

# 2023年金融行业文员工资多少 金融工作计划(优质7篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 金融行业文员工资多少 金融工作计划篇一

1、加强金融经济的信息互通。区金融办依每月及时把锡山的经济发展及企业的动态信息情况以及我区年销售1亿以下的中小企业基本情况及时向银行传递，以供银行发展信贷业务作参考性的基础资料；同时积极为银企合作发展做好银行与企业的沟通工作，给予相关银行必要的支持与帮助，极大地改善和提升我区金融环境。

2、组织驻区行长联席会议。为充分发挥每季一次的行长联席会议作用，做好银、政、企的合作对接，一是向各银行通报全区经济运行情况，并把有融资需求的企业以及我区拟上市改制的企业名单向各银行作了推荐介绍；二是共商《区20xx年度金融工作要点》的主要工作。三是积极把我区投资项目及进展情况积极提供给各银行。

第一批：为无锡圣贝尔机电有限公司等4户“三有一缺”（有市场、有效益、有信誉、缺资金）中小企业三月初解决落实新增授信1.1亿元。

第二批：三月份在了解到大东格雷工程技术有限公司等13家急需融资的中小企业、重点企业（项目）后，区金融办通过多方沟通衔接，有效解决无锡东方国际轻纺集团市场经营管理有限公司等5户企业的资金需求，落实新增授信金额1.06

亿元。

第三批：在前两次的基础上，再次对我区企业融资需求情况进行了认真的摸底调查，并向中国人民银行无锡市中心支行推介了40家“三有一缺”企业，经过市区14家金融机构的实地调查和信贷审查，其中，无锡力扬纤维有限公司等28家企业于九月底获得了银行11.602亿元的授信额度。

2、“银政农”共建活动深入推进。为解决我区“三农”发展资金难题，提高金融支农的创新能力。根据驻区农业银行、锡州农商行及邮政储蓄银行推行小额、简便的涉农信贷特点，我区农办、发改局、农林局和上述三家银行积极推行“银政农”共建活动，把我区有融资需求的农业企业、农民专业合作社、种养养殖户的名单进行了调查摸底。排查出我区有融资需求的农民专业合作社6家，农业企业5家，种养养殖户53家，并向银行作了积极的推介。目前，共有4家农民专业合作社，家农业企业，家种养养殖户与锡州农商行达成了贷款意向1411万元。其中：羊尖镇水产专业合作社50万、绿羊花卉苗木专业合作社500万、严家桥水产专业合作社100万、新峰苗木专业合作社100万、绿羊温泉农场500万、绿羊园林有限公司100万、羊尖花卉园艺场50万、虾蟹养殖专业户5万、水产养殖专业户3万、蔬菜养殖专业户3万。农业银行向东亭农户发放惠农卡5000余张，邮政储蓄银行发放农业贷款500万元。

1、动态掌握我区授信企业的信贷综合情况。为真实反映我区信贷企业的综合情况，区金融办加强与银行之间的信息沟通，每个季度对我区授信企业的信贷情况及时进行汇总，全面掌握情况。对我区部分经营状况不稳定的信贷企业加强预警，重点关注。

2、建立金融风险监测预警联络员周报制度。为切实维护地区经济和金融稳定，建立了金融风险监测预警联络员周报制度，由开发区、各镇（街道）对辖区内可能或已经出现并引发区域金融运行不稳定的有关事项，包括企业信贷突发事件、企

业逃废债、非法集资、集体退保、理财产品大额亏损引发群体性投诉等情况，密切监控并及时汇总上报，力求在第一时间掌握动态情况，积极采取措施。

## 金融行业文员工资多少 金融工作计划篇二

1、加强金融经济的信息互通。区金融办依每月及时把锡山的经济发展及企业的动态信息情况以及我区年销售1亿以下的中小企业基本情况及时向银行传递，以供银行发展信贷业务作参考性的基础资料；同时积极为银企合作发展做好银行与企业的沟通工作，给予相关银行必要的支持与帮助，极大地改善和提升我区金融环境。

