

## 银行网点转型工作总结 (合集7篇)

### 篇1：银行网点转型工作总结

敬重的各位领导、各位同事：

遵照会议支配，我代表\*\*支行就支行的网点公司金融业务转型工作向大家做简要总结汇报，缺乏之处，请指责指正：

遵照分行网点公司金融业务转型工作的整体要求，在分行的支持下，我行踊跃推动该项工作，标准了营业网点功能分区，改革业务流程和效劳流程，落实标准化运营管理模式，网点的公司业务开展有了改观，总结整个推动过程，以下几项措施在整个工作中起到了关键作用：(转载请注明来自:好范文网

一、对政策的研读理解，突出执行与贯彻的高度统一。

网点公司金融业务转型是一项系统工程，必需要有统一的政策指导，不能单干、蛮干，我行充分相识到这一点，谨慎学习和分析分行相关文件、政策精神和要求，充分相识并理解网点公司金融业务转型的目的和重要意义，严格遵照以客户为中心、重点开展维系中高端客户、提高网点效率、提升网点效能的指导思想有打算、分步骤地推动该项工作，并将网点的开展统一到全行战略开展的高度，依据总行扩规模、调构造、防风险、上水平的总体要求和分行保先争位翻番的战略目标，结合市场开展状况和网点业务实际，协助网点谨慎分析自身优势和缺乏，扬长避短，全面参加市场竞争，在注意全面传导的同时，更加注意信念的树立，更加注意科学的指导和标准，更加注意目标的过程管理，通过一系列自上而下和自下而上的互动或沟通，切实变更了以前网点开展的畏难心情，网点对全行开展战略规划的实现由信念缺乏到全面理解再到斗志昂扬的转变，实现了从要我开展向我要开展的转变，强化了执行力，促进了整个工作的开展。

二、分行的调研跟踪支持，突出上传下达。

三、支行班子的资源支持，突出支行对转型的高度重视。

支行班子高度重视网点公司金融业务转型工作，在资源上赐予大力支持，特殊是网点人员问题

四、分步、分层次的实施战略，突出问题解决的科学性与打算性。

在转型工作中，我行充分相识到自身实际，结合下属网点在人员配置、岗位设置、业务类型、业务操作、市场需求等方面综合考虑，采纳了分步、分层次的实施战略，在13家支行中选取5家支行纳入首批试点，重点突破，科学性和有打算性地解决问题。

五、抓根底问题及主要冲突的解决，突出方法的正确性。

六、强化合规内控的贯穿，突出保安康可持续发展的中心愿图。

七、强调考核的科学化，突出先进及标杆作用。

为有效推动网点转型，实现最优网均效能的目标，在科学发展观的指导下，我行更加注意指标下达的科学化、合理化，变过去的单一指标分解为此时此刻的综合竞争力指标评价，以及在网点开展过程中的更关注长远目标和阶段性指标的结合以及网点区域竞争力与全辖整体竞争力的结合，同时在网点中选择业务开展优良的作为标杆，在资源支持和人员支持上给予倾斜，在此推动下，各网点业务开展出现了你追我赶的局面，都努力争当业务开展的标杆。

八、抓好队伍建立及培训，突出转型中坚力量的带动及管理效应。

九、强化管辖行与各职能行的沟通、指导、全面联动，突出网点转型的一盘棋效应。

针对目前网点公司金融业务转型工作中网点存在经历缺乏的现状，支行本部不断加强与网点的沟通，采纳全程跟踪，全面指导的方式，推动此项工作的进展，同时充分发挥联动营销的作用，变更单兵作战的模式，不断强化网点与网点之间、网点与管辖行之间横向、纵向联动，通过管辖行对网点的效劳指导和业务支持，大力推动公司业务开展，全面提升网点的业务综合效能，切实变更客户认为经营规模相对小的网点业务品种过于单一的观点。同时充分发挥高层营销的作用，充分利用分行领导对网点开展的关怀和支持，对于网点客户中的重点优质客户，行领导协助开展高层营销，不断提高营销实力和水平。通过这些让客户切实体会到在网点办业务跟在管辖行办业务享受到的效劳是没有不同，切实体会到\*\*的整体品牌力气。

