。商业银行需要在提升服务质量、加强风险管理、深化金融创新、加强社会责任等方面进行全面而系统的改革。只有不断深化改革，商业银行才能顺应市场的发

展和需求，实现持续、健康发展。作为银行从业者，我们更应该认识到商业银行的重要性和现实面临的挑战，积极学习深化方案，并在实践中体会和总结经验，为推动中国商业银行进一步迈上新的台阶贡献自己的力量。

银行进企业活动方案篇三

向广大小微企业经营业主宣传小微企业金融服务政策，开展有针对性的金融知识普及；展示和推广银行业金融机构开展小微企业金融服务的成就与经验，营造良好的社会氛围；推介特色服务和特色产品，努力提升小微企业金融服务水平。

**年5月10日至6月10日，为期一个月。

（一）成立小微企业金融服务宣传月活动领导小组，由行长任组长，主管副行长任副组长，办公室及各业务部门主要负责人为成员。领导小组下设办公室在公司业务部。

（二）领导小组根据银监机构的总体要求制定和实施本行的活动方案，组织、协调和监督落实各项工作要求，确保宣教的覆盖面和有效性。领导小组办公室负责持续了解辖内银行小微企业金融服务宣传月活动筹备及开展情况，指导、督促全行有效落实宣传方案，及时收集、编辑宣传活动信息、新闻报道和总结报告等。

（一）推进小微企业金融服务的政策；

（二）小微企业金融服务取得的成绩和主要行动措施；

（三）小微企业金融特色产品和服务创新；

（四）小微企业成功融资案例等。

（一）5月10日至5月15日为准备阶段，制定详细方案，总行

及各支行要通过适当形式进行动员和周密部署。

（二）5月15日至5月31日，通过新闻媒体、举办知识技能竞赛、银企对话、研讨会、上街服务等开展形式多样的活动进行宣传，在市级主要报刊上刊登“小微企业金融服务宣传月”专栏，开辟宣传网页，扩大社会影响力。

（三）在宣传月中，专门印制“小微企业金融服务宣传月”活动的宣传资料。在集中宣传月内，各支行网点要统一悬挂“小微企业金融服务宣传月”横幅，摆放宣传资料□led滚动。宣传口号：

- 1、深入开展“小微企业金融服务宣传月”活动
- 2、助小微强服务防风险惠民生
- 3、服务小微银企共赢
- 4、银企互动相伴成长
- 5、立足小微服务实体经济

（四）结合“金融服务下乡”走上街头或深入助小微企业开展面对面的宣教活动，发放宣传材料，确保覆盖面和宣教效果。

（五）5月31日至6月10日，为总结阶段。领导小组办公室负责对活动开展情况、效果及下一步工作进行总结，并以书面形式报保定银监分局监管二科。

全行要高度重视“小微企业金融服务宣传月”活动，精心组织，明确责任分工。领导小组办公室负责与各相关部门协调联动，按照方案抓好组织实施。在现有支持小微企业发展的政策措施基础上，针对制约企业发展的突出问题，不断完善

相关政策措施。充分运用国家、地方各类中小企业专项资金和技术改造资金，支持“三型”小微企业发展；支持公共服务平台、小企业创业基地、中小企业公共服务。组织和协调好当地的政府机构、媒体等资源，充分动员，确保此次活动在当地落到实处。宣传月结束后，各支行要继续利用已有的各种资源，持续开展小微企业金融服务宣传教育工作，扩大宣传效果。

二〇xx年五月十五日

银行进企业活动方案篇四

向广大小微企业经营业主宣传小微企业金融服务政策，开展有针对性的金融知识普及；展示和推广银行业金融机构开展小微企业金融服务的成就与经验，营造良好的社会氛围；推介特色服务和特色产品，努力提升小微企业金融服务水平。

**年5月10日至6月10日，为期一个月。

（一）成立小微企业金融服务宣传月活动领导小组，由行长任组长，主管副行长任副组长，办公室及各业务部门主要负责人为成员。领导小组下设办公室在公司业务部。

（二）领导小组根据银监机构的总体要求制定和实施本行的活动方案，组织、协调和监督落实各项工作要求，确保宣教的覆盖面和有效性。领导小组办公室负责持续了解辖内银行小微企业金融服务宣传月活动筹备及开展情况，指导、督促全行有效落实宣传方案，及时收集、编辑宣传活动信息、新闻报道和总结报告等。