2、组织驻区行长联席会议。为充分发挥每季一次的行长联席会议作用，做好银、政、企的合作对接，一是向各银行通报全区经济运行情况，并把有融资需求的企业以及我区拟上市改制的企业名单向各银行作了推荐介绍；二是共商《区20xx年度金融工作要点》的主要工作。三是积极把我区投资项目及进展情况积极提供给各银行。

第一批：为无锡圣贝尔机电有限公司等4户“三有一缺”（有市场、有效益、有信誉、缺资金）中小企业三月初解决落实新增授信1.1亿元。

第二批：三月份在了解到大东格雷工程技术有限公司等13家急需融资的中小企业、重点企业（项目）后，区金融办通过多方沟通衔接，有效解决无锡东方国际轻纺集团市场经营管理有限公司等5户企业的资金需求，落实新增授信金额1.06亿元。

第三批：在前两次的基础上，再次对我区企业融资需求情况进行了认真的摸底调查，并向中国人民银行无锡市中心支行推介了40家“三有一缺”企业，经过市区14家金融机构的实地调查和信贷审查，其中，无锡力扬纤维有限公司等28家企

业于九月底获得了银行11.602亿元的授信额度。

2、“银政农”共建活动深入推进。为解决我区“三农”发展资金难题，提高金融支农的创新能力和水平。根据驻区农业银行、锡州农商行及邮政储蓄银行推行小额、简便的涉农信贷特点，我区农办、发改局、农林局和上述三家银行积极推行“银政农”共建活动，把我区有融资需求的农业企业、农民专业合作社、种养养殖户的名单进行了调查摸底。排查出我区有融资需求的农民专业合作社6家，农业企业5家，种养养殖户53家，并向银行作了积极的推介。目前，共有4家农民专业合作社，1家农业企业，1家种养养殖户与锡州农商行达成了贷款意向1411万元。其中：羊尖镇水产专业合作社50万、绿羊花卉苗木专业合作社500万、严家桥水产专业合作社100万、新峰苗木专业合作社100万、绿羊温泉农场500万、绿羊园林有限公司100万、羊尖花卉园艺场50万、虾蟹养殖专业户5万、水产养殖专业户3万、蔬菜养殖专业户3万。农业银行向东亭农户发放惠农卡5000余张，邮政储蓄银行发放农业贷款500万元。

1、动态掌握我区授信企业的信贷综合情况。为真实反映我区授信企业的综合情况，区金融办加强与银行之间的信息沟通，每个季度对我区授信企业的信贷情况及时进行汇总，全面掌握情况。对我区部分经营状况不稳定的授信企业加强预警，重点关注。

2、建立金融风险监测预警联络员周报制度。为切实维护地区经济和金融稳定，建立了金融风险监测预警联络员周报制度，由开发区、各镇（街道）对辖区内可能或已经出现并引发区域金融运行不稳定的有关事项，包括企业信贷突发事件、企业逃废债、非法集资、集体退保、理财产品大额亏损引发群体性投诉等情况，密切监控并及时汇总上报，力求在第一时间掌握动态情况，积极采取措施。

## 金融行业文员工资多少 金融工作计划篇三

20xx年，独流镇总的指导思想是：全面贯彻落实党的十八大，十八届三中、四中全会精神，以“一号工程”为着力点，统筹推进“美丽独流”建设，继续着力抓好结构调整、产业升级、城镇建设和民计民生四项工程，坚定信心，齐心协力，克难攻坚，真抓实干，努力实现全镇经济社会发展的新跨越。

