

金融日常工作计划 金融销售工作计划 (实用8篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。通过制定计划,我们可以更好地实现我们的目标,提高工作效率,使我们的生活更加有序和有意义。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文,希望大家可以喜欢。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇一

有人说,金融是经济的血液,很庆幸自己能加入输血者的行列,为中小企业解决融资困难尽自己的微薄之力。融资担保行业对我来说是一个全新的行业,也有幸公司能给我这个机会和平台,与公司一同成长。当前中国经济正面临着经济结构转型的关键时期,高通胀、低增长、高房价、低收入等一系列经济、问题摆在中国政府面前,采取稳健的财政政策和货币政策成为20xx年宏观经济调控的主基调,在这种市场流动资金严重不足的情况下,众多中小企业面临着一场生死之战,流动资金濒临断裂成为大多数企业共同面临的问题。对于担保行业的从业人员来讲,无疑是一次绝好的发展机会,当然陷阱和机会往往只是一步之遥。收益与风险同在,怎样在良莠不齐的客户群中,通过我们自己的专业知识和风险控制能力去糙取精,找出我们的准客户,是每个从业者必须具备的能力。但深知自己的能力还远远不及,作为业务人员,给自己制定了以下工作和学习计划,希望通过自己的努力和勤奋,能更快更好的完成各项工作。

业务部作为公司的窗口,直接面对客户,个人的一言一行代表着公司的形象,因此必须树立良好的个人形象和精神风貌,掌握全面的业务知识。我们给客户传递的不只是信任感,更是一种信赖感。担保行业不同于一些传统行业,我们不需要对客户卑躬屈膝,当然也不能唯我独尊。应该不卑不亢、坚

持原则、自信、大方，建立一种互利、互信、平等的合作关系。熟悉公司每种业务的办理流程 and 所需资料，加强专业知识的学习，如财务、法律等，是我工作的第一要务；了解每个行业的发展状况、变化趋势，结合自贡本地经济结构特点，重点掌握化工、机械加工、塑料制品、建筑建材等传统基础性行业的现状和趋势，成为我第二阶段的学习目标。学会分析企业的经营情况，建立一套分析模型，从定性分析做到定量分析，使每个企业的真实经营情况得以还原，帮助我们更好的判断风险、评价风险、控制风险，成为我第三阶段的学习目标。

做业务离不开营销，一个好的业务人员不仅是会卖产品，更是会营销自己。树立良好的精神风貌和专业的个人形象，有道德、讲原则，在工作中游刃有余，展现自己独特的人格魅力，我想，营销的第一步已经成功了。怎样才能建立自己的营销体系，不仅能使客户找到你，还能与客户成为朋友，其中第一条就是得到银行、信用社、邮政储蓄等一系列金融机构的支持，与他们建立良好的合作关系，让他们为我们带来更多优质的客户。第二、让客户为你带来更多的客户，认真对待每一笔业务，用心对待每一个客户，相信他就会给你带来更多的客户，你的财富就会源源不断。第三、通过网络、媒体等公共平台寻找你的目标客户，当然也包括你的亲戚朋友都会成为你的帮手，有效的利用身边一切可以利用的资源、整合资源，相信就能事半功倍。

通过这段时间跟随公司团队所做的几笔业务，我发现担保公司在执行反担保时比较被动，大多的反担保措施都只能在合同中约定，难以得到法律层面的支持。能否成功的设计反担保方案成为我们控制风险的关键。众所周知，各项指标都很优秀的企业都不会成为我们的客户，能与我们合作的都是存在某种瑕疵的企业，在这种情况下，我们既要控制风险又要开展业务，给我们提出了更高的要求。对客户的反担保要做到深入挖掘，重点分析，按照公司领导的核心要求“增大客户的还款意愿，增加客户的违约成本”，那么我们必须对客

