

学校党费收缴自查情况报告(大全7篇)

演讲稿是进行演讲的依据，是对演讲内容和形式的规范和提示，它体现着演讲的目的和手段。那么我们写演讲稿要注意的内容有什么呢？接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇演讲稿吧，我们一起来看看吧。

银行网点副职竞聘演讲稿篇一

稳定我行贷款，积极为企业富裕资金寻找出路，在争取以银行承兑汇票的签发弥补企业归还贷款对我行造成的损失的基础上，为企业制定全面、客观、可行的投资理财方案，引导企业资金流向，力争最大限度保证和谋求我行的经营利益。

继续密切关注企业经营及发展情况，及时向市分行汇报xx集团年金业务进展情况，全力配合市分行开展对xx集团企业年金业务的营销，力争企业年金业务年内在我行顺利办理。

xx集团的销售网络遍布全国，每年完成将近12亿元的化肥销售任务。因此，加快销售资金归行额和归行速度就成为我行公司存款工作的重中之重。明年，我支行将择时与集团公司有关负责人一道，对河南、河北、山东的19家大型销售分公司进行走访，疏通上述分公司的销货款归行渠道，从根本上解决我行资金归行问题，增加我行公司存款总量，降低筹资成本，提高经营利润。

继续组织相关专业人员就银团贷款业务进行专题学习和研究，完善业务管理流程和操作办法，同时加强与企业及参贷银行的信息沟通，建立完善的信息沟通机制和风险预警制度，切实防范和化解融资风险。

努力提高非信贷盈利资产的比重。按照风险可控、积极稳步的原则，积极培育客户融资需求。突出负债结构的调整，最

大限度降低经营成本，提高资金效益。还要调整收益结构，大力发展中间业务，建立中间业务与资产业务、负债业务的联动效应，利用我行多样化的业务品种、优质高效的服务，加大对优质客户的营销力度，争取市场份额，提高经营效益。

加强岗位轮换工作，健全完善人员培训和岗位轮训机制，结合全行股改的新形势新任务，探索更为灵活有效的教育和学习方式，富有成效地开展各项教育和学习培训活动，使全行员工的个人综合素质、思想状况得到明显改观，充分增强工作热情，提高工作积极性，推动全行各项经营管理和业务工作的更快更好发展，适应我行股份制改革形势下岗位的新要求。

从内控管理的“学、改、查、教”等四个方面为着手，讲方法，求实效，不断加大力度，深入开展各项内控管理工作和案件防范活动：一是“学”。狠抓对全行员工的内控管理学习活动。以上级行内控工作内控工作有关文件、领导讲话和会议精神以及规章制度、管理办法等为主要学习内容，每周开展一次小组学习，每半月进行一次集中学习，保证学习效果；二是“改”。进一步积极查找漏洞、分析原因、制订整改方案，认真落实整改；三是“查”。以内控机制建设情况和屡查屡存问题为重点，认真深入和严格地开展定期自查活动，使内控机制建设不断深入；四是“教”。强化内控管理工作员工教育活动，使员工不断树立正确的内控工作观念，形成到位的内控工作意识，从而深化内控文化建设。

银行网点副职竞聘演讲稿篇二

大家好，首先作一个自我介绍，本人朱，现年31岁，在工行营业部工作，中共党员，大专文化，银行网点负责人竞聘演讲助理会计师。

我是一名勤勤恳恳一直在一线工作的员工，近两年来，深切感受到改革的浪潮迎面而来，我们不能也不应该回避。随着

中国加入世贸组织，对我们每一位员工提出了更高的要求，想轻轻松松工作，舒舒服服上班的日子不复存在了，我们面对的是日益激烈的竞争。竞聘对我来说既是一次机遇又是一场挑战，工行要生存要发展，靠的是我们每一位热血青年，因此，我决定来参加此次竞聘，展示自己。

一、竞聘优势

1、首先我相信自己有信心也有能担负起这一重任。从自我素质方面来看，我是从部队回来的，经过部队这所大学的磨练，养成吃苦耐劳、办事果断、令行禁止的好作风。在部队从事新闻报道工作，因工作突出荣立三等功一次受嘉奖多次，去年，营业部创星级网点，我充分发挥自己的特长，在《如皋日报》对营业部进行的宣传，取得了良好的效果。进行以来，能不断完善和提升自我，认真学习各项业务知识，尽快适应银行工作□xx年通过全国成浦发银行网点人高考并取得江苏省财经高等学校大专学历，目前正向本科进军□xx年通过江苏省英语、计算机等级考试□xx年通过国家人事部考试，被聘为助理会计师。