一是继续抓好龙海果树产业带果树栽植工作，实现果树栽植无缝连接。年内完成林木栽植4500亩，其中龙海果树带700亩、经济林1350亩、村庄绿化450亩、林网700亩、育苗780亩等。同时，搞好全镇xx000亩经济林和5000亩果树的日常管护工作。二是积极探索林下种植大蒜、辣椒、药材等经济作物，拓宽群众增收渠道。三是加大对农业基础设施的投入力度，积极改善农业生产条件。四是年内新发展农民专业合作社10个以上。

认真落实促进企业技术创新的各项扶持政策，全力推动科技型中小企业的发展，培植科技“小巨人”。引导企业加快技改步伐，提高产品产业档次，提高企业核心竞争力，实现工业企业优化升级和工业结构的战略性调整。要通过产业升级，全力打造天津地区机械加工产业基地。年内固定资产投资完成2亿元，其中招商引资完成7000万元，重点发展机械加工项目和高科技项目。

一是抓好园区建设，提高镇莲花工业集中区管理水平。在抓好基础设施配套的同时，重点抓好闲置企业的“腾笼换鸟”工作，提高土地资源的利用率。二是加大总部经济引进力度，年内总部经济税收达到2500万元。三是倾注全力招商引资，蓄足企业发展后劲。要采取产业链招商、以商招商、企业业缘关系招商、网络招商等多种方式进行招商，年内至少引进纳税户20家以上。

在城镇建设上，一是要继续坚持规划先行，确保规划要求落

到实处。二要严格执行土地管理法律法规，实现依法管理、有序建设。三是依法严厉打击违法占地、违法建筑行为。

在环境卫生治理上，要全力推进“美丽天津一号工程”，巩固“四清一绿”成果。加大综合整治力度，实施垃圾、柴草、坑塘、污水集中治理，创新乡村垃圾、污水处理新模式，进一步完善乡村环境卫生长效管理机制，彻底改变村庄脏、乱、破的现状，努力把村庄建设成为干净、整洁、优美、宜居的美丽乡村。在生态环境建设上，坚持走可持续发展之路，全力打造天蓝、水清、树绿的“绿色独流”。一要好项目准入关，严格控制高污染、高能耗项目入驻。二要加大水污染企业的治理力度，确保镇域内水污染企业达标排放。三要大力加强村庄绿化美化，重点抓好环村林建设、街道绿化和庭院美化工程的提高。

一是进一步建立和完善社会保障体系。继续推进城乡居民基本养老保险和基本医疗保险扩面。继续做好弱势群体救助工作，力争实现低保、五保、特困人群应保尽保。进一步加大殡葬改革力度，大力提倡移风易俗文明节俭办丧事的新风尚。二是充分发挥镇村两级积极性，努力实现教育的健康发展。三是进一步完善计划生育政策利益导向机制，教育引导广大群众转变生育观念。同时，加大社会抚养费征收力度，遏制超生现象的发生。四是组织村街开展丰富多彩的群众性文体活动，满足人民群众多方面、多层次、多样化的精神文化需求。村级文化活动室达标率达到90%以上，镇文体中心上半年完成启用准备。坚持把维护社会稳定放在首位。一要继续坚持领导干部接待群众来访、机关干部包村街、重大疑难信访事件领导包案等制度。二要加大矛盾纠纷排查和调处力度，把矛盾消化在基层，解决在萌芽状态。三要加强社会治安综合治理，依法严厉打击各类刑事犯罪活动，确保一方平安。四要坚持不懈地抓好安全生产、食品安全、交通安全工作，对于各类安全隐患做到早发现、早处置，确保全年不发生重大安全事故。

## 金融行业文员工资多少 金融工作计划篇四

20xx年，全行个人金融业务的总体思路是：“以客户为中心、以市场为导向”，全力实施“经营客户”战略。坚持“一个中心，六个基本点”的基本策略，即以“经营客户”为“中心”，以客户、产品、渠道、服务、经营品质、执行力“六个基本点”作为“经营客户”战略的重要支点，继续强化“狠抓三条主线不动摇”为具体抓手。通过实施渠道管理精细化、客户经营精细化、服务管理精细化、操作风险管理精细化、产品销售精细化五个方面入手，全面提升个人金融精细化管理水平，推进经营管理上台阶、上水平。