户进行深入、细致的调查，摸清企业的真实情况，特别是法人的个人资产要深入挖掘，不容客户隐瞒或虚构，只有这样才能对症下药，设计出反担保措施。其次，换位思考，从客户角度出发分析哪些反担保措施是客户觉得制约力的，在反担保设计中做到“覆盖面广，核心抵押物突出，执行难度低，变现能力强”。

虽然风险控制不是我们的工作重点，但作为业务人员的我应该尽自己所能把风险控制在第一阶段。首先确保收集资料的详尽、真实、准确，其次在现场调查中做到客观、深入、细致，做到多渠道、重验证，全方位对企业进行了解调查，利用好工商部门、银行、税务部门、企业上下游关系等诸多渠道。业务人员也应该是一个多面手，对财务和风控也应该认真学习，建立一套定量的风险评价体现，使自己在工作中也能反复验证，不断改进。使自己的业务能力得到全面提升。

人不仅要会走路，而且应该学会不走寻常路。任何时期的墨守陈规、固步自封终将导致被淘汰，对于高速发展的现代企业更是如此。担保业是一个受政策面和资金面制约力极强的行业，要在这个行业里立足、生存，必须要学会创新。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇二

一、优化金融生态环境。

一是改善农村信用环境。推广克山县全国农村信用体系建设试验区经验，推动县域和垦区建立涵盖农户和新型农业经营主体的银行和非银行信用信息电子档案；对乡、村、户和新型农业经营主体开展信用等级分类评定，评定结果作为信贷投放的重要参考依据。

二是打击恶意逃废金融债务行为。配合省银监局、省高院对全省400余件金融案件进行清理，对失信被执行人给予信用惩戒。

三是优化金融市场政策环境。协调省直有关部门，对金融机构办理各类抵(质)押登记业务给予便利，并制定全省统一规范的抵(质)押资产受理、办理的标准、条件和内容，简化抵(质)押程序。

四是开展区域金融生态环境评价。选择2个市(地)开展金融环境评价试点工作，将评价结果作为地方政府开展融资活动的依据，激励地方政府增强区域金融环境良性建设的主动性和自觉性。五是建立完善政府服务平台。建立金融信息共享平台，及时发布企业融资需求类信息；完善金企对接平台，广泛吸纳银行、证券、保险等各类金融机构，围绕全省重点项目适时开展专业化的金企对接活动；搭建农村物权流转平台，实现农村各类物权的信息登记、政策咨询、合同鉴定、融资服务等功能；建立政策性融资担保平台，发挥政府增信优势，推进银担合作。

二、深化金融与实体经济融合。

一是协调金融机构继续加大对“三农”及小微企业的贷款投放力度，确保其增速不低于各项贷款平均增速，增量不低于上年同期水平；力争全省支农再贷款限额、支小再贷款累计投放额、再贴现累计发放额增幅不低于上年同期水平。二是扩大全省直接融资规模。鼓励省内企业在境内主板、中小板、创业板和境外主板、创业板上市融资；鼓励省内企业在“新三板”挂牌；鼓励金融机构牵头运作发行区域集优集合票据、中小企业集合票据、小微企业增信集合债券等债务融资工具为中小企业融资；加快我省区域性股权交易市场建设工作。三是引导保险资金参与我省项目建设。引导保险资金在基础设施、棚户区改造、新型城镇化等重大项目建设中发挥作用，鼓励保险资金投资养老服务产业、设立医疗机构和参与公立医院改制等。四是金融支持我省企业“走出去”。放宽或取消对省内企业境外放款、境外融资及境外直接投资等方面的限制，依托外资银行的国际网络优势和差异化服务，帮助我省外向型企业、有跨境业务的企业及有海外融资需求的企业“走出

