

银行网点旺季营销工作总结 (合集6篇)

篇1：银行网点旺季营销工作总结

今年第一季度，全省邮政金融业务呈现出持续快速发展的良好势头，较好地完成了邮政金融个人业务旺季营销活动的各项任务，实现了“开门红”。为总结旺季营销活动取得的经验和成绩，表彰先进，部署下一阶段主要工作，4月21日至22日，省邮政公司、省邮储银行在六安共同召开全省邮政金融旺季营销活动总结表彰会。省邮政公司总经理鞠勇、副总经理金根柱，省邮储银行行长张宏参加会议。会前，为表达对青海玉树地震中遇难同胞的深切哀悼，全体与会代表在现场进行了默哀。

XX总经理在讲话中充分肯定了第一季度全省邮政金融工作所取得的成绩。针对如何更好地完成今年下一阶段工作，鞠勇总经理指出，邮银合作，共谋发展，是邮政金融业务持续发展的关键。坚持邮银协调机制，在制定业务发展计划目标、出台营销活动策划方案、落实奖励政策、制定考核办法等方面，真正做到统一发展目标、统一品牌形象、统一策划行动、统一考核管理，以内部的高度统一增强了邮政金融的外部竞争力，真正实现行业利益的最大化。他强调要充分认识当前的有利形势，抢抓机遇，快速发展。今年，国家继续实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策，着力保持经济平稳较快发展、有效推进经济结构调整。

目前，安徽正处于工业化、城镇化加速推进阶段，我省的比较优势和后发优势日益凸显，影响力不断提升，为扩大对外开放、承接产业转移、提升产业层次创造了良好条件，特别是国家级皖江城市带承接产业转移示范区建设的全面启动，以及技术创新工程试点省建设上升为国家战略，将为我省经济发展提供新的动力引擎。由此可见，邮政金融业务发展具有广阔的市场空间。要注意加强区域政策研究和行业分析，加大对地方基础设施、支柱产业、重要大客户的金融服务，不断提升邮政金融服务地方经济的能力，实现当地政府认可、用户支持、企业得益的共赢格局，促进邮政金融各项工作再上新台阶。XX总经理要求进一步优化调整业务结构，努力提升发展质效。注重存款结构调整、收入结构调整、产品结构调整以及客户结构调整。他指出，要加强基础能力建设，增强业务发展后劲。加强网点营业人员配备，加大网点装修改造力度及设备投入。鞠勇总经理要求积极履行社会责任，提升百姓生活品质。加快推进二类支行开办小额信贷业务；继续做好新农保代理资格争取及服务工作。邮银要通力合作、密切配合，充分发挥和利用邮政多年来的社会资源和人脉关系，进一步做好对政府部门尤其是社保部门的沟通和协调工作，继续争取当地“新农保”业务的代发资格。同时充分发挥邮政储蓄在农村地区的金融服务优势，为政府代理好“新农保”业务经办事宜。鞠勇总经理最后强调，要加快推进金融信息化应用，提供现代邮政金融服务。电话银行和个人网银系统上线，是邮政金融信息化应用水平的进一步提升，是为广大客户提供现代邮政金融服务的重要手段，既能有效拓宽服务渠道，方便客户自助办理业务，又能提升邮政金融整体形象和服务水平。目前我省电话银行客户注册数仅有27万户，各地要进一步加大电话银行的推广工作，积极培养客户自助服务意识。个人网银系统目前正在系统内部推广，6月1日正式对外开放，各地要高度重视并认真组织好系统内部员工的使用推广工作，内部推广阶段要注意落实好相关激励政策，积极引导内部员工加办，同时做好相关培训工作，确