（一）产品策略：继续坚持狠抓产品销售不动摇，以做全和做强产品为目标，在巩固传统强项产品优势地位的基础上，进一步加强弱项产品的销售能力；优化产品销售结构，注重现有网点产能的挖掘，重点抓好点均线下网点的产能提升，力争通过现有网点产能的整体提升，限度的缩小与同业在规模上的差距；以交叉营销和联动营销为抓手，提高客户对产品的认知度和依赖性，通过产品的交叉覆盖和服务的完善改进，稳定和拓展客户基础，提升单一客户对建行的贡献度和忠诚度。

（二）客户策略：要充分依托理财中心，深化二代转型，围绕“一个中心，六个基本点”，坚定不移的落实“经营客户”战略。20xx年经营客户的重点要在精细和固化上下功夫，要坚持客户拓展和产品销售互促共进，扩大规模和优化结构并举并重的经营原则，在竞争中要确保有足够大的大众客户，有足够多的好客户，强化客户营销维护能力，挖掘存量客户潜能。通过提高产品覆盖度来留住客户，培育客户向上迁移成长，促进客户格局和渠道格局的相互匹配和全面融合。

（三）渠道策略。20xx年渠道建设重点要在解决渠道总量扩大、覆盖面提升、区域结构优化、功能扩充等紧迫性问题上上下功夫。一是要稳步、快速扩大物理网点数量，要重点布放在中

心城市行和“第二梯队”，以及经济快速发展的县域地区，形成和同业抗衡的主阵地；二是继续大力发展自助渠道建设，力争在三年之内使自助银行与物理网点数量达到3：1比例，延伸服务半径；三是着力建设客户经理和理财中心软渠道，按照专职、专业、专注要求，带出一支新队伍，开拓一片新天地，打造一个新阵地，形成物理网点、自助设备、理财中心和客户经理相互协同、相互呼应、相互补充的全新渠道格局。

（四）区域策略：持续推进中心城市地区、重点发展地区和发展地区三大区域发展策略，着重打造“第二个”□20xx年“三大梯队”的经营目标是：中心城市行个人存款新增和中间业务收入还要保持同业第一，坚守主阵地，作出更大贡献；继续打造“第二个”，使其在同业形成绝对竞争力，提高贡献水平，瞄准第一梯队，实现突破跨越；“第三梯队”要实现快速崛起，通过加速发展，赶超同业，缩短差距，尽快向第二梯队跟进靠拢，提高对全行业务的贡献度。

#### （一）加强业务创新，做全、做强产品

1、狠抓一季度个人业务旺季营销工作，以“个人存款，实物金、个人客户”为核心，以基金、保险、借记卡，产品覆盖度和临界区间客户提升，自助设备开机率、账务性业务替代率及网点替代率为重点，做实旺季营销。

2、完善自上而下到网点的产品销售垂直作业模式，加大通报考核力度，营造良好的竞争氛围。

3、继续推进产品“扫零、达标、越级”和“保险、基金、黄金攻坚战”，做全产品，弥补“短板”，提升网点均衡销售能力。

4、持续加大对理财产品的销售力度，加强总行“利得盈”、“大丰收”、“日新月异”等常规理财产品特别是开



放型产品的销售工作，进一步巩固提升我行自行设计发起的“乾元”系列理财产品当地品牌优势；加大对信托公司信托计划产品的代理销售力度，逐步搭建我行理财产品和信托公司产品相互补充的销售模式。

5、进一步做大做强个人黄金业务，扩大品牌影响力，加强实物金业务成本控制，提升实物金经营管理水平；加强对账户金的销售力度，与电子银行渠道联动，提高账户金产品覆盖度；加强账户金交易规范管理。