去”。

三、优化和改善金融服务。

一是继续加大金融供给力度。协调驻省银行机构向总行争取信贷规模，增强信贷资金投放的针对性和有效性，提高对重点产业发展和经济转型升级的信贷支持力度。二是切实降低企业融资成本。引导驻省银行机构向总行争取更多的贷款优惠利率政策，清理取消各种不合理收费，不断降低企业融资成本。三是继续创新金融产品。鼓励金融机构开展订单融资、应收账款质押融资、存货质押融资、保单融资、信贷保证保险、资产证券化等业务为企业提供融资服务；协调银行机构简化贷款手续和流程，缩短贷款审批时间；引导保险机构提供手续简便、价格低廉的保险产品。

四、完善金融市场组织体系。

一是吸引金融机构入驻我省。利用我省财政奖励政策，吸引金融机构总部入驻我省或设立分支机构，吸引各金融机构总部在我省设立呼叫中心、后援中心、电销中心、软件研发中心等金融后台服务基地。

二是发展壮大地方金融体系。引进战略投资者在我省组建政策性农业保险机构；引进战略投资者推进农村信用社改制组建农村商业银行；积极争取将我省纳入民营银行试点范围；鼓励银行机构发起设立村镇银行、消费金融公司等总部位于我省的金融机构。

三是推动建立股权投资基金。采取财政资金与金融资本匹配放大投入及市场化募集的方式，在我省设立产业投资基金、创业投资基金，重点支持高新技术产业、“十大重点产业”、现代农业产业及对俄经贸合作等重点产业转型升级；吸引有实力的各类股权基金来我省投资，促进我省企业发展潜力、科技成果与资本市场融合。四是规范发展小额贷款公司和融资

担保公司。支持符合条件的小额贷款公司设立分公司和通过同业拆借、向法人股东定向借款等方式补充资本金;支持融资担保机构业务创新,构建银行融资、民间融资、直接融资担保并存的基本业务框架,力争20--年底实现融资担保机构县域全覆盖。五是继续做好创新农村金融服务工作。按照省政府《创新农村金融服务推进方案》部署,加快推进农村金融主体、金融产品和担保方式创新。

五、完善地方金融管理体制。

一是强化地方金融监管。贯彻《国务院关于界定中央和地方金融监管职责和风险处置责任的意见》,强化地方金融监管职能、力量和手段;建立地方金融监管联席会议制度,研究地方金融监管重大问题,依法严厉打击金融欺诈、非法集资、非法证券期货、非法保险业务等各类违法行为;加强对小额贷款公司、融资性担保公司、各类交易场所、典当行、融资租赁公司、商业保理公司、地方资产管理公司等机构的监管力度。二是防范和化解地方金融风险。建立中省直有关单位和市县政府横向联系、纵向沟通的地方金融发展与风险处置机制;指导下级政府金融工作部门做好所监管机构的风险监测、评估、预警和处置,加强对本地区跨市场、跨行业交叉性金融的监测分析和风险管理。三是继续做好对驻省金融机构的考评工作。完善现行金融机构考核奖励政策,对加大信贷投放规模、优化信贷结构、降低融资成本、创新金融产品等金融机构和高管人员给予重点奖励;建立金融机构综合考评机制,省政府对为地方经济社会发展做出突出贡献的金融机构给予通报表彰,并依据考评情况对财政性资源进行合理配置。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇三

20xx年我办工作的主要思路是:深入贯彻落实党的十九大精神,在县委、县政府的直接领导下,在市金融工作局的指导下,充分调动各方面的积极性,共同努力做好如下几方面工作。

一、深入贯彻落实中央八项规定，继续深入开展党的群众路线教育实践活动，抓好各项整改工作的落实。建立健全各项规章制度，加强党风廉政建设。

二、加强防范和化解金融风险工作力度。抓好各基金会、城信社债权追收工作，切实做好“平安金融”工作。

三、加强与金融机构联系，推动政银企农合作。充分发挥政、银、企、农纽带作用，构建政银企农相互沟通的良性互动机制。推动金融机构加大对我县中小企业及农户的贷款支持力度。