（一）推进小微企业金融服务的政策；

（二）小微企业金融服务取得的成绩和主要行动措施；

(三) 小微企业金融特色产品和服务创新;

(四) 小微企业成功融资案例等。

(一) 5月10日至5月15日为准备阶段, 制定详细方案, 总行及各支行要通过适当形式进行动员和周密部署。

(二) 5月15日至5月31日, 通过新闻媒体、举办知识技能竞赛、银企对话、研讨会、上街服务等开展形式多样的活动进行宣传, 在市级主要报刊上刊登“小微企业金融服务宣传月”专栏, 开辟宣传网页, 扩大社会影响力。

(三) 在宣传月中, 专门印制“小微企业金融服务宣传月”活动的宣传资料。在集中宣传月内, 各支行网点要统一悬挂“小微企业金融服务宣传月”横幅, 摆放宣传资料□led滚放。宣传口号:

- 1、深入开展“小微企业金融服务宣传月”活动
- 2、助小微强服务防风险惠民生
- 3、服务小微银企共赢
- 4、银企互动相伴成长
- 5、立足小微服务实体经济

(四) 结合“金融服务下乡”走上街头或深入助小微企业开展面对面的宣教活动, 发放宣传材料, 确保覆盖面和宣教效果。

(五) 5月31日至6月10日, 为总结阶段。领导小组办公室负责对活动开展情况、效果及下一步工作进行总结, 并以书面形式报保定银监分局监管二科。

全行要高度重视“小微企业金融服务宣传月”活动，精心组织，明确责任分工。领导小组办公室负责与各相关部门协调联动，按照方案抓好组织实施。在现有支持小微企业发展的政策措施基础上，针对制约企业发展的突出问题，不断完善相关政策措施。充分运用国家、地方各类中小企业专项资金和技术改造资金，支持“三型”小微企业发展；支持公共服务平台、小企业创业基地、中小企业公共服务。组织和协调好当地的政府机构、媒体等资源，充分动员，确保此次活动在当地落到实处。宣传月结束后，各支行要继续利用已有的各种资源，持续开展小微企业金融服务宣传教育工作，扩大宣传效果。

经过前段时间多种形式的宣传，使我行小微企业相关贷款产品得到了较好的宣传，部分客户的业务正在推进中。我行将继续全面推进小微企业金融服务宣传月活动，争取最大的宣传效果与实际效果。我行全力为小微企业的服务的决心与具体措施将不断加强与深入，争取为小微企业的发展提供最大的助力。

银行进企业活动方案篇五

近年来，随着金融行业的快速发展和监管环境的不断升级，银行合规问题逐渐引起人们的关注。为了有效应对合规挑战，银行业提出了银行合规卫士方案，旨在保障银行合规运营。本文将从五个方面对银行合规卫士方案进行探讨，总结心得体会。

首先，银行合规卫士方案提供了全方位的监管支持。现代银行业在各个层面都受到监管部门的严格监管，银行需要确保自身运营活动符合法律法规，并满足监管要求。银行合规卫士方案通过提供合规培训和准确的信息报告机制，帮助银行了解最新的监管要求，有效解决合规问题。在实际运营中，我们的银行广泛使用该方案，从而及时了解更新的法律法规，确保业务操作在规范的轨道上。

其次，银行合规卫士方案提供了技术支持，提高了合规管理的效率和准确性。合规管理需要处理大量的数据和信息，需要及时调取和分析相关的数据，因此需要强大的信息系统支持。银行合规卫士方案采用了先进的技术手段，可以将大量数据进行整合和分析，还可以实现自动化报告和预警，有效提高了合规管理的效率和准确性。我们的银行在使用该方案后，发现了更多潜在的合规风险，并能够迅速采取应对措施，大大提高了合规管理的水平。

第三，银行合规卫士方案注重合规文化的建设。合规管理不仅仅是一种集中性的管理手段，更是一种文化的建设。银行合规卫士方案提出了培育合规文化的重要性，强调了全体员工都应该要有敬畏法律法规和遵守规则的意识。在我们的银行，我们积极宣传合规文化，组织合规培训，通过竞赛和奖励等方式强化员工的合规意识，不断促进合规管理的深入开展。