6、试点推出移动保管箱业务，建立从业务布局、申请开办到日常管理等一整套保管箱业务管理办法和操作规程，稳步推进保管箱业务的发展。

7、建立完善自上而下的基金产品销售信息传递链条，提高股票型基金、主代销基金、基金定投营销能力；充分发挥个人客户经理队伍作用，提升各级销售人员的系统工具使用能力、数据挖掘能力、客户服务能力和精准营销水平，努力提高新老基金代销市场份额；加强与基金公司合作，做好基金从业资格考试；加强与电子银行渠道联动，进一步规范货币基金交易。

8、做好凭证国债、储蓄国债、记账式国债产品的销售工作，巩固提升地区同业优势地位；加强记账式国债的风险管控，利用技术手段建立频繁、大额交易日常监控机制。

9、提高对代理保险产品的销售管理能力，建立完善代理寿险产品网点资源配置考核方案；建立保险公司销售支持人员规范管理制度；加强与保险公司合作，加大对网点一线销售人员保险专业知识培训力度，做好保险从业资格考试工作，提高我行自身保险销售能力；做好客户风险评估，提高客户服务水平。

10、加强理财卡、龙卡通借记卡、支付宝联名卡等发卡的工

作力度，扩大借记卡存量市场份额，提高新发卡的质量；持续开展折转卡及提升借记卡的动户率，加强对准贷记卡业务资产质量的管理，控制不良透支的攀升，降低不良率；按照总行部署，积极拓展推广借贷合一卡、陆港通、预付卡等新产品。

11、加大个人外汇业务宣传力度，加强队伍建设，加大制度梳理和对下培训力度；试点开办并逐步推广外币代兑业务；选择重点地区、重点网点加大对个人国际速汇、个人外币汇款、个人结售汇等外汇产品的推广工作力度，打造全区个人外汇业务标杆网点，并发挥其带头作用。

12、稳步推出电话支付业务，建立电话支付业务管理制度和操作流程；加强与中粮可乐公司合作，积极拓展中粮支付业务。

13、强化产品交叉销售，推广个人金融产品套餐服务，提升产品覆盖度。

14、调度内外部媒体资源，做好重点产品营销宣传和品牌推广，做好客户体验活动宣传，把好宣传材料关。

## （二）完善队伍建设强化客户服务

15、继续强化个人客户经理队伍建设，提高专职个人客户经理的覆盖度和充足率。

16、以理财中心为考核单元进一步加强对个人客户经理的考评管理，在二级分行层面推广典型考评办法。

17、量化个人客户经理考核指标，完善客户经理产品销售、客户新增等关键业绩的考核量化，突出个人客户经理销售主渠道的作用。

18、以产品销售为纽带，以顾问式客户关系管理为依托，建立并完善全新的客户关系管理体系。

19、通过多种手段持续巩固二代转型成果，全力做好20xx年网点二代转型工作。

20、抓住客户增长、产品覆盖度、理财卡配卡、存量客户保有率、服务vip客户时间占比、客户联系计划覆盖率等关键业绩指标，提升客户经理产品销售和服务能力。

## **金融行业文员工资多少 金融工作计划篇五**

20xx年，全行个人金融业务的总体思路是：“以客户为中心、以市场为导向”，全力实施“经营客户”战略。坚持“一个中心，六个基本点”的基本策略，即以“经营客户”为“中心”，以客户、产品、渠道、服务、经营品质、执行力“六个基本点”作为“经营客户”战略的重要支点，继续强化“狠抓三条主线不动摇”为具体抓手。通过实施渠道管理精细化、客户经营精细化、服务管理精细化、操作风险管理精细化、产品销售精细化五个方面入手，全面提升个人金融精细化管理水平，推进经营管理上台阶、上水平。