四、积极推进农村普惠金融试点工作。大力优化农村金融环境，提升农村金融服务水平，着力解决农户融资难的问题，努力推动农业增效，农民增收、农村发展。

五、积极推动县农村信用社改革，大力推进新型农村金融机构建设。

六、加大打击非法集资力度，切实做好挂点村及农村保险推广工作。

七、切实做好县委、县政府及上级有关部门交办的各项工作。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇四

员工综合素质的不断提升，是我行各项业务健康发展的前提和保证。今年，我行在继续抓好干部队伍建设的同时，将把员工培训，特别是对基层新录用员工的培训，作为一项重点工作。该项工作责成人力资源部、个人金融部、监察部等几个部门联动，采取多种形式，内容将涵盖基础业务、服务礼仪、合规文化等方面，确保年内基层员工的培训率达到100%。此外，还将责成工会、共青团等部门，将业务技能、服务规范常识等内容与员工活动有机结合起来，采取以赛代训的方

式，适时开展一些寓教于乐且为员工喜闻乐见的竞赛活动。通过培训和活动，不断提升员工队伍素质，为我行客户提供高效优质的金融服务。

春节后，我行将责成个人金融部与工会、保卫、科技等部门一道，按照省行制定的《网点服务销售流程手册》中规定的软硬件服务标准，对辖内所有营业网点进行一次认真彻底的检查，查遗补漏，对不符合标准的服务设施全部按省行最新标准整改，保证在市辖内统一全行的服务标准和服务形象。

20xx年，我行始终将贯彻落实首问负责制，作为全行服务工作的一个重点和中心，并通过明查暗访及开展服务竞赛等方式，将该项制度在辖内所有机构中推行和实施。经过一年的努力，首问负责制的工作要求，已经逐步变成全行员工的自觉行动。但是，在日常考核中发现，个别员工在处理“转办”业务时还不够规范，存在不尽如人意之处。今年，我行将继续在辖内全力贯彻该项制度，让来到我行的客户切实感受到为其真正负责的中行态度。

总行20xx年版《网点服务规范》已经出台。今年，我行将严格按照总行制定的新的服务规范标准，结合我行实际，细化检查标准，加大奖惩力度，继续在全行开展服务竞赛活动。通过竞赛，巩固我行既有的服务成果，在本地区真正树立行优质服务的金字招牌。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇五

20xx年是我行定点帮扶云南省永仁、武定两家国家级贫困县脱贫致富奔小康的第五年。我行将在国务院扶贫开发领导小组的领导下，坚持“以更新观念为突破口，以教育扶贫为重点，以综合开发为主攻方向”方针，扎实工作，力争再创扶贫工作新局面。

主要工作初步安排如下：

(一)发动全行员工，组织开展第六次为武定、永仁两县捐款、捐物活动。

(二)在全行范围内择优选拔第六批扶贫干部。

(三)建设完成永仁猛古腊招银希望小学和武定大梁子招银希望小学，并于9月学校开学时投入使用。同时调查、确定两县第六所招银希望小学。并修缮校舍。

(四)在永仁和武定各选择、建设并完成招银温饱示范村一个。并完善基础设施。

进一步加强基层组织建设。大力推动机关党组织与帮扶村党支部结对共建、有机整合，指导帮助基层组织建设，加强对村“两委”班子建设，切实提高“发展经济，建设新村；化解矛盾，建设和谐村；自我管理，实现村党支部自我发展”的能力。

(五)完成“1+1”结对助学对象选择和资金发放工作，并追踪资金使用和结对学生学习情况。

(六)组织开展定点帮扶五周年系列活动。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇六

x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等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场地位。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，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。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、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。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户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”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升x部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公

司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监

督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇七

本学期是我作为金融与基础科学系系主任的第一个学期，在认真学习学校的工作计划和教学中心的布置的各项教学任务以及系主任工作职责后，我确定了我的工作目标和方向：认真应对新的教育环境下，教学模式和形式的变化，自发学习，结合本系的自身特点进行思考，并积极的开展各项工作，本着对任课教师和学生服务的思想，配合高职教务和成人教务部门推动各项工作的开展，完成各项教学任务，以达到全面服务教学，做好老师教学和学生求学的后盾。

