

商业银行开门红活动方案 开门红银行工作总结(模板5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

商业银行开门红活动方案 开门红银行工作总结篇一

我行继续围绕第二届董事会目标任务，理清工作思路，求真务实，强化管理，统筹发展，狠抓了组织资金和市场份额拓展，8月底，各项存款总额突破150亿元大关，发展的速度不断加快，管理水平不断提升，各项业务又有了新的进展，为下阶段工作打下了坚实的基础。

今年三季度，我们主要抓了以下几方面工作：

存款始终是银行经营的根本；份额代表着地区竞争的地位。今年上半年我行存款总额虽然实现了时间过半，任务过半，但在同业竞争中，我行新增存款额较本地区其他行存在较大差距。面对这一情况，我们充分认识到“逆水行舟，不进则退”，三季度，我们一步不松抓组织存款，一着不让拓市场份额。

1、为帮助各支行调动员工积极性，激发员工工作热情，长久保持组织资金的高昂斗志，在激烈的市场竞争中，打好组织资金漂亮仗，力争市场份额有更大的突破，向我行独立运行十周年献礼，8月18号，独立经营以来第一次在晚上召开了各支行行长会议，全面动员，紧密部署了“结对子、争份额、比贡献、争市场组织资金竞赛”活动。竞赛将全市3xxxx支行按市场份额水平和所处经济环境结成14组，分别下达各自目标任务，捆绑式竞赛考核，为我行存款的增加，市场份额的

扩大起到了有力的推动作用。

2、通过对市场份额较低支行的排队，分析我行组织资金工作存在的考核不力，激励不力等具体问题和不足，8月24日，再次召集市场份额在本镇低于他行，当年新增少于他行，考核力度不大的20位支行行长，在xx支行举行现场会。再一次鼓劲增压，敲响了结对子、比贡献、争份额的战鼓。通过看xx支行营业大厅的宣传氛围，和张榜公布的`全体员工每月组资业绩和每季考核结果；听xx支行组织资金实行公开、公正、透明考核的经验做法和强考核，扩份额，促进各项业务稳健发展的汇报；20位支行行长纷纷上台表示，一定坚定必胜的决心与信心，发扬好领先精神、拼搏精神、吃苦精神；营造好宣传氛围、考核氛围、组资氛围，创造出新的业绩。

同时，为让全行干部员工通过与兄弟支行的对照比较，更加清楚自己存在的差距，和在整个农商行中的排名，做到知己知彼，百战不殆，我们开办了每周一期《结对子、争份额、比贡献、争市场组织资金竞赛简报》，每周公布存款情况，跟踪各支行组织资金竞赛动态，定期介绍组织资金做法，营造了你追我赶、共同进步的浓烈气氛。9月末总存款比6月末增长了14亿元，存款市场份额得到稳步拓展。

三季度，时值xx商业银行党委保持共产党员先进性教育活动开展，我们在行党委领导下，统一部署，精心组织，周密安排，求真务实，积极投身到保持共产党员先进性教育活动之中，做到以先进性激发员工工作积极性，以先进性体现支持地方发展的责任性，以先进性提升地方银行声誉。

以支持地方发展为己任，构建“三走进，三服务”长效机制。一方面继续强化“三农”意识，积极支持“三农”发展。大力培植农业支持典型，扩大农业支持面。先进性教育活动中，我行党委成员每人联系一个农业产业企业。在党委成员带领下，基层支行牢固树立“三农”服务意识，对当地农户、农业企业支持力度进一步加大，9月末，我行农业贷款余额比6