(一)产品策略：继续坚持狠抓产品销售不动摇，以做全和做强产品为目标，在巩固传统强项产品优势地位的基础上，进一步加强弱项产品的销售能力；优化产品销售结构，注重现有网点产能的挖掘，重点抓好点均线下网点的产能提升，力争通过现有网点产能的整体提升，最大限度的缩小与同业在规模上的差距；以交叉营销和联动营销为抓手，提高客户对产品的认知度和依赖性，通过产品的交叉覆盖和服务的完善改进，稳定和拓展客户基础，提升单一客户对建行的贡献度和忠诚度。

(二)客户策略：要充分依托理财中心，深化二代转型，围绕“一个中心，六个基本点”，坚定不移的落实“经营客

户”战略;20xx年经营客户的重点要在精细和固化上下功夫，要坚持客户拓展和产品销售互促共进，扩大规模和优化结构并举并重的经营原则，在竞争中要确保有足够大的大众客户，有足够多的好客户，强化客户营销维护能力，挖掘存量客户潜能。通过提高产品覆盖度来留住客户，培育客户向上迁移成长，促进客户格局和渠道格局的相互匹配和全面融合。

(三)渠道策略□20xx年渠道建设重点要在解决渠道总量扩大、覆盖面提升、区域结构优化、功能扩充等紧迫性问题上下功夫。一是要稳步、快速扩大物理网点数量，要重点布放在中心城市行和“第二梯队”，以及经济快速发展的县域地区，形成和同业抗衡的主阵地;二是继续大力发展自助渠道建设，力争在三年之内使自助银行与物理网点数量达到3：1比例，延伸服务半径;三是着力建设客户经理和理财中心软渠道，按照专职、专业、专注要求，带出一支新队伍，开拓一片新天地，打造一个新阵地，形成物理网点、自助设备、理财中心和客户经理相互协同、相互呼应、相互补充的全新渠道格局。

(四)区域策略：持续推进中心城市地区、重点发展地区和发展地区三大区域发展策略，着重打造“第二个\*\*\*”□20xx年“三大梯队”的经营目标是：中心城市行个人存款新增和中间业务收入还要保持同业第一，坚守主阵地，作出更大贡献;继续打造“第二个\*\*\*”，使其在同业形成绝对竞争力，提高贡献水平，瞄准第一梯队，实现突破跨越;“第三梯队”要实现快速崛起，通过加速发展，赶超同业，缩短差距，尽快向第二梯队跟进靠拢，提高对全行业务的贡献度。

#### (一)加强业务创新，做全、做强产品

1. 狠抓一季度个人业务旺季营销工作，以“个人存款，实物金、个人客户”为核心，以基金、保险、借记卡，产品覆盖度和临界区间客户提升，自助设备开机率、账务性业务替代率及网点替代率为重点，做实旺季营销。

2. 完善自上而下到网点的产品销售垂直作业模式，加大通报考核力度，营造良好的竞争氛围。
3. 继续推进产品“扫零、达标、越级”和“保险、基金、黄金攻坚战”，做全产品，弥补“短板”，提升网点均衡销售能力。
4. 持续加大对理财产品的销售力度，加强总行“利得盈”、“大丰收”、“日新月异”等常规理财产品特别是开放型产品的销售工作，进一步巩固提升我行自行设计发起的“乾元”系列理财产品当地品牌优势；加大对信托公司信托计划产品的代理销售力度，逐步搭建我行理财产品和信托公司产品相互补充的销售模式。
5. 进一步做大做强个人黄金业务，扩大品牌影响力，加强实物金业务成本控制，提升实物金经营管理水平；加强对账户金的销售力度，与电子银行渠道联动，提高账户金产品覆盖度；加强账户金交易规范管理。
6. 试点推出移动保管箱业务，建立从业务布局、申请开办到日常管理等一整套保管箱业务管理办法和操作规程，稳步推进保管箱业务的发展。
7. 建立完善自上而下的基金产品销售信息传递链条，提高股票型基金、主代销基金、基金定投营销能力；充分发挥个人客户经理队伍作用，提升各级销售人员的系统工具使用能力、数据挖掘能力、客户服务能力和精准营销水平，努力提高新老基金代销市场份额；加强与基金公司合作，做好基金从业资格考试；加强与电子银行渠道联动，进一步规范货币基金交易。
8. 做好凭证国债、储蓄国债、记账式国债产品的销售工作，巩固提升地区同业优势地位；加强记账式国债的风险管控，利用技术手段建立频繁、大额交易日常监控机制。