保完成集团公司下达的各项任务指标。

XX行长首先总结了第一季度全省邮政金融个人业务营销活动的总体情况，她指出第一季度全省邮政金融个人业务发展具有3个特点：邮银紧密合作;紧抓资金安全;大力开展宣传营销和规范化服务。张宏行长对下一阶段全省邮政金融主要工作提出具体要求：以项目营销为抓手，科学发展卡业务，巩固和保持储蓄存款已取得的成果。继续抓好农民工银行卡受理工作，进一步提升交易量;下大力气发展绿卡-通业务，做好VIP卡的发放准备，积极争取优质高端客户，改善客户结构;加快发展绿卡网上支付业务，推动个人网银在企业内部的试用。稳步开展信用卡面向社会的推广工作;继续做好商易通客户维系，对内加强考核激励，对外强化营销服务，努力提高发展质量;认真组织好“刷绿卡、游世博”有奖刷卡活动。要继续加快产品创新,通过拓展代收代付、批量代扣业务规模来吸纳活期存款,调整存款结构。从政治和战略的高度，继续高度重视做好“新农保”代理工作。以培育优质客户为目标，提升营销能力，促进理财业务与储蓄业务联动发展。以满足客户多元化需求为目标，通过帮助客户资产在存款和多种理财产品之间进行合理配置，实现储蓄和理财良性互动;精细开展针对性营销，加强对基金、理财产品的筛选推荐，积极抢占县城以下高端客户市场;从锻炼队伍、提升营销能力着手，继续深入开展银保合作。以提升邮政金融业务综合竞争能力为宗旨，深入拓展零售资产业务，加快小额贷款在二类支行的开办进度。各级邮政企业和邮储银行要站在战略发展和合作共赢的高度，立足当前、着眼长远，按照“成熟一个，开办一个”和“有利于业务发展”的原则，在前期市场调研上多下功夫，在人力资源上给予充分支持，在硬件投入上予以有效保障，积极与监管部门沟通落实高管资格认证，同时加大人员培训力度，加速推进二类支行开办。继续重视存单质押贷款业务发展，稳步增加开办网点数量，扩大服务范围;通过切实有效的营销措施，充分发挥该业务手续简便、发放迅捷、利率水平低的优势，使之成为邮政金融业务一个长期、稳定的利润增长点。以资金安全为重点，完善邮银协调机制，强化内部控制。以增强销售和服务能力为根本，加快推进渠道建设和规范化服务。以营销体系建设为抓手，加强队伍建设和培训，提升营销能力。以提升品牌影响力为根本任务，进一步加大宣传工作力度。

省公司副总经理XX主持了此次总结表彰会。4月22日上午，省邮政公司、省邮储银行分别召开了邮政代理金融工作座谈会和银行会议。金根柱副总经理在邮政代理金融工作座谈会上指出，尽管第一季度全省邮政金融业务取得了可喜的发展业绩，但仍然不能松懈，要继续保持旺盛的斗志，高度重视金融业务的发展，增强责任感和使命感;加强邮银之间的协调和沟通，站在全行业角度，强化大局意识;加强资金安全管理，将之贯穿于邮政金融工作全过程，确保全省邮政金融业务全年目标的顺利实现。会议表彰了20xx年全年及今年第一季度旺季营销活动先进单位;针对服务、审计、资金安全等工作作了专题发言;蒙城、凤台2个县支行进行了“新农保”经验交流;对网银、电话银行、银行卡业务进行了业务培训。

篇2：银行网点旺季营销工作总结

一、保障各项存款稳步、协调增长

加强维护

XX支行/储蓄所已制定了旺季服务存量客户挖潜考核方案，要求理财经理对所管辖客户分层进行电话联系或上门走访维护，特别是对50万元以上中高端客户，务求熟悉，以便更好的了解客户需求，增强客户对网点的忠诚度、贡献度。

拓展资金

利用晨会、夕会制定旺季营销揽存专项考核办法，明确任务和目标，引导理财经理、大堂经理、柜员等围绕各自岗位特点展开营销。大力宣传营销建行大额存单、保本型理财、结构性理财产品，外拓客户。另外，紧盯客户年终分红及征地补偿款项，确保早联系，早争揽。

加强存款监测

旺季中资金进出频繁，要求网点全体员工坚守岗位，切实做好客户维护服务工作，对柜面大额汇出资金及时掌握挽留。同时，做好客户分流和分层服务工作，对高端客户和大额存款客户提供贵宾通道，确保网点存款及时归行，提升客户满意度。