月末新增310xxxx元，占全市9xxxx%继续保持了本行农业贷款在全市的绝对份额。

同时，党委领导“三走进，三服务”确定的xxxx中小企业联系点工作，为本行大力扶持中小企业，强化市场份额拓展起到了很好的带头作用。全行上下结合市场份额拓展，瞄准国有土地、房产等有效资产抵押企业，信誉好、发展有前景企业，不断加大对地方经济支持力度，9月底，全行支持民营、个私、股份制中小企业共计xx多家，贷款余额xx亿元，比年初增长xx亿元，比6月末新增xx亿元。其中抵押贷款占总贷款比例首次突破3xxxx%百分点，有效地拓展了市场份额，也进一步提升了本行地方银行的声誉和社会地位。

根据国务院领导加大案件专项治理力度，防范商业银行风险的批示，和中国银行业监督管理委员会办公厅《商业银行和农村信用社案件专项治理工作方案》，本行自4月下旬开始，案件专项治理组织发动、专项检查和整改总结全部三个阶段工作深入进行。

1、通过案件专项治理，进一步强化了会计基础工作。本行以《会计升级达标实施办法》为依据，对基层支行在执行账户管理、现金管理及规范操作方面结合案件专项治理，进行了本年度的会计出纳大检查和会计达标升级验收，分析检查出来的问题。

2、通过案件专项治理，进一步规范了信贷管理和运作。本行结合银监会贷款五级分类偏离度专项检查，着重对全市贷款五级分类准确情况、贷款抵押率规范情况、担保手续合法情况、企业关联交易情况以及本行内部多行贷款情况等进行了清理，有效地促进了信贷运作的规范管理。

随着金融业服务时代的来临，竞争将会日益激烈，而竞争的优势一方面体现在人才的优势上，另一方面体现在服务优势上。为打造服务优势，本行自下而上，从支行——各片——

总部，在7月份广泛开展了“假如我是一个客户”演讲比赛，对机关开展了“假如我在基层”演讲比赛活动。演讲从分析一个客户的基本要求出发，从分析基层员工需求出发，实行换位思考，积极探索新时期农村金融服务的新思路、新方法，从而促进全行上下服务理念更新，服务水平提升，保持地方银行活力，促进xx商业银行更快、更好发展。

另外，以xx支行为试点的开放式服务在七月初正式亮相，运行初期就取得很好效果，深受广大客户地青睐和好评。开放式服务摈弃了营业大厅服务窗口上的铁栅栏，实行与客户面对面，心贴心的亲情化服务，从而拉近与客户的距离，使客户走进银行犹如走进家一样感到亲近、舒适。目前，营业网点开放式服务正有序向全市推广。我们相信，通过设立开放式服务区来提供优质服务，方便客户，一定能更好地诠释“离您最近，和你最亲”的服务宗旨，为进一步扩大市场份额，提升xx行形象作出贡献。

三季度，是第二届董事会第一年工作的冲刺阶段，针对前二个季度经营工作中存在的存款增长稳定性不够，资产质量优化进度不够，综合盈利能力、资本充足等核心竞争力有待进一步提高等不足，将继续围绕半年度工作会议提出“份额”、“效益”、“风险”和“形象”八个字抓好工作，向独立经营10周年献礼。

1、突出重点增存款，份额再上新台阶。

组织资金始终是银行工作的基础和重点。前阶段的结对子竞赛，取得了初步成效，但存款的稳定性不强，要继续突出存款增长，强化宣传攻关，强化竞赛考核，强化服务创新，持之以恒把“结对子、争份额、比贡献、争市场组织资金竞赛”活动开展得有声有色，争取存款市场份额再上新台阶。

2、紧抓拓展争效益，夯实资本充足率。

今年是我行享受所得税减半政策的最后一年，三季度要继续围绕我市经济发展的热点、重点，紧盯我市临江开发、开发区建设、工业集中区建设，瞄准有效资产抵押企业，紧抓传统业务拓展，加大支持力度，尽力拓展市场，争取效益最大化。同时，要继续强化各项管理，搞好年内各项财务核算，尽力控制不合理费用开支，反对铺张浪费，杜绝跑、冒、滴、漏，防范各类案件发生，争创最佳效益，扎扎实实地提足资本充足率和各项拨备率，向全体股东交上一份满意的答卷。