## 篇2：银行网点转型工作总结

XX年以来，XX县支行认真贯彻落实省、市行工作会议精神，紧紧围绕“以网点改造带动网点转型，以网点转型带动业务转型，以业务转型带动经营转型”的战略部署，积极探索转变和发展之路。在加强硬件设施的同时，把提升软实力作为网点转型的重点工作，以转变员工思想，提高服务和营销质量为目标，通过加强培训学习、开展系列营销活动、完善激励机制、评先选优等一系列工作，努力提升软实力。

通过努力，员工的思想得到高度统一，陈旧的理念得到更新，员工在工作中所扮演的角色得到转换，工作热情和积极性被充分调动，网点岗位设置、工作流程得到进一步完善，工作效率得到明显提高，初步形成了以网点改造带动软实力提升，以软实力提升推动网点转型的良性循环，有效地促进了业务经营发展。

一、转变观念，达成共识，为网点转型工作奠定良好的思想基础

转型工作开展之初，针对部分员工存在的错误认识，该行确定了“改造硬环境，提升软实力”的工作方针，重在提升软实力上下功夫，迅速在全行开展了系列培训教育活动

，把网点转型的知识和理念灌输给员工，对员工进行“洗脑”。按照一级带动一级、一层推动一层的工作思路，全面开展软转工作。

首先，行领导以身作则，带头学习先进的服务、营销理念，并将知识以专题学习会议的形式与大家分享，使员工认识到提升服务和营销意识的重要性和紧迫性，通过领导带动激励员工转变。其次，先后六次组织网点负责人和大堂经理赴哈市及江浙等地，对当地转型工作出色的营业网点进行观摩学习，使他们真正体会到普通网点与转型网点的区别，体会到服务和营销理念的提升才是网点转型真正的内涵，以网点负责人作为推动网点软转的突破口，以网点负责人意识的转变推动基层员工的转变。第三，多次邀请上级行及有关单位的领导及专业人员举办了多场服务、营销及业务知识专题讲座，在为软转打好坚实理论基础的同时，进一步提高了员工的学习意识，营造了良好的学习氛围。

二、细化措施，强力推进，确保转型工作取得实效在如何转的问题上，该行在探索中研究，制订了一系列措施，在客户识别、现场管理、角色转换、人员培训及制度建设完善等方面总结出了一套的经验，主要有以下几个方面：

一是做好优质客户的识别与维护。配备了专人对系统进行使用和日常维护，并将个人优质客户系统提供的各种数据，作为决策的重要依据，同时，进一步完善了维护流程，细化岗位分工，并将优质客户的日常维护纳入绩效工资考核范围，全力抓好优质客户的识别和日常维护。

二是全面实施现场管理。明确了网点负责人、大堂经理等岗位的职责，规范晨会流程，严肃巡查制度，制定了规范化服务细则，把管理重点逐渐由内部向外部转移，由纵向向横向延伸，细化服务和营销中的每一个环节。

三是抓好员工角色转换，使其由“要我干”变为“我要干”。根据基层网点实际的情况，把网点负责人与大堂经理岗位相融合，网点负责人即是对内的管理人员又是对外的服务人员，实现岗位不变职责变；其次，在旺季，把大堂经理充实到前台担任柜员，这样在缓解了柜台压力的同时，也使员工的业务能力得到了增强；另外，每周安排一名前台柜员担任一天时间的大堂经理，履行大堂经理职责，不仅有效地锻炼了员工，也增进了员工间的理解，增强了员工的团队合作意识，实现了岗位不变角色变，从而推动了软转进程。

四是制度的建设和完善。及时调整工作思路，在转型网点开展了一次规章制度大检查活动。采取检查和自查的方式，查找旧制度与新工作之间的磨擦，广泛听取制度使用者的合理意见，在收集反馈意见后，逐步完善现有制度。先后制定了《个人优质客户管理维护制度》、《XX县支行营业网点规范化服务细则》、《营业网点“神秘人”检查办法》等一系列制度，内容涵盖了组织管理、服务规范、工作制度等多个方面。