二、促进中间业务收入提升

代理保险业务

对不同属性的保险产品进行了认真分类和梳理，根据趸缴、期缴产品特点，有针对性的对不同层级客户进行推荐。强化大堂经理、代理保险工作人员和前台柜员的联动，保障营销成功率。

贵金属业务

一季度历来为贵金属营销旺季，计划利用晨会期间组织员工对旺季重点营销的几款贵金属产品进行培训，相互学习营销话术。网点充分利用LED滚动字幕、宣传折页和贵金属展示柜等多种渠道进行贵金属展品的宣传，重点向需要派送压岁钱的周边社区老年居民群体推销黄金产品。

第三方存管

维护CTS签约客户，另外需紧紧抓住股市回暖的趋势，积极营造良好的服务环境，在客户中识别股民和有意向在股市投资的群体，为到该行开立第三方存管的客户提供精确服务。

代理基金业务

利用晨会、夕会组织员工业务培训，保证营销人员在营销过程中熟练掌握产品知识，对每只基金，特别是分行营业部重点推荐的核心基金，要知道其卖点，能够向客户精准推介，针对客户资产结构及投资风险偏好，向客户推介适合其需求的基金产品，做到精准营销。

信用卡业务

利用新一代系统弹屏推荐功能，对每一位潜在办卡客户至少进行“一句话营销”的话术推荐，对年轻客户积极介绍热购卡特色功能，对“有车一族”派发苏通汽车卡宣传折页，确保信用卡每天均有进件。

电子银行业务

根据新一代系统弹屏，对未开通电子渠道的客户，以及已开通电子渠道但未曾激活的客户介绍电子银行功能。依据分行下派的手机银行营销工作指导，确保手机银行日均新增5户以上。

三、加强内控防范风险方面

一季度旺季营销是工作最激烈的时刻，任何一点成绩的取得都来之不易，需要格外关注风险防控。确立内控优先的思想和工作原则，

自觉把加强内控管理作为防范网点经营风险的关键环节来抓，要天天讲，要常敲警钟，使全体人员始终紧绷着“风险”这根弦。

篇3：银行网点旺季营销工作总结

营销工作进入一季度，同业竞争愈加激烈。xx行在行领导的领导与全行员工的共同努力下，加班加点，真抓实干，主动开拓市场，细分客户，争夺资源，抢占先机。截至今日，营销工作已开展20余天，工作进展较为顺畅，各项指标完成率已高于本月方案，在全区排名进入前列。下面我仅借鉴铁路行旺季营销工作中积累的阅历，谈一谈我个人的一些想法与工作体会：

一、争夺优秀客户资源，加大存款营销力度。截至本月19日，我行对公存款时点新增万元，名列全区其次，方案完成率496%，居全区首位。个人存款时点新增804万，方案完成率%，在全区中排名第12位。我行存款新增之所以能够取得佳绩，与行领导的主动营销和全行员工的共同努力是分不开的。对公存款方面，我行成功营销了**铁路局下属的锦铁房产开发公司，关怀我行对公存款实现几千万的增长。对私方面，在前台一线，我们用最好最真诚的服务留住铁路行已有客户的同时，成功营销大批同业其他银行客户。为大客户办理理财金卡，供应VIP服务。在中天证券公司设立驻点营销人员，日均开卡量达到10张以上，且较多为投入大量资金进行炒股的优秀客户。

二、大力宣传传达推广理财产品，抢占同业产品市场

三、在经济前景看好，股指反弹的状况下主动推动前进基金营销。09年我国经济形式一片富强，GDP增长速度更是达到了%，股指一度从最低的1800多点增长到3478点，20xx年，中国经济增长速度连续超过8%已经毫无悬念。我行利用中国资本市场大好全球经济复苏的有

利机会，充分利用每位行员工手中的客户资源，对基金进行大力营销，不仅为客户带来了可观的收益，关怀完成我行的基金销售方案，更加赢得了客户的口碑，为接下来的基金销售工作开了一个好头。