第四，银行合规卫士方案着重于合作和共享。现代银行业的合规管理是一个复杂的系统工程，需要多个部门的密切合作和有效沟通。银行合规卫士方案强调各个部门之间的合作和共享，建立了合规工作的协同机制和信息共享平台。我们在使用该方案后，发现各个部门之间的沟通更加顺畅，信息的共享也更加高效，合规工作的效果显著提升。

最后，银行合规卫士方案也强调持续监控和改进。合规管理是一个不断发展的过程，需要不断地进行监控和改进。银行合规卫士方案通过建立风险监测系统和持续改进机制，实现了对合规管理的持续监控和改进。我们在使用该方案后，能够定期对合规管理的效果进行评估，并进行相应的调整和改进，保障了合规管理的持续有效性。

综上所述，银行合规卫士方案在银行合规管理中起到了至关重要的作用。它通过提供全方位的监管支持、提供高效的技术支持、培育合规文化、加强部门合作和持续监控等方式，

有效保障了银行的合规运营。我们的银行在实际运用中，体会到了银行合规卫士方案带来的巨大变化和积极影响，相信在未来的发展中，该方案会继续发挥更大的作用。

银行进企业活动方案篇六

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

成立xx支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王xxx任组长，副行长xx任副组长，副行长xx及办公室xx、营销部xx为成员。领导小组下设办公室在办公室，具体负责“百日存款竞赛”的营销体系建设工作的组织、联络、协调、督查、调度和考评。

本行存款的结构特点（应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情况；主要贷款户派生存款情况等）。

从xx支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是xx存款不能持续稳定增长的关键点之一，储蓄存款源的溃乏，对单个帐户的过于依赖，是影响xx支行存款的持续稳定增长的主要原因之一。

（一）稳定性因素：

（1）由于受社会经济运行规律的影响，每年初都会有大量的易变性存款和准易性存款在短期内急聚沉淀到各金融机构。但该类存款流动性大、平均占用天数低，稳定性较差。在没有新的、相当量的新存款源补充的前提下，弥补该部分存款流出后留下巨大资金空缺，需要投入更大的精力和经历更长的修复过程。这是引起xx支行存款下滑的主要原因之一。

（2）个别客户的存款波动较大地影响到xx支行存款资金的稳

定性，短期内还难以补足。

（3）居民消费需求不断增长，储蓄心理不断减弱。新客户群体的增长和老客户群体的维护工作需要不断改进服务，提供合适的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使xx支行一季度存款工作开展较为困难。

（4）新开立的存款帐户的数量大而质量欠缺，一些帐户开立后长期使用效率低，由于新增帐户存款余额的增长乏力，起不到推动作用，无疑浪费了前期投入的人力和物力成本。也是造成xx支行存款不能自然修复和回升的原因之一。

（二）金融政策及居民心理因素：

商行属地方性银行，与国有商业银行相比，无论从营业环境、硬件设备、产品的科技含量、网络覆盖面，以及服务手段、服务内容，都不在同一个起跑线上。相对于国有商业银行强大的技术手段、雄厚的资金实力、坚实的国有体制后盾、以及几十年来在社会公众心目中树立积累起来的卓著信用。是商行在短期内无法达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了一定影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。因此，这对吸收社会公众存款的能力和范围有较大的限制和制约。

（一）优化存款结构：一方面努力提高存款的稳定性，增加定期储蓄存款部分，寻找和吸收新的存款客户，在确保存款总量即定的前提下，加强存款自我更新，自我补充的能力。第二、优化存款质量，建立信用客户群体，资金运用将偏重于有较好优势发展的企业，为其提供配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标）

（二）改进服务内容、优化服务手段：一方面，注重优质客

户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护，对每三位小企业客户经理配置专人进行存款、中间业务、理财产品的营销，对此类人员的应挑选业务能力、表达能力、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是通过信贷营销部门提供的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面通过对支行提供的客户信息来开展长期不断的存款大户维护工作。着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，通过对优质客户信息的对比、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，积极发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