3、狠抓难点求突破，奋力提高资产质量。

信贷资产质量始终是我行效益的根本，始终是我行快速发展的根本。三季度，要抓住年终企业资金回笼较多的有利时机，锲而不舍活资产，一步不松降不良，争取余额占比双下降。一要抓紧以规范信贷五级分类为抓手，加快我行信贷管理系统建设，早日为我行强化信贷管理提供科学决策工具。二要集中力量做好中央银行专项票据兑付工作，争取央行资金扶持政策落实到位。三是以控制不良贷款产生为出发点，全面完成对支持类企业、控制类企业、和压缩类企业的清理工作，为明年进一步强化信贷管理打好基础。

4、强化宣传树形象，努力营造发展环境。

要抓紧我行独立经营10周年庆典准备，设计系列宣传方案，大搞舆论宣传，深化、细化、延升ci形象策划，促使我行办公场所、办公用品、宣传资料、仪表仪容、服务用语等硬件、软件建设上档次、有规格。要拓展优质文明服务新思路，强化行风建设，塑造品牌形象，为xx商业银行增添新的活力。

商业银行开门红活动方案 开门红银行工作总结篇二

一、专职专业技能添

一日三访不畏难

中产五千你我他

人人十万我争先

开门大战狂飙起

不达目标誓不还

干干干！

二、鸿运当头照

蛇年好运到

首战x百万

完胜开门红

红！红！红！

三、二零一三营口年人人收入过万元

开门首战勇争先拿下第一傲辽原

第一！第一！第一！

四、xx公司大发展xxx内起硝烟xxx下集结号 嘿！嘿！嘿！蛇年 xxstly□

商业银行开门红活动方案 开门红银行工作总结篇三

进入20xx年，***支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼

搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

值得一提的是，新的一年由于股市火爆的冲击，***支行又毗邻证券公司，首当其冲，存款深受影响，加上我支行网点经营环境不够理想，同业竞争激烈，开年以来存款不断大幅下滑，形势严峻。支行通过早动员、早部署、早抓落实，全行员工迅速行动起来，上下一心，众志成城，奋力拼搏，采取各种有效办法，人人争存揽储。由于目标明确，措施得力，终于扭转了存款下滑的不利局面，至3月底，全行的本外币储蓄时点数比去年净增93万元，完成分行下达“开门红”储蓄时点“保二增一”必保任务数达383%；对公存款时点数比去年净增万元，日均数比去年净增达万元，分别完成分行下达“开门红”任务数的766%和561%，存款增量达27万元，居分行第二名；其他主要业务指标完成情况也良好：信用卡发卡8张，完成“开门红”任务的148%，居分行第五名；此外，该行还努力克服信贷市场和同业竞争激烈的不利因素，通过积极寻找新客户、稳定存量客户等措施，实现流动资金贷款净增9万元，个贷业务净增1万元，贸易融资净增1万美元，分别完成“开门红”任务的579%、181%和681%。尤其是票据贴现业务，支行以对票源大户的营销作为工作重心，充分利用我行对优质客户在价格优惠和“边查边贴”速度方面的政策倾斜，在合法合规前提下尽可能缩短工作流程，重视对优质客户上下游企业的链式营销，加强并巩固与票源大户的良好合作关系，不断扩大票源，一季度累计发放贴现贷款40万元，完成开门红任务498%，完成率和完成量均居全行第二。