四、依据国家政策走势，加大住房贷款投放力度。09年**房价增幅始终居全国前列，进入20xx年，房价增长放缓，许多观望的买房人开头购买房产，我行领导与个贷部客户经理整合客户资源，查找以往有购买意向的相关客户，与其联系并介绍我行相关的房贷政策，在保证投放的每一笔贷款没有任何风险的情况下主动营销，截至19日，我行房金业务取得了时点余额新增万的佳绩，方案完成率%，居全区第4位。

五、柜面人员与大堂人员主动协作，电子银行业务取得较快进展。

电子银行业务简化了客户的操作，关怀客户更加便捷的办理业务，不过后续的注册、激活等程序较为繁琐。为了简化营销流程，在我们柜面人员为客户办理签约手续后，大堂中的工作人员主动协作，利用手机、电脑、电话等设备关怀客户完成注册、激活，我行工作人员为客户办理售后服务工作，使我行电子银行的便利、快捷理念深入到到人心，增加了客户对我行的满意度与忠诚度。电子银行的营销同样取得了不错的成果，其中企业高级版方案完成率更是达到%，在全区名列前茅。

以上成果是行领导的正确领导与全行员工共同努力的结果，这20几天来，行领导主动动员，以身作则，全行员工不辞辛苦，加班加点，付出了比平日里更多的汗水和辛苦，换来了xx行一季度营销的开门红。我深知进入一季度以来**同业银行间的竞争会更加激烈，营销一线已经成为了一个没有硝烟的战场，但我同时认为正确而不怀疑，铁路行全体员工会在守住已有阵地的同时，在行领导的带领冲锋下，抢占更为宽敞的市场，创下更加优秀的成果。

篇4：银行网点旺季营销工作总结

2017年旺季营销已经告一段落了。回顾一季度旺季营销工作，既有亮点也有不足。现将我网点在旺季营销工作中值得借鉴的做法分享如下：

全体齐动员，形成全员揽存增储良好氛围。一是加强组织，支行长亲自带头管理领导，制定符合网点实际的实施方案和考核方案，多次通过晨会夕会等形式动员全网点员工，进一步强化目标管理，激发员工争客户、挖储源、揽存款的热情，调动了员工的积极性和主动性。二是每日监测资金变动，加大对储蓄存款波动的监测分析力度，尤其是网点大客户资金流向，及时了解客户资金流变动情况。三是坚持公私联动营销。支行长带领营销主管或产品经理或走访温州商贸城和苏州物流园，在推荐对公产品的同时积极向老客户“要”存款。

锁定客户，积极营销。一是充分利用OCRM系统做好高端客户及大众富裕客户维护。支行长鼓励网点客户经理、产品销售经理积极认领客户，形成全员积极维护联系客户的氛围。二是大堂经理与高低柜之间积极良性互动。遇到目标客户，大堂经理和低柜柜员能做到主动营销，高柜柜员积极推荐。三是积极做到电话营销。网点弹性排班间隙中午下午下班后，员工

积极电话联系客户营销产品。

加强考核，提升激励机制。支行根据存款中收形势及考核办法，依据上级行下达的全年任务和应完成的进度任务，细化指标、在员工中掀起揽存创收高潮，要求员工积极揽存创收，任务完成进度定期张榜公布，以业绩论薪酬，坚持奖勤罚懒，这些有效措施的出台和实施，有效地调动了各层面员工创收的积极性，有力地推进储蓄中收的稳步增长。

狠抓基础服务，促进存款增长。除进一步加强柜面服务工作、提升服务水平外，对网点坚持勤督促、勤检查，不断优化服务环境；二是不断加强员工学习、培训，提高员工业务技能和工作效率，尽量做到让客户满意；三是注重细节管理，充分抓好业务运行中的人员、设备管理、备付现金充足等多方面完善服务，提高服务效率和服务质量，缩短客户等候时间。