9. 提高对代理保险产品的销售管理能力，建立完善代理寿险产品网点资源配置考核方案；建立保险公司销售支持人员规范管理制度；加强与保险公司合作，加大对网点一线销售人员保险专业知识培训力度，做好保险从业资格考试工作，提高我行自身保险销售能力；做好客户风险评估，提高客户服务水平。

10. 加强理财卡、龙卡通借记卡、支付宝联名卡等发卡的工作力度，扩大借记卡存量市场份额，提高新发卡的质量；持续开展折转卡及提升借记卡的动户率，加强对准贷记卡业务资产质量的管理，控制不良透支的攀升，降低不良率；按照总行部署，积极拓展推广借贷合一卡、陆港通、预付卡等新产品。

11. 加大个人外汇业务宣传力度，加强队伍建设，加大制度梳理和对下培训力度；试点开办并逐步推广外币代兑业务；选择重点地区、重点网点加大对个人国际速汇、个人外币汇款、个人结售汇等外汇产品的推广工作力度，打造全区个人外汇业务标杆网点，并发挥其带头作用。

12. 稳步推出电话支付业务，建立电话支付业务管理制度和操作流程；加强与中粮可乐公司合作，积极拓展中粮支付业务。

13. 强化产品交叉销售，推广个人金融产品套餐服务，提升产品覆盖度。

14. 调度内外部媒体资源，做好重点产品营销宣传和品牌推广，做好客户体验活动宣传，把好宣传材料关。

### (三) 完善队伍建设 强化客户服务

15. 继续强化个人客户经理队伍建设，提高专职个人客户经理的覆盖度和充足率。

16. 以理财中心为考核单元进一步加强对个人客户经理的考评管理，在二级分行层面推广典型考评办法。

17. 量化个人客户经理考核指标，完善客户经理产品销售、客户新增等关键业绩的考核量化，突出个人客户经理销售主渠道的作用。

18. 以产品销售为纽带，以顾问式客户关系管理为依托，建立并完善全新的客户关系管理体系。

19. 通过多种手段持续巩固二代转型成果，全力做好20xx年网点二代转型工作。

20. 抓住客户增长、产品覆盖度、理财卡配卡、存量客户保有率、服务vip客户时间占比、客户联系计划覆盖率等关键业绩指标，提升客户经理产品销售和服务能力。

## 金融行业文员工资多少 金融工作计划篇六

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详细营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也就是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要□20xx年

在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

客户资源就是全公司至关重要的资源，对公客户就是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一就是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理；每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二就是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。



三就是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”。

## 金融行业文员工资多少 金融工作计划篇七

作为销售总监日常管理工作规划包括三部曲：第一是系统规划，第二是管理控制，第三是培训激励。这三部曲是有机结合，互相配合的整体，其主要目的是解决销售人员懒散疲惫、销售动作混乱、销售队伍“鸡肋”充斥，业绩动荡难测等销售队伍常见问题，带领团队，配合区域总经理一起达成销售目标。

### 1、目标规划，目标分解。

根据公司发展规划的要求，对比过往的业绩数据，制定合理的业绩目标，包括销售额财务目标、客户增长目标、管理要求目标等。并做目标分解，分解到个人，分解到具体的季度、月度。对制定的目标与同事们结合实际工作情况做推演，让大家有压力、有动力一起完成！