（一）开展储蓄竞赛活动争揽存款：制定强有力的激励措施，树立集体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，行行全力争揽存款。

（二）以理财产品挖转存款：抓住理财产品收益高、发行期次多、资金回笼快等优势，将他行客户作为主攻点集中力量挖转，且要随时关注发行的大量信托理财产品到期时间，组织人员与大额储蓄客户进行了电话随访，与客户“零距离”接触，做到将所有信托理财产品和大额客户到期的存款都顺利转存。组织人员及时对公存客户帐面上大额存款资金进行了解，对暂时不用的存款为客户做好理财，提示转存为7天通

知存款或定期存款，并做好其他业务的营销拓展工作，带动保险、基金、黄金等理财产品的快速销售，带动储蓄存款稳定增长。

（三）以结算沉淀存款：积极分析存量客户的资金运作情况，利用网银转账功能做好付款方、收款方资金划转，确保资金在支行内部循环，确保储蓄存款稳定。

（四）以代发工资吸收存款：先以借款企业为突破口来办理代发工资业务，再通过和xx区、新市区□xx区工商局联系，以区域内所有企业为目标，以代发工资为突破口，二类支行和营销部门、综合业务部门协同营销，主动实施“一揽子”金融服务，促进存款、理财、电子银行等业务协同快速发展。

（一）落实营销环境：将营销措施落实到二类支行、营销部门负责人，要负责人引起高度重视，借以调动全员存款营销积极性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给能力就是提高资产创立能力”的观念。其次在全行召开“人人抓存款”活动动员会议，组织全体员工认真学习营销活动方案，围绕任务目标统一全员思想，使大家从全局和长远的角度牢固树立服务客户、加快发展的意识。从营销环境上要落实从行领导到一般员工，人人坚守“团结激发活力、团结激发、团结激发斗志、团结创造奇迹”的信念。

（二）落实营销人员：要求窗口服务人员成为存款总量扩充的主力军。在对现实、潜在的优良客户进行分类排队的基础上，锁定目标客户，把握营销重点，开展高端营销和亲情营销。其次要加强营销部门的存贷款综合营销，强化以贷款带动存款的营销措施，确保客户资金在我行体内循环，降低实贷实付的影响。

银行进企业活动方案篇七

近年来，随着金融市场的日益竞争激烈和技术的迅猛发展，

商业银行也面临着前所未有的挑战。为适应这一新形势，商业银行需要不断创新，加强内部管理并优化服务体系。深化方案是商业银行实现这一目标的关键举措之一。在实施深化方案的过程中，我积累了一些心得体会，希望能对大家有所启发。

首先，深化方案并非一蹴而就，需要长期坚持。深化方案不仅仅是技术上的改革，更是对商业银行经营理念的重新塑造。对于一个长期积累惯性较大的行业来说，要实现真正的深度变革并不容易。因此，商业银行需要有长远的规划和耐心的执行力。在实施深化方案的过程中，各级管理者应当深刻理解和把握方案的目标和含义，同时通过持续的投入和管理，确保方案的长期有效性。

其次，深化方案需要强调协同作用和团队合作。如今，商业银行的营销竞争力逐渐体现在综合能力上，无论是信息技术、风险控制还是客户服务，都需要各个部门的共同配合。因此，在实施深化方案时，不同部门应当密切合作，确保各个环节的无缝衔接。同时，商业银行也应鼓励和培养团队合作的精神，营造积极向上的工作氛围。只有通过协同作战，才能更好地应对市场变化和满足客户需求。

第三，深化方案需要充分借鉴和吸收国内外的先进经验。深化方案是商业银行从传统模式向现代金融服务转型的重要路径之一。在这一过程中，商业银行可以借鉴各个国家和地区的经验 and 做法，吸收优秀的管理理念和技术手段。通过学习和借鉴，商业银行可以快速复制和推广先进的模式，提高自身的管理水平和服务质量。当然，借鉴并不是简单的照搬，商业银行还需要根据自身的实际情况进行合理的定制和适应。

第四，深化方案需要强调数字化和科技创新。随着互联网的全面普及和技术的迅速发展，数字化已经成为商业银行变革的新风口。通过数字化，商业银行可以更好地服务客户，提高用户体验。在实施深化方案时，商业银行应充分利用云计