通过以上工作的开展，“大厅制胜”、“渠道为王”的经营理念已深入人心，员工思想达成普遍共识，基层员工的服务、营销意识得到了极大的增强，转型工作初见成效。截止到XX年末，全行各项存款XXX万元，较年初纯增XXX万元；新发各类银行卡XXX张；代销各类

保险XXX万元;新增优质客户XXX户，中间业务收实现XXX万元。

### 篇3：银行网点转型工作总结

在金融行业竞争日益激烈的今天，在邮政代理金融业务生死存亡的紧迫关头，在区公司领导的高度重视，市局领导的大力支持，分局领导的积极配合下，我们西路支行在7月2日终于迎来了我们期盼已久的陆家嘴财富中心的辅导老师叶涛，在叶涛老师的认真辅导下我们西路支行从物理环境布局，人员整体素质，团队凝聚力等各方面都有了很大的改变和提高。下边我对这两周来网点转型工作，做以下汇报。

#### 一、物理布局更加合理。

在老师的辅导下我们重新布置了我们的贵宾室，并铺了地毯，购买了小冰柜，屏风等。为我们的贵宾室营造了尊贵、高端的氛围，使我们的高端用户有了尊贵的感觉。还设立了费现金柜台，及网银体验区等，重新调整了客户等待区，使用户从进门取号，填单，到等待有了更好的次序，在这里要感谢区公司为网点配的电视，为我们的用户等待区提供了业务宣传的浓郁气氛。

#### 二、人员素质的提高。

人员素质的提高离不开网点培训，我们从营销端，客户端，管理端三个方面详细学习了转型所需要的知识。

1、营销端，我们学习了销售套路，及销售话术，学习了如何推介我们的网银、手机银行、短信通，绿卡通等渠道类业务，还有保险，基金定投，四季理财理念，学会了如何从3+1转介，到高一级的“绑，提，转”到专业的理财服务，的销售过程。

2、客户端，我们学会了如何电话邀约用户，客户异动挽留，VIP客户的深度挖掘，以及客户档案的建立，短信，电话维护客户模板。

3、管理端，实施了具有我们网点独特风格的晨会、夕会制度。建立了业务看板，活动量统计表，每日三巡及一对一辅导的制度。

#### 三、转变了原有的单兵作战销售流程。

我们网点每天客户量比较大，以前单兵作战的时候，前台很多优质的客户资源都流失了，没有高效率的开发客户的潜能。做得最多的就是把产品推销给用户，而不是以客户的需求来提供产品服务。经过这两周转型的学习，我们深刻感觉到以客户的需求为导向来提供产品服务才是我们迈向成功的方向。每天不论客户男女老幼，我们始终坚持客户一走进我们的营业厅，就会有大堂经理的：“您好有什么可以帮您么？”就会有柜员的“绑、提、转”就会有理财经理的一对一的理财服务。我们正在用我们的坚持诠释的那句话：“简单的事情重复做，重复的事情坚持做。”

#### 四、我们的柜员我为你们骄傲。

从转型以来我们的柜员每天7点准时到岗，晚上10点半才离开网点。十多天来没有一个请假迟到现象出现。柜员都在相互鼓励，相互加油，坚持，在坚持，你一定行，你是最棒的这样鼓励的话成了柜员们每天打招呼的问候语。在这周有大量的用户来缴天然气，每天排队都排到了厅堂门口，给我们大堂经理很大的压力，这时我们不上班的柜员主动加班充当大堂，维持秩序，并给用户递送宣传单，给用户讲理财知识，引导用户参加我们现场在贵宾室的理财沙龙。有位阿姨的一句话真的让我感动她说：“你们的服务真好。”虽然是很普通的一句话，但是这是我们这个团队这些天来坚持换来的回报，也是我们这个团队努力结出的成果。我以我是这个团队的一员而自豪，我以我们的柜员而骄傲。