该行在“开门红”工作所取得的优良业绩验证了一句话：只要上下一心，就没有克服不了的困难。“开门红”工作的胜利也证明了只要主动抓早、抓准工作重点，就抓住了工作的

主动权，谁就会取得满意的工作成效。

进入2015年，***支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

进入2009年，***支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

值得一提的是，新的一年由于股市火爆的冲击，***支行又毗邻证券公司，首当其冲，存款深受影响，加上我支行网点经营环境不够理想，同业竞争激烈，开年以来存款不断大幅下滑，形势严峻。支行通过早动员、早部署、早抓落实，全行员工迅速行动起来，上下一心，众志成城，奋力拼搏，采取各种有效办法，人人争存揽储。由于目标明确，措施得力，终于扭转了存款下滑的不利局面，至3月底，全行的本外币储蓄时点数比去年净增93万元，完成分行下达“开门红”储蓄时点“保二增一”必保任务数达383%；对公存款时点数比去年净增万元，日均数比去年净增达万元，分别完成分行下达“开门红”任务数的766%和561%，存款增量达27万元，居分行第二名；其他主要业务指标完成情况也良好：信用卡发

卡8张，完成“开门红”任务的148%，居分行第五名；此外，该行还努力克服信贷市场和同业竞争激烈的不利因素，通过积极寻找新客户、稳定存量客户等措施，实现流动资金贷款净增9万元，个贷业务净增1万元，贸易融资净增1万美元，分别完成“开门红”任务的579%、181%和681%。尤其是票据贴现业务，支行以对票源大户的营销作为工作重心，充分利用我行对优质客户在价格优惠和“边查边贴”速度方面的政策倾斜，在合法合规前提下尽可能缩短工作流程，重视对优质客户上下游企业的链式营销，加强并巩固与票源大户的良好合作关系，不断扩大票源，一季度累计发放贴现贷款40万元，完成开门红任务498%，完成率和完成量均居全行第二。

泰康人寿湘潭中支银行保险部2011开门红启动大会 总结报告
12月25日圣诞节的下午2点，泰康人寿湘潭中支银保部全体伙伴欢聚一堂，喜迎2011开门红启动大会的召开，泰康人寿湖南分公司肖建文总经理、黄大香经理以及泰康人寿湘潭中支负责人谭文波先生，银保部负责人黄湘蓉女士出席本次启动会。会议由湘潭中支银保部督训伍果主持。此次启动会目的在于在公司新三年战略发展思路的指引及新的监管环境下，就2011年及开门红的工作进行规划和部署，在开门红之前充分的调动客户经理的销售积极性，确保湘潭银保开门红及全年任务的完美达成。

保费平台。

谭总讲话结束后，各个营业部在营业部经理的带领下，在省市领导的面前进行庄严的誓师仪式，誓师充分展现出湘潭银保人对完成2011全年及开门红任务的信心与决心。誓师结束后，湘潭中支银保部黄湘蓉总经理发表了激情四射的开门红启动令讲话，号召全员统一思想，全力以赴，奋勇拼搏，坚决打赢2011的第一仗，此时现场气氛也达到最高潮。

进入2009年，***支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带

来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

值得一提的是，新的一年由于股市火爆的冲击，***支行又毗邻证券公司，首当其冲，存款深受影响，加上我支行网点经营环境不够理想，同业竞争激烈，开年以来存款不断大幅下滑，形势严峻。支行通过早动员、早部署、早抓落实，全行员工迅速行动起来，上下一心，众志成城，奋力拼搏，采取各种有效办法，人人争存揽储。由于目标明确，措施得力，终于扭转了存款下滑的不利局面，至3月底，全行的本外币储蓄时点数比去年净增93万元，完成分行下达“开门红”储蓄时点“保二增一”必保任务数达383%；对公存款时点数比去年净增 万元，日均数比去年净增达万元，分别完成分行下达“开门红”任务数的766%和561%，存款增量达27万元，居分行第二名；其他主要业务指标完成情况也良好：信用卡发卡8张，完成“开门红”任务的148%，居分行第五名；此外，该行还努力克服信贷市场和同业竞争激烈的不利因素，通过积极寻找新客户、稳定存量客户等措施，实现流动资金贷款净增9万元，个贷业务净增1万元，贸易融资净增1万美元，分别完成“开门红”任务的579%、181% 和681%。尤其是票据贴现业务，支行以对票源大户的营销作为工作重心，充分利用我行对优质客户在价格优惠和“边查边贴”速度方面的政策倾斜，在合法合规前提下尽可能缩短工作流程，重视对优质客户上下游企业的链式营销，加强并巩固与票源大户的良好合作关系，不断扩大票源，一季度累计发放贴现贷款40万元，完成开门红任务498%，完成率和完成量均居全行第二。该行在“开门红”工作所取得的优良业绩验证了一句话：只要上下一心，就没有克服不了的困难。