算、人工智能等现代技术手段，将传统的金融服务转变为便捷、高效的数字化服务。同时，商业银行还应注重科技创新，不断推陈出新，为市场带来更多的惊喜和价值。

最后，深化方案需要注重风险管理和合规。随着金融市场的复杂性和风险的多样性，商业银行必须要高度重视风险管理和合规问题。在实施深化方案时，商业银行应当加强内部控制和风险监测，建立健全的信贷风险管理体系。同时，商业银行还应切实履行合规职责，严格遵守国家法律法规和金融监管要求，确保自身的合规安全。

总之，深化方案是商业银行实现创新和转型发展的重要抓手。在实施过程中，商业银行需要有长期规划和耐心执行，强调协同作用和团队合作，借鉴国内外先进经验，注重数字化和科技创新，同时强调风险管理和合规。只有通过不断的改革创新，商业银行才能在激烈的市场竞争中保持竞争优势，为客户提供更好的金融服务。

银行进企业活动方案篇八

银行支行服务质量百日竞赛活动实施方案根据总行开展“文明、规范、优质、高效”服务质量百日竞赛活动的要求及省分行的总体布署，为了更好地开展本次竞赛活动，结合我支行的实际，特制定本实施方案。

通过组织全行柜面人员学习、培训，提高柜面人员业务素质和技能水平，增强柜面服务意识；通过检查监督，切实提高柜面服务质量，创造柜面服务光荣的良好氛围，维护建行在当地的良好声誉，充分发挥柜面营销渠道的功效，提高我支行的服务竞争力。

1、3月上旬成立支行服务质量百日竞赛活动领导小组，明确组织分工。

2、3月上旬召开服务质量百日竞赛活动动员大会，支行办公室负责制作宣传横幅，并于3月10日在支行本级、所、所等三个网点统一悬挂，并利用宣传媒体的优势予以宣传，聘请社会监督员。

3、3月中旬由支行办公室、会计科、营业网点负责改进网点服务硬件设施，如设置“一米线”、统一更换意见箱、意见簿、完善便民设施等。

4、3月中下旬，由支行会计科负责组织柜面人员及相关人员学习《中国xx银行柜面服务管理办法》和《中国xx银行柜员服务标准》等手册，组织柜面人员观看总行制造的柜面服务规范演示光盘，并开展讨论，找差距。

5、4月上旬，开展柜面人员业务技能大比武，以综艺形式开展柜面服务知识竞赛，以营业室、所、所为单位，成绩列入先进集体及个人的评选。

6、4月中旬，参加省分行统一组织的柜面服务知识书面考核，成绩列入先进集体、个人的评选。

8、4月底，完成先进集体和个人的评选和审定、推荐工作，确定省分行柜面服务知识竞赛参赛队员。

（一）成立柜面服检查督导及先进评选小组组长：副组长：成员：。

（二）先进集体的评选：

1、参评单位：支行下属营业室、所、所。

2、评选名额：1名。3、评选方法：以百分制计算，每个参评单位基础分为100分，根据评分标准及检查监督情况加、减分，以得分孰高评定。

4、评分标准：

3) 在本次活动中各类竞赛获单项前三名的，分别加所在单位5分、3分、2分；

6) 接到客户投诉（含955）经查属实的，实行“一票否决制”，取消参评资格；

8) 本次活动有柜面服务先进事迹，经查属实的，每次加所在单位1-3分；

9) 经检查督导及先进评选小组确认的其它加分减分项。

（三）先进个人的评选：

1、参评人员：支行下属营业室、所、所柜面人员。

2、评选名额：4名。

3、评选方法：以百分制计算，每个参评人员基础分为100分，根据评分标准及检查监督情况加、减分，以得分孰高评定。

4、评分标准：

2) 在省分行组织的理论考试中取得前三名的，每人分别5分、3分2分；

3) 在本次活动中参加其它竞赛获单项前三名的，每人分别加5分、3分、2分；

8) 本次活动有柜面服务先进事迹，经查属实的，每次加1-3分；

9) 经检查督导及先进评选小组确认的其它加分减分项。