某某银行前门支行

20XX-X-XX

篇5：银行网点旺季营销工作总结

2010年于我个人而言是非常忙碌与充实的一年，无论在思想、工作、学习、生活各方面都有了长足的进步，尤其是在销售方面取得了可喜的业绩。成绩的取得离不开自身的努力奋斗、积极进取，离不开我所在团队的紧密配合，更离不开各级领导的关心与大力支持。现将一年来的工作总结汇报如下，以飨来年。

思想上，与时俱进，及时更新营销思路为支行的营销发展献计献策，使得营销工作能够紧跟上级行部署。2010年年初，在旺季营销活动期间，及时统计各类业务量和整理报送信用卡，确保了旺季营销活动的成果得到了及时的巩固。3月份参加了省行与保险公司组织的“风劲齐鲁”培训班，充分发挥了党员的带头作用，推迟了休息时间，连续工作十四天，多方联系客户106人，拨打电话上百通，成功电话邀约客户9名，最终签单56万，收官的最后一天签单31万，占整个团队业绩XX万的半数以上。最终获得了“总保费王”，“总件数王”，“长跑王”等荣誉称号，在日常的营销工作中也不轻言放弃，不轻易放弃。另外，积极编写稿件消息，使得支行开展的所有业务能够及时传达到上级领导部门。

在工作中，埋头苦干，积极高效地完成各项工作任务。下半年沪深X基金销售方面，个人销售单支基金XX万，占支行全部销售量的50%以上。全年营销理财产品1400余万，另外积极发掘潜力客户，向支行领导提出良好建议，促成支行成功营销理财产品系列XX余万，为支行的理财产品实现新的突破奠定了良好的基础。在做好营销工作的同时，将营销的后续工作打理的细致认真。2010年全年核打、登记信用卡征信1500余份，整理报件1300余件；尤其是在批量卡的整理报送上更是加班加点确保了所有客户资料的及时上报。另外签约钻石级客户6名，新增钻石级客户一名，在客户关系的维护上更是尽心竭力，确保了中高端客户的服务体验和客户关系的持续。在学习上，身处一个学习型的组织，积极学习更新各类业务知识，认真对待各项培训，参加各类考试，保持了业务知识的畅通和良好的知识形态。在中，我积极参加了各类业务知识竞赛

，组织参加了支行自身刊物《一家人》的创立与编辑，参加并通过了上级行组织的各类考试、基金销售资格考试以及取得了银行业从业资格全科证书。通过不断地学习丰富了自身对银行业政策法规的理解、认识，为更好地服务我行、服务广大客户奠定了良好的基础。生活上，作为一名党员，克勤克俭，厉行节约。为支行的节约大计提出合理化建议，比如为节约每天的身份证复印用纸，将平日日终打印后的废纸及时收集起来，交由前厅工作人员使用。

对批量领卡客户填写的凭证进行了合理化设计，将支行废弃的信纸进行了充分的利用，节省了大量的纸张。以上成绩的取得离不开领导的大力支持和广大同事的密切合作，在平时的工作中，支行领导在业务资源配置上倾力相助，广大同事也积极向我推荐客户，确保了在营销各类理财产品方面客户资源的丰富与持续。成绩只能说明过去，未来更需努力，作为支行的一份子，我将趁着2010年的东风，在继续做好各项工作的同时，力争将销售工作做得更好、更细、更强。

篇6：银行网点旺季营销工作总结

2012年是台前支行各项业务快速、健康、协调发展的一年。我行在上级行的正确领导和支持下，按照年初总分行所确定的“防范风险、规范经营、改革创新、稳中求进”的指导思想和工作方针，结合我行的实际情况，坚持开拓与管理并重的原则，在全行员工的共同努力下，克服了种种困难，在经营环境异常艰苦的条件下，基本上完成了今年的各项工作：

1、各项存款稳步、协调、快速增长。截止3月31日，我支行人民币存款XX万元，比年初增加XX万元，增幅为XX%，完成计划的XX%、存款增幅在管理部各网点中居第五位。