#### 五、取得的成绩

业绩数据绿卡。。网银。。手机银行。。定投。。

总结：以上是我们 西路支行对开展网点转型工作的总结，网点转型是一条只有起点没有终点的道路。这两周我们虽然我们服务环境得到了改善，我们的业务能力也得到了一定的提高，但是未来我们的路还有很长，还会有风雨，也会有彩虹。我相信我们一定会冲破束缚在身上的茧，变成天空最美丽的蝴蝶。

### 篇4：银行网点转型工作总结

我行自开展转型工作以来，作为一名基层员工，我悉数目睹了它给我行带来的日新月异的巨变，可以说这次变革之深刻对我行来讲无异于脱胎换骨。

记得开展转型工作以前，我行为了树立我行形象、提高工作效率、培养职工积极性也进行过不少的努力，也取得了一定的成绩。但这些措施毕竟都带有一定的偶然性和孤立性，因为缺乏全面、系统、长远的理论做基础，没有从根本上解决职工最关心的收入、个人发展等问题，没有得到职工发自内心的拥护，因此无法作为长效机制存在，很多措施往往虎头蛇尾、不了了之，收效甚微。时间一久，随着接受系统的培训和学习，尤其是经过亲身的经历和实践，我对转型的看法逐渐有了质的改变：由抵触变成了拥护。

因为我切身感受到了我行以下的变化：

#### 一、我行整体形象的提升

转型以来，本着我行的文化底蕴，开始了对网点硬件进行了大规模的标准化装修，统一的标示、统一的外观形象、统一的宣传口号、统一的服务，整个行由此象工业化的流水线般整齐划一，自此率先以规范、先进的世界一流金融企业的形象出现在社会大众眼前，大大提升了我行在社会上的美誉度。

#### 二、内部工作关系逐步捋顺

转型以后，首先捋顺了工作关系。转型工作要求各级部门严格按照机关服务一线，后台服务前台，保障服务经营、全行服务客户的工作思路去开展工作。彻底解决了个别部门以往或多或少存在的官僚习气、人浮于事的散漫的工作作风，把整个行整合成了一部精密的机器，使得人人有工作目标，个个有工作任务，各司其职、各办其事，大大简化了前线网点的事务性工作，节省了很多的精力来服务、去营销，工作起来更加得心应手，没有了后顾之忧。

### 三、职工的精神面貌有了质的飞跃

转型工作中，我感受最深的就是对“人”的重视。转型后，我行将“以人为本”四个字提升到了我行的使命的高度，明确提出：员工是银行最宝贵的资源，是赢得客户、拓展市场、永续发展的关键。要拓宽员工职业发展通道；要建立科学有效的薪酬、奖励、荣誉制度；要创建尊重、关心、培育员工的人文环境。三句话直接要解决的就是职工最关心的三件事：个人的进步、丰厚的福利、舒心的环境。如果由此具体联系到我们身边的人和事很容易就可以发现我行的巨变：个人业务能力强的员工在持续的被充实到各级领导岗位或不断的被高调宣扬和表彰；各级员工尤其是一线员工的工资、福利逐年增加甚至倍增；各种展现员工特长、活跃员工业余生活、促进员工学业务强能力的活动精彩纷呈。而这些举措带给我行员工最直观的变化就是：严谨认真的多了，松松垮垮的少了；踏实工作的多了，勾心斗角的少了；积极营销的多了，消极旁观的少了；朝气蓬勃的多了，萎靡颓废的少了；爱学习的多了，混日子的少了……人只有充实才会快乐，因为迷茫才会颓废，既然已经看到了自己的希望，试想，又有几个人会心甘情愿的去浪费自己的希望和生命？所以，我感觉本次转型受益最大的正是我们这些员工，因为我们从中看到了自己的机会和希望。

不过，我们也应该客观的认识到，什么事情都不是一蹴而就的，在变革初期，很多地方会不尽人意、需要改进和修正。，服务效率不高；客户的有效投诉抬头；晨会、精神墙制度开始流于形式；高低柜间的营销配合名存实亡……如此种种，不一而足。