转眼一年一度的“开门红”即将到来，对于我行的业绩是个很好的提升机会，我们要抓住机遇做好各方面的工作来迎接。在我看来我们重重之中就是要做好理财业务，不论是我行自己推出的每期理财产品还是代理的保险、基金。“思路决定出路，眼光决定财富”。多数人依据习惯思维判断，农民的理财观念相对保守，但客观现实是农村理财投资渠道缺乏，农民不得不选择储蓄。但在现今的农村，不少农民通过外出学习、工作，对投资理财有一定的了解，头脑十分灵活。

因此，金融行业应加大对农村关于投资理财的宣传和引导。农业银行和农村信用社可以在农村农村设立理财中心，邮政储蓄加大基金、保险代理力度。各类金融组织也应组织服务下乡。

近年，我国商业银行相继推出了理财中心和理财产品，国内个人理财业务方兴未艾，市场前景十分广阔。特别是零售业务的快速发展，它的作用越来越突出。从一定意义上说，它关系到银行的兴衰大事。

从银行战略层面考虑，无论怎么强调理财产品和理财市场的重要性都不过分。从眼前看，资本市场的活跃，导致储蓄不断分流，迫使银行必须推出收益率高的理财产品遏制新增储蓄下滑的势头。从长远看，央行几次调整利率，不仅表明利差在收窄，还会使商业银行在定价、债券市场缩水等方面面临多种风险。“近忧”和“远虑”迫使商业银行必须加快推进经营方式、结构和盈利方式的战略转型，大力推出理财产品等不占用资本金、不占用信贷规模的中间业务。从需求层面看，农民投资渠道狭窄，只能在无风险、低收益的产品(国债、存款)和高风险、高收益的产品(股票、主要与股票挂钩的基金)间进行选择，银行理财产品可以填补中间的空白地带，为居民投资多元化和商业银行开拓新的利润增长点带来了良好契机。

理财业务是一把“双面刃”。不管怎样的“利器”，在把握风险、做好内控的基础上，通过产品价值最大化实现客户价值最大化才是理财的终极目的。当然理财业务因其涉及面广、专

业性强、复杂度高,对境内商业银行的组织流程、业务模式、专业人才等提出了新挑战、新课题。在农村进行理财业务的推广中,非常有必要做好相应的扎实工作。

1、加强硬件设施建设。农村信用社应积极利用现有网络资源,探索符合现代农民需要的理财业务,建立健全个人理财的服务营销、风险监控体系和技术支持系统。如可在农村农村设立理财中心,推出满足农民特征化要求的“农民理财顾问”。同时针对实际加强理财产品的宣传和风险提示,组织农民开展金融投资知识、理财产品宣传。大型商业银行则可增设自助存取款设备,延伸金融服务触角。2、设计适合农民的理财产品。应充分考虑城乡差别,针对农村居民的经济、生活和金融知识水平,开发符合农民理财需要和理财心理、操作简单方便,且风险低、收益稳定、能随时赎回的金融理财产品。如可针对农民目前关注的子女上学、养老问题,适当降低教育储蓄产品的准入条件,设计专门针对农民养老的投资理财产品等。对有较高风险承受能力的农民可加大办理开放式基金、分红保险等理财产品的力度。对于理财业务尚处于起步阶段的农村信用社,可侧重于帮助农民了解金融知识、建立家庭资产档案、制定并论证资产增值计划、传导各种理财投资信息等,使农民排除恶性负债,控制良性负债,理性选择投资方式。