2、中间业务收入完成情况。

3、其他各项产品信用卡、电子银行、基金、保险理财产品完成情况。

4、内控防范风险方面。全年结算和出纳业务运作良好，核算水平上了解个台阶。通过抓服务，抓培训，抓控制，抓考核，抓安全，圆满、优质、高效地完成了全年结算工作。至第四季度，差错率更是为零。取得了“业务量不断增长，核算质量不断提高”的双赢局面，获得了“龙岗支行会计核算优胜单位”的称号。

一季度旺季营销是战火最激烈的时刻，任何一点成绩的取得都来之不易，其中上级领导的支持和全体员工的努力是分不开的。

在中，我积极参加了各类业务知识竞赛，组织参加了支行自身刊物《年。思想上，与时俱进，及时更新营销思路为支行的营销发展献计献策我们柜面人员为客户办理签约手续后，大堂中的工作人员积极配合，务留住铁路行已有客户的同时，成功营销大批同业其他银行客户。

一是靠上级行的正确领导。年初总分行确定的“防范风险，规范经营，改革创新，稳中求进”的指导思想和工作方针，事实证明是一个既揽全局又具有切实指导意义的工作方针，同时上级行领导经常到我行了解情况，排忧解难和给予工作指导，这些都极大地鼓舞了我行员工的积极性和士气，有力地推动了我行业务的发展。

二是指导思想正确。自从年初分行确定了“防范风险，规范经营，改革创新，稳中求进”的指导思想和工作方针后，我行就结合本行实际情况，确定了“一个中心，两个立足点，两个计划”的指导思想。一个中心是把“组织资金，运用资金，平衡资金”作为全行全年工作的中心，实行“存款立行”的原则。两个立足点是既立足于市场开拓，又立足于内部管理。通过一手抓开拓，一手抓管理，在促进业务发展的同时，也注重内部管理水平的提高。两个计划就是财务收支计划和信贷计划。银行经营的最终目的是实现利润的最大化，把握了财务收支计划就等于把握了经营方向，而信贷计划是实现财务收支计划的有力工具。所以切实做好并执行好财务收支计划和信贷计划是实现银行经营目标的可靠保障。

三是对形势分析准确，业务措施得当，工作部署到位。

- 1、研究分析所辖区内的经济发展情况，政策、产业和发展规划；
- 2、研究分析同业的发展情况，明确竞争对手，认清形势；
- 3、研究分析存、贷款客户构成情况，抓重点，分层次进行管理。
- 4、研究自身的经营对策。

二、主要做法：

四、存在的不足

回顾一季度的工作，虽然取得了较好成绩，但仍存在一些不足，主要表现在

：

一、传统业务操作模式仍占主导地位，一定程度上制约了业务发展。目前，我行除营业部实行柜员制外，其余网点仍是双人记账、双人复核方式，客户办理业务时常出现排队现象，特别是代理退休职工工资发放时，正常业务根本无法开展，部分大客户因此转到他行开户。部分网点不堪重负，存在变相赶客户怠慢客户现象。

二、个别员工工作作风拖沓，作风不实时有表现。一是机关工作人员自律性差，迟到早退、工作时间人员去向不明的现象难以改变，抓的紧好一阵，抓的松又恢复老样子。二是支行布置的工作能拖就拖，敷衍了事。三是部门之间协调时有脱节，总是需要行领导亲自过问，才能办好。

三、资产业务良性发展存在难度，有效收入增长不足。一是优良客户少、民

营私营企业规模不大，在宏观调控、信贷总量控制的背景下，客户自身达不到准入条件，想进入进入不了。二是客户贷款承担的费用成本较高，手续冗杂，影响贷款营销。部分优良客户因此主动退出，不再向银行借贷，转向民间资金借贷。三是不良资产占比过高，清收空间愈来愈狭窄。随着×制全面到位，×属企业贷款大部分已形成呆账、死账，根本就无法清收。×业贷款也随税费改革政策推广实施已被悬空，失去了清收本息的载体，严重制约了有效收入的增长。