细究其原因，不外以下几点：

首先，个别基层负责同志对转型工作的重要性认识不足。在精力有限的情况下，很多同志选择了把主要甚至绝对的精力都放在了业务发展上面来。可以说，大家都在努力的为之拼搏，事事身体力行，时时废寝忘食，很多的同志甚至将家庭都抛在了脑后，实干精神确实令人敬佩。但从一定程度上讲，个别人不能不说也存在着个人私心：只想了为本单位争荣誉；只想了为自己职工尽可多的增加收入；只想了自己的努力能被上级认可……无形之中，忘记了转型工作事关农行的长远发展；忘记了上级领导赋予自己培育网点和职工的重任，从而在面临个人成绩和我行的长远发展时犯了短视的错误——将抓转型的精力也都悉数抽调到了业务发展上，听任转型成果萎缩。

其次，由于个别网点制度不到位而导致利益分配出了问题，最终影响了转型工作。在一些网点，因为没有恰当的规章制度引导，利益分配出了问题，许多本来高柜该推荐给低柜的业务，低柜人员拒绝推荐而宁愿自己亲自去做，导致前台营业窗口长时间被占用；由于营

业窗口被占用，大厅内客户流动缓慢，导致办公效率降低，客户的不满开始凸显；由于客户因办公效率低下而心怀不满急于发泄，难免会有不妥的言行出现，就很容易导致与柜员出现冲突；如果此时网点经理不在大厅值班，不能适时的进行安抚和疏导，就极易导致矛盾激化和投诉的形成；一旦客户进行了投诉，他本人甚至家人、熟人对我行就开始抱有成见，如此一来我们的对立面就会逐渐形成……我们不但会开始为此丧失客户，美誉度也会随着对立面的壮大而走下坡路。这样的逻辑当然很是肤浅，但脉络明显，不能不引起我们的警惕。

最后，我认为，还缺乏一种有效的机制把员工的优质服务意识由“要我干”变成“我要干”。平心而论，我这样说也有失偏颇，比如我们现在一直在执行的“神秘人”制度就是一种长效机制。暗访措施就像我们小的时候学骑车时扶着我们的那双手，被人扶着骑车肯定心里不舒服。可我们为什么还要学骑车？因为骑车比步行效率高！为什么要人扶？因为我们还处于学习阶段！可是要知道，学骑车累，扶的人更累。大家都累的时候，问题就出来了，为了投机取巧，各种令人啼笑皆非的办法应运而生：刻意留意暗访者线索；互相打听暗访者的信息；更有甚者竟然有人贿赂暗访者…呜呼，无语。这绝对不是我们转型的目的！

## 篇5：银行网点转型工作总结

对于银行网点转型这个话题，我作为一名银行工作人员来说并不陌生。如今的国内外金融经济形势已经发生了改变，中国银行业竞争日趋激烈，银行网点已不仅仅是银行形象和服务的窗口，更是终端营销的主战场，各银行纷纷提出了由核算交易主导型网点向服务营销主导型网点转型，这不仅是对传统观念的冲击，更是对构建网点营销体系和培养营销专业团队的挑战！银行网点必须主动的适应这种新的变化，不转型是不行的，而且转得越快越好，转得越快越主动。如果我们不跟上时代的脚步，很可能就被时代所淘汰。南通各家网点就已经开始步上了转型的轨迹。

在我看来营业网点转型主要分为几下几个方面：

一、服务管理：1服务的标准化、流程化2服务质量的检查3客户分级的差异化服务4服务意识和技能提升

二、营销管理：1区域内市场营销活动的策划与组织2网点产品的交叉销售：客户分流与引导创造机会、柜员如何发现销售机会、主动营销和发掘目标客户、公司业务和个人业务的联动3客户关系管理维护4区域营销环境分析和市场细分