(二)理财规划要做到既顺应历史潮流又要有前瞻意识。

商业银行开门红活动方案 开门红银行工作总结篇四

转眼一年一度的“开门红”即将到来,对于我行的业绩是个很好的提升机会,我们要抓住机遇做好各方面的工作来迎接。在我看来我们重重之中就是要做好理财业务,不论是我行自己推出的每期理财产品还是代理的保险、基金。“思路决定出路,眼光决定财富”。多数人依据习惯思维判断,农民的理财观念相对保守,但客观现实是农村理财投资渠道缺乏,农民

不得不选择储蓄。但在现今的农村,不少农民通过外出学习、工作,对投资理财有一定的了解,头脑十分灵活。

因此,金融行业应加大对农村关于投资理财的宣传和引导。农业银行和农村信用社可以在农村农村设立理财中心,邮政储蓄加大基金、保险代理力度。各类金融组织也应组织服务下乡。

近年,我国商业银行相继推出了理财中心和理财产品,国内个人理财业务方兴未艾,市场前景十分广阔。特别是零售业务的快速发展,它的作用越来越突出。从一定意义上说,它关系到银行的兴衰大事。

从银行战略层面考虑,无论怎么强调理财产品和理财市场的重要性都不过分。从眼前看,资本市场的活跃,导致储蓄不断分流,迫使银行必须推出收益率高的理财产品遏制新增储蓄下滑的势头。从长远看,央行几次调整利率,不仅表明利差在收窄,还会使商业银行在定价、债券市场缩水等方面面临多种风险。

“近忧”和“远虑”迫使商业银行必须加快推进经营方式、结构和盈利方式的战略转型,大力推出理财产品等不占用资本金、不占用信贷规模的中间业务。从需求层面看,农民投资渠道狭窄,只能在无风险、低收益的产品(国债、存款)和高风险、高收益的产品(股票、主要与股票挂钩的基金)间进行选择,银行理财产品可以填补中间的空白地带,为居民投资多元化和商业银行开拓新的利润增长点带来了良好契机。

理财业务是一把“双面刃”。不管怎样的“利器”,在把握风险、做好内控的基础上,通过产品价值最大化实现客户价值最大化才是理财的终极目的。当然理财业务因其涉及面广、专业性强、复杂度高,对境内商业银行的组织流程、业务模式、专业人才等提出了新挑战、新课题。在农村进行理财业务的推广中,非常有必要做好相应的扎实工作。

(一)开拓农村金融市场首先应改善农村金融理财环境。 1、加强硬件设施建设。农村信用社应积极利用现有网络资源,探

索符合现代农民需要的理财业务,建立健全个人理财的服务营销、风险监控体系和技术支持系统。如可在农村农村设立理财中心,推出满足农民特征化要求的“农民理财顾问”。同时针对实际加强理财产品的宣传和风险提示,组织农民开展金融投资知识、理财产品宣传。大型商业银行则可增设自助存取款设备,延伸金融服务触角。2、设计适合农民的理财产品。应充分考虑城乡差别,针对农村居民的经济、生活和金融知识水平,开发符合农民理财需要和理财心理、操作简单方便,且风险低、收益稳定、能随时赎回的金融理财产品。如可针对农民目前关注的子女上学、养老问题,适当降低教育储蓄产品的准入条件,设计专门针对农民养老的投资理财产品等。对有较高风险承受能力的农民可加大办理开放式基金、分红保险等理财产品的力度。对于理财业务尚处于起步阶段的农村信用社,可侧重于帮助农民了解金融知识、建立家庭资产档案、制定并论证资产增值计划、传导各种理财投资信息等,使农民排除恶性负债,控制良性负债,理性选择投资方式。