坚持以教学工作的中心的原则，严格执行系主任职责：(1)根据学校的发展规划，和教学中心的要求：以教学常规管理为基础，以教学改革为重点，以提高效率为手段，以实践教学为突破口，以教、科研活动为落脚点，加强教学与实践操作的结合，全面推进本系的各项工作。(2)严格教学管理制度、教师考核制度。现在各种制度有章可循，在制度的约束下，全系的管理就变得简单而有效了。(3)积极开展教研活动的讨论。本系迄今为止进行了三次教研活动，每次教研活动都有确定的主题，老师们都能积极予以回应，并提出了很多建设性的意见。

(一)教学管理方面

1. 抓好教学管理制度建设，规范日常教学程序

本学期第一次的系里活动围绕新学期的教学活动开展，包括：重申职大、电大学生学习资料的整理与上传；课程的核定；尤其是课改后网上课堂的执行；对于调停课的程序、以及成人课堂的管理等和老师们都进行了沟通，保证课程的有序进行。完成了新开课的统计、老师课时核定等相关教师利益的工作。

(二) 进行教研教改研究，提高教师的理论水平和科研能力

本学期第二次研讨中我们讨论内容是“如何结合学生特点进行教学，如何把学生留在课堂”，“如何结合学生特点进行教学”结合在如何提高教学有效性的会议上老师们的发言，我们展开了热烈讨论，我们感到其实每位老师都在挖空思想各种办法来进行课堂教学，也很有责任心，这样的讨论也布置给每个老师，作为一个教改的课题去思考并撰写成文。

(三) 坚持教学考核，促进制度的贯彻和落实

在需要向不同的教学部门提交各类的资料过程中，老师们相互配合，在规定的时间内，我也会给老师们进行温馨提示，并帮助电脑方面不擅长的老师进行资料的上传。在资料检查的过程中，我发现老师们都很积极主动，并且很认真的按照要求完成了各项任务，体现了老师们对教学工作的责任感。检查结果如下：负责职大课程8位老师们上传了10门课程学习资料，负责电大课程教学的老师10人上传了36门课程的学习资料，在规定的时间内，完成了各项任务。

(四) 做好毕业生学生论文的布置和过程监控工作

完成了职大物流专业和行政管理专业共计67人次和高职物流专业16人次的论文分组、导师见面等论文布置工作，并了解学生参与情况，及时与教务处沟通。目前，职大的论文正在陆续收缴，下一步要进行论文答辩的分组等。

(五) 做好信息传递员

1. 坐班人员通过qq的平台进行沟通，快速并有信息反馈
2. 不坐班的老师通过邮箱进行信息传递，并通过短信的方式进行提醒

3. 部分不善用电脑的老师通过电话的方式进行信息联络，并给予了传递电子信息的帮助。

4. 开学初，我们专门设立了公共邮箱，将本学期要完成的工作进行梳理，将任课教师要提交的教学资料，进行电子整理，并自制了一些电子文档，如课程考核方案等。可以帮助老师了解各个时段需要做的工作。同时，为了打印方便，在公共邮箱里也集中了老师需要打印的各类文档，利用坐班的便利优势为老师们提供了一些服务。

1. 对前半段工作的总结，公布教学检查的结果，听取老师对我工作的意见。

2. 收集课程改革后老师们的比较集中的问题和看法。

3. 申请了市电大关于开放大学的有关课题，由系内全体青年教师承担。课题申请成功后，进行具体的分工和课题研讨，并请教系里有课题经验的教授予以指导。

4. 在高职处的安排下，做好高职教学的有关检查和教学改革工作。由于目前我系没有高职学生大赛的项目，我们将改革的重点放在课程内容上。

金融日常工作计划 金融销售工作计划篇八

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等，形成持续的市场推广攻势。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的

基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要支撑。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。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户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。

一是要按照总行要求“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到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”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三) 加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。