三、现场管理：

1、网点现场的布局与动线设计：装修风格崇尚简约、舒适、温馨，网点空间布局更强调功能分区，明显区别于传统银行以高柜为主、所有服务功能均通过柜面实现的运营模式。

2、网点现场如何做好营销陈列3营造网点现场氛围

南通中信银行几个网点步上转型的轨迹差不多两年的时间，与传统模式相比之下，有了质的变化。转型以来，本着中信的文化底蕴，开始了对网点硬件进行了大规模的标准化装修，统一的标示、统一的外观形象、统一的宣传口号、统一的服务，整个行由此像工业化的流水线般整齐划一，自此率先以规范、先进的世界一流金融企业的形象出现在社会大众眼前，大大提升了我行在社会上的美誉度。支行在考虑流程优化、功能分区、业务分类、柜员分等、客户指引时，首先想到的是客户需求和感受，而不是自己“只能这个样”、“只有这么做”。譬如优化流程，更多的考虑客户便利，省去相似、相近的有关手续；而功能分区也考虑了中高端客户办理业务的私密性，增强客户的安全感。编写业务指引，就是要让客户看得明白而不产生歧义，注重指引的形象、直观，更多的是用图示和简洁的文字，而不是“长句”的叙述。《指引》出台前，则征求不同年龄、不同文化程度客户的意见，就是要让每一位客户看得懂，用得上。为客户提供更好的服务，是网点转型的基点要为客户提供优质服务，员工服务意识的强弱是关键，而服务意识的强弱源自员工的角色定位。在一段时间内，支行领导无论是开会，还是给员工培训，都反来复去讲“角色定位”，引导员工在“转型”中实现自己的角色转变，由原来的“柜员”转变为“服务员”和“销售员。通过培训，大多数员工都明白，作为服务员，每天的工作就是为客户提供服务，满足客户的需要，客户满意是衡量服务好坏的标准；而作为“销售员”，就是要在为客户提供服务过程中因人、因时、因事，适宜地向客户营销建行的产品。服务是为了销售，而销售需要更好的服务。

零售网点转型项目的每一个细节都逐渐深入我行人心。看到我行的转型取得的成绩。我应该自省自查努力工作，在本职工作做好的同时，我要积极思考问题、解决问题，为我行在从网点转型到战略转型工作中献计献策。

## 篇6：银行网点转型工作总结

在日益激烈的行业竞争、客户对于银行网点的不满和期望，以及单纯依靠成本拉动存款等因素都迫切要求对现有网点进行转型。为全面提升网点优质文明的服务水平，提高综合竞争力，逐步拓展新业务提高经济效益。

根据省公司安排，我局XX所选为省公司领导挂点的转型网点后，转型大使和网点负责人在xx培训了半个月，在xx所跟班学习了一个月后，明白转型的真正含义----建立可持续的客户关系。同时在陆家嘴财富管理中心老师的帮助下确定网点转型培训重点和方向，制定和落实好培训计划，积极引进陆家嘴财富管理中心的经营理念、管理理念。改善员工的知识 and 专业结构，全面提高员工整体素质，逐步适应邮储银行的发展需要。

### 一、责任

在日益激烈的环境中，我们深感网点转型对我们未来发展业务的重要意义。局领导对兰坊提的每一个要求，做到有求必应；转型大使和xx所员工同吃同住，对出现的问题认真去解决；xx所的全体员工在转型过程中，做好每一件事、注重每一个环节、不放过每一个细节。



## 二.坚持

真正导入开始后，可以用一个字来形容---苦。转型期间，全所员工停止工休，每天早出晚归。早上7点上班，晚上9、10点下班，有时甚至11点才下班。每天坚持开两会，开门迎客、柜员的举手礼、100%递折页、客户信息收集、渠道类产品的绑定、话术演练通关、理财经理每日电访、中高端客户的维护及客管系统的应用、负责人两会三巡、每周行动计划、员工一对一辅导等等，都必须坚决做到位。

## 三、练习

通过每天的话术演练，潜移默化的都在平时工作中运用，微笑，赞美，提问，聆听，挖掘对方的核心需求。若是我们的客户，达到了VIP的要求，我们马上帮他办理VIP卡，并捆绑了短信，网银，手机银行等渠道类产品。通过推广发放VIP贵宾体验卡让潜力普通客户享受VIP，进一步提升客户满意度。