(二) 理财规划要做到既顺应历史潮流又要有前瞻意识。

当前,银行要积极顺应历史潮流,不断地适时地推出新的理财产品,应对由于资本市场和直接融资的快速发展对商业银行造成的“金融脱媒”压力,满足客户的投资需要。同时,随着我国经济日益多元化、国际化,我们还要充分利用中国银行外汇资金的传统优势,充分利用利率、汇率、信用等管理工具,满足客户的避险需求,提供挂钩国际市场的理财产品。为实现上述目的,围绕发展理财业务实现流程再造深入性和业务规划长远性的紧密结合。

目前农村的理财市场潜力巨大、方兴未艾,但理财专业人员的危机意识不可或缺,前瞻性研究不可缺少。在理财产品的推广上,不能一哄而上,要根据本地的实际情况,有所为,有所不为。

(三) 农村理财要做到专业性和通俗性相结合。

个人理财的推出是对银行综合实力,以及对市场需求的判断和

反应能力的检验,从一定意义上说它代表银行零售业务的水平,理财是各种经济信息的汇集和综合。因此,要贯彻战略合作理念,与农村保险公司、证券公司等全方位的合作,互相依托,共同做强,建立长期稳定的合作伙伴关系;要充分利用合作伙伴的核心资源,渠道资源、品牌影响力为个人理财vip客户提供更多的高附加值服务,想方设法稳定住现有客户,赢得客户持续的忠诚。充分利用和挖掘现有产品、服务和信息资源,为优质客户提供个性化、全方位的服务。

理财服务一方面通过实体渠道(理财工作室、理财专柜)与客户进行面对面接触,通过理财专家讲解理财知识,让客户在理财的安全性、收益性、流动性等方面权衡利弊,进行适当理财;另一方面则依靠call-center以及各种电子通讯手段(电话、互联网、手机短信)进行在线理财、移动理财并实施客户的理财方案。

完整的“理财”的产品服务体系将包括:1、基础账户服务:存取款、银行卡、个人结算、银证转账等;2、投资类产品:外汇投资理财产品(外汇宝、汇聚宝)、纸黄金、保险、基金等;3、信息咨询服务:理财规划、投资财讯及非银行类信息服务;4、增值类服务:银行产品价格及费率优惠等。

总结

农村理财市场比城乡理财更难营销,农民同志思想守旧,解放思想加强宣传工作是首要任务。中国的农民不是美国的的农民,中国的农民都是省吃俭用积累的财富也经不起任何金融风险的打击。这就要求我们在设计理财产品的时候要控制好管理风险,法律风险,技术风险;体现为农民服务的宗旨。农民也需要金融市场不是只有单纯的储蓄一项投资方式。农民了解更多的理财投资方式这样,并让农民知道不同的投资方式不仅能控制风险还能套期保值获得更多的收益更多的利益。

开门红结束了，这段日子过的很忙碌同时也很充实，感觉自己是在学习中成长，在成长中进步，这段时间过的特别的值得。

外部环境上，我在二月末从高柜调到了低柜，工作需要进一步去学习和适应，同时低柜业务的种类也让我需要不断给自己充电，在工作之前我一直希望自己可以从事国际业务，这次终于有了机会，国际汇款、光票、汇票、旅行支票，这些曾经只是在书本上听过的名词如今终于有机会去尝试去了解去办理，这都要感谢两位主任给我提供的锻炼机会，才能让我去了解和掌握银行的知识，但是我深知这还只是银行的皮毛，我还需要更多的去充电，去锻炼自己，我也希望自己的生活中明天都充满挑战，这样才能鞭策自己不断的进步；在低柜也做了一个半月了，感觉业务上基本可以应对自如，当然还有很多细节上叫不准，吃不透，相信会在未来的一段时间不断去积累不断和老员工学习来提升自己。