### 2、市场划分。

外部市场是按产品线划分还是按区域划分或是其他模式，认真做好思考与沟通交流。目前我们公司主要是内容安全与行为审计产品类、内容安全与行为监管产品类、安全集成服务。个人的观点是在业务人数少、业务能力不高阶段暂时放开，所有人都能做区域的全线产品，但是每个人都有自己的侧重行业线，为后面按产品线划分市场做准备。理由是业务有专攻，专业争取客户，打败对手！

### 3、重要流程梳理。

主要包括销售过程管理流程、客户信息管理流程、销售人员

阶段考核管理流程、应收账款管理流程等等进行梳理，整理出相关的流程图文档。对于我们目标客户在党、政、军，公、检、法这类国家机器部门，销售过程流程控制显得尤其重要，例如把销售过程梳理为一般的四个阶段，一是客户接触阶段、二是客户接受阶段、三是共同商议阶段、四是商务突破阶段，每个阶段都有节点要素控制，区域总经理和总监重点把控流程中的节点，给业务同事以指导。

#### 4、内部销售组织和职责书面化。

结合外部市场的划分，区域销售组的内部机构也很容易搭建起来了，是按产品线划分小组或个人还是按区域划分。重要的是明确下来用文本的形式固定下来，明确每个人的工作任务、岗位职责。

#### 5、销售人员编制。

目前我们的人数比较少，根据业务需要做好了相关的规划，区域总经理已规划。

#### 6、薪资绩效考核体系设计。

公司在这块有统一制度，如果情况允许我们可以结合区域的实际情况，做一些区域特色的绩效考核。

##### 1、招聘销售人员管理。

选择那些经历匹配、发展阶段匹配、个性匹配、期望匹配的销售人员，对于公司产品属于项目型的销售，多需要较为聪明、善于拓展人际关系的销售。

##### 2、表格管理。

包括日常的日报、周报、月报、拜访客户记录、销售漏斗报

表等制度的制定、落实、或使用相关的oa□crm系统管理。注意表格设计实用，有效，能真正帮助到业务同事，不仅仅是为了填表格而硬性规定，在培训环境清楚向同事们说清楚填写表格带来的好处。

### 3、会议管理。

包括早晚会、周会、月度会议的组织、召开，传达公司的指令、销售制度、渠道政策。会议效果的好坏很重要在于事先的策划准备工作上，会议管理好坏对工作的开展有重要的影响。

### 4、谈话管理。

包括日常的述职管理、读单管理等等。读单管理是个人认为对销售流程把控的重要手段，每个销售人员把自己跟进的单子在拜访记录的基础上制作成freemind□头脑思维）图示，按人（决策者、参谋者、执行者等）、钱（是否有预算，预算数额等）、时间（时间表）、安排（项目安排流程）、对手（竞争对手情况等）等要素对单子分解推演，区域总经理和总监等给予检查、建议、督促。

### 5、日常观察。

对销售同事日常工作状态，心态变化，工作方式做旁观，及时了解他们的工作情况并给以督促修正。适当不定期组织一些聚餐或其他类型的活动，大家一起交流，注意观察同事们的情况。

### 1、入职培训。

有关公司理念、公司文化、公司产品、销售模式、服务理念、竞争对手情况等全方位的培训学习。

## 2、销售专项培训。

制作出培训资料，把各个销售流程培训、销售演练、产品演示、问题解答、岗位职责培训等在系统规划中要求明确讲解给销售同事的知识以及相关事项。例如电话销售培训，可以进行实际的模拟训练或实操训练，提升销售同事的工作能力。

## 3、在岗培训。

带领新同事一起拜访客户，以技术工程师或其他身份旁观新同事的工作，并事后给予评价纠正。

## 4、销售集训。

组织优秀销售同事进行案例分析讲解，一起交流跟进心得，提升大家的跟单能力，互相鼓励！