## 四、转变真正的转型最根本的是人的转型。

网点精细化管理，通过标准的晨会流程，网点员工士气大增，口号响亮，业绩承诺---大家信心满满，显现出良好的精神面貌和职业素质。开门迎客，来有迎声，走有送声等礼仪，让客户感觉我们的服务在变。通过专业的，贴心的服务，去赢得客户，留住客户。我们的客户多样化，对大堂经理也是一种考验，大堂经理忙碌而又繁琐。当客户走进银行，首先大堂经理询问客户办理什么业务，然后教他取号，引导客户到功能分区办理或者等候，维持厅堂秩序。理财经理是接待转介客户和维护网点的中高端客户，并为其提供一对一的专属理财服务。柜员办理现金业务，收集客户信息，绑定渠道类产品，激发客户的需求并转介给客户给理财经理。

五、完善通过专业的、贴心的服务，去赢得客户，留住客户，营造从上到下重视文明标准服务的氛围，进一步提升客户服务满意度。让这种服务理念根深蒂固的扎在我们的心里，不断提高我们的规范意识和服务意识，只有时时刻刻把客户的利益放在第一位，让客户享受第一流的服务，客户每次都能开心来，满意走，邮政金融业务才能走向一条可持续发展的道路。

## 篇7：银行网点转型工作总结

在银行业务高速进展的背景下，日益激烈的行业竞争、客户对于银行网点的不满和期望，以及网点运营效率低下等因素都迫切要求中国银行业对现有网点进行转型。邮储银行为全面提升营业网点优质文明的服务水平，提高综合竞争力，仔细学习现代银行的管理阅历，从稳健经营动身，从为城乡居民供应基础金融服务和从事低风险的资产业务起步，通过不断加强银行内部管理和风险掌握力量，逐步拓展新业务提高经济效益。

依据队伍的现状，确定网点转型培训重点和方向，确定培训对象和内容，制定和落实好培训方案，乐观引进商业银行的经营理念、管理理念。改善员工的学问和专业结构，

全面提高员工整体素养，逐步适应邮储银行的进展需要。尽快提升零售网点销售力量和客户满足度，实现网点功能全面转型的根本转变，主要实行了以下几方面措施：

### 1.加强领导。

网点转型的最终目标是要实现网点功能的提升，实现网点功能由原来的交易核算主导型向营销服务主导型转变。把推动网点转型作为提高员工满足度和客户满足度，提高网点的营销服务力量和核心竞争力，乃至撬动全行业务转型，实现工作目标的重中之重的工作来抓。对网点转型的内容、步骤、目标和要求都进行明确，为网点转型供应科学依据。

### 2.坚持原则。

坚持优化布局、提高效益原则。本着“稳定乡镇网点、整合县城网点、优化城市网点”的思路，合理调整网点布局，提高网点的创效力量。依据不同的区域和经济条件，加强对基础网点和自助网点进行建设，重点建设一批能吸引和稳定高端客户的优质服务网点。各部门要对网点转型标准的执行状况进行全面检查、监督和评价考核，对执行不力的要严厉追究责任，以确保网点标准化建设的质量和效果，通过网点形象建设工作促进网点功能的提升。在发挥网点布局优化、功能分区、统一形象、设备设施投放等硬件建设措施的同时，要与网点分类分级管理、业务流程优化、客户分层服务、岗位和劳动组合优化、网点文化建设等软件转型措施结合起来同步推动。

### 3.建立机制。

转型是为了更好的为客户供应服务，增加产品销售，但转型过程中假如不重视内掌握度建设、规章制度的落实和风险理念的训练，甚至以牺牲风险来增加服务的便利性，则有可能导致转型的失败。因此，加强员工思想道德训练和风险意识，狠抓制度落实和按章操作，建立先进的风险掌握文化和合规文化，对网点营业环境规范、仪容仪表规范、大堂经理、柜员、自助设备等方面进行全面监管，督促网点整改，巩固转型效果。

### 4.完善措施。

通过专业的、贴心的服务，去赢得客户，留住客户，营造从上到下重视文明标准服务的氛围，全面推广使用个人客户服务信息计算机维护与管理，进一步提升客户服务满足度。确保我行网点转型服务质量能有一个根本性的提升。用统一的标准，规范网点的服务营销模式，实现服务标准化和客户体验的全都性，以提高产品销售力量，提升客户满足度。从而提高网点功能的全面转型，实现企业经济效益的稳步提高。