绩效不理想的原因很多，每天我也会想很多，工作该怎么做，有件事我觉得是让我欣喜的，我在不断的提升自己，我觉得自己这段时间的进步很大，我开始有意识的积累客户，花时间去电话回访，建立起良好客户关系的现在有三个客户，资产都是百万的优质客户；同时我觉得柜台营销很重要的一点就是增加开口率，说的多了机会自然也就多了，低柜可以和客户更近距离的接触，成功的概率也就相应的提高，我发现很多客户在办理业务的时候还是愿意和自己闲聊些家常的，我想在建立起信任的基础上营销就不是有太多的心理障碍了；我在学着用记事本记每天发生的事，需要我解决和跟踪的事，需要我回访的客户，以前总是发生很多事，但是都记不住，有的干脆第二天就忘了，所以有一个记事本记录每天需要跟踪的事让我工作起来更有规划；跟踪事件的进程让我觉得很有收获，上个月末从香港划来的7000万港币让我觉得很有成就感，虽然我没帮上太大的忙，但是跟踪整个事件的进程让我学会了很多东西，当时听国结说要进来7000万港币，我就想要是能留在咱营业部就好了，然后和主任汇报，协助国结

关注这个帐户，然后和公司把这笔留交的钱进账，看主任和公司进行协商，最后留在我们家2000万，感觉这件事很有成就感，晚上又去国结报文，第二天才知道这笔款项应该算在资本项下，又给个金打电话询问该怎么上报。过了几天这笔款项有些多余的余款需要原路退回，我又给高姐做的国际汇款，再和个金和国结沟通这属于资本项下还是投资项下的，怎么申报，总之这件事打了很多电话，和很多部门进行了沟通，跟踪这件事让我学到了很多，毕竟这么大幅度的款项不是经常能碰到，学习业务的同时也锻炼了自己的沟通协调能力，感觉这件事让自己很有成就感。同时也让我知道，很多部门都是只知道自己的那一块，对别的部门不了解，所以我想跟踪一件事可以让我知道整件事的过程该怎么做，可以了解很多自己平时不知道的东西。总的来说我对自己开门红绩效的完成情况不是很满意，但是我对下一个季度的工作充满了信心，我想自己有能力做的更好，我是个不服输的人，我不想比别人差，我总是会告诉自己别人能做到的事自己也能做到。进入20xx年，***支行在支行新领导班子的带领下，以分行“开门红”工作方针为指导，认真分析一季度“两节”带来的各种机遇，不断向全行员工灌输“只争朝夕”的主动拼搏精神，并以开展各种综合营销活动为契机，制定营销激励机制，紧紧围绕着“开门红”任务指标，认真组织落实各项工作措施，及时把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，由支行行长亲自带队逐一对该行的优质客户实行登门拜访，全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造我行新的良好形象。

该行在“开门红”工作所取得的优良业绩验证了一句话：只要上下一心，就没有克服不了的困难。“开门红”工作的胜利也证明了只要主动抓早、抓准工作重点，就抓住了工作的主动权，谁就会取得满意的工作成效。

商业银行开门红活动方案 开门红银行工作总结篇五

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众

客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展；同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(vip服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

活动主要包括以下内容：

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

1. “金秋营销.自助服务送好礼”

(1)活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2)凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2. “金秋营销.卡庆双节”

(1)活动期间卡免收当年年费。

(2)刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达1000元(含)以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达20000元(含)以上，赠送价值300元礼品；

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费5000元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

3. “金秋营销.速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二)“金秋营销.产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

1.营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2.网点柜员统一佩戴工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3.活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存

取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4. 积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

5. 切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三) “金秋营销. 产品欢乐送” 社区活动。

1. 扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销. 产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2. 结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

(1) 积极拓展速汇通业务

9月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务；对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性；对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取异地代发工资等批量汇款业务。

(2) 切实促进个人储蓄存款业务

9月、10月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季节特点，大力吸收储蓄存款。抓住国庆节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。国庆节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户。