2、有着较强工作责任心和进取心。进行以来先后从事出纳、会计等岗位的工作，做到干一行爱一行，对待工作认真负责，出纳点钞获省行级能手，所办理业务无一重大差错□xx年被评为支行“优秀行员”。我总觉得作为年青人总该有点追求，更何况面对日趋激烈的竞争，想逃避是不可能的。历史的重任已经落在我们肩上，我们只有迎难而上，苦干实干，全面奉献自己。

3、我深刻懂得这一岗位的重要性。将西门储蓄所升格为分理处，充分体现了行党委、行长室对该分理处的高度重视和对其寄予无限的厚望。作为新建分理处主任要一种吃苦耐劳和开拓精神，瞄准目标、不负众望，确保任务实现。

4、能够看到自己的弱点。业务水平有待进一步提高，储蓄业

务没有接触过，但我相信我有能力尽快适应。管理对我来说是个全新的课题，在今后工网点主任竞聘演讲作中，我将不断地调整自己，虚心请教，加强学习，与时俱进，超越自我。

二、目标和任务

这次竞聘如果成功，我将进一步解放思想，带领各位同事提高结算质量，搞好优质服务，挖掘市场潜力，争取优质客户源，开创分理处新局面，全面超额完成行党委、行长室交办的各项任务，将分理处创办成三星级网点。

三、具体措施

作为新建分理处要确保目标任务实现，我认为主要要做好以下几方面工作：

1、思想总揽全局，做好表率。作一个带头人要有全局观念，要从多方面考虑问题，协调各方面关系，在行党委、行长室的领导下，向目标任务冲刺。在内务管理方面同样要兼顾全面，如制度执行、安全保卫、环境卫生等。管理对我来说是一个全新的课题，熟话说得好，正人先正己，自己要做好表率，从各方面严格要求自己，吃苦在前，享受在后。

2、统一思想，发挥团队作战精神。以绩效考核为动银行大堂经理助理竞聘演讲稿力，充分调动员工的积极性。借分理处升格的东风，利用新业务系统的先进的硬件多渠道、全方位开展揽存增存工作。鼓励员工找关系、拉关系、抓关系，献计献策，建立完善揽存信息网络，捕捉每条信息。作为我本人更要主动出击，寻找客户源、存款源。

3、挖掘优质客户源，寻找新的增长点。客户是商业银行发展的基础，没有一个稳定的“黄金”客户群，银行业务的开拓就成了无源之水、无本之木。因此，要在挖掘客户源上狠下功失，确保任务的实现。一是充分利用我行结算的优势，面

向乡镇寻找开户单位。目前，信用社的结算功能相对比较滞后，不能适应用户的需求，而我行的网点主要集中在城里和少数镇，可以从中挖掘不少优质客户。二是挖他行存款，瞄准单位找关系，全面出击。加强服务，全面提升跃进路分理处的知名度。

银行网点副职竞聘演讲稿篇三

;

行长

会计主管

销售主管

大堂经理

理财经理

零售客户经理

合规经理

对公客户经理

储蓄柜员

对公柜员

行长的职责：

负责网点大客户的开发、维护和管理工作；

制定网点目标和工作方向，负责员工培训发展工作；

负责网点的整体绩效管理；

履行支行长的服务职责，处理客户投诉。

会计主管的职责：

负责掌管、使用、保管邮政储蓄所的日戳；

负责网点费用报销,网点的物料请领；

负责网点的设备登记、管理与维护；

负责寄库及解现钱箱交接；

负责网点的统计上报工作；

一级支行负责营销客户管理系统的人员及系统维护；

负责网点的业绩统计及薪酬发放；

负责网点的客户资料的管理；

负责各种销售报表的生成；

协助支行搞好业务的发展。

销售主管的职责：

根据支行长的任务目标，制定相应的执行方案

确保网点提供卓越的服务；

做好综柜权限内的低柜授权；

建立、指导和发展客户经理团队，并识别引见机会，提高交

叉销售率；

制定营销方案、开展营销活动；

负责大客户的营销与维护。

储蓄柜员：

客户识别、信息搜集、理财产品推介、客户转介

对公柜员：

信息搜集、建立关系、客户转介

大堂经理：

客户识别、挖掘优质客户、提供咨询、客户转介

储蓄柜员的职责：

增强与大堂经理及理财经理的沟通联系；

承担网点内服务客户的任务；

建立良好的客户关系；

客户识别及客户信息收集登记；

推荐和销售增值产品；

持证销售理财产品；

客户转推荐。

对公柜员的职责：

负责柜面客户的接待和服务工作；

进行日常客户信息收集；

建立与对公客户关系；

负责客户转推荐工作。

大堂经理的职责：

维护营业秩序，化解纠纷及处理现场投诉；

大堂揽客，分流客户，引导客户办理业务；

维护营业场所内外的良好环境；

做好对窗口服务的日常监督；

协调柜员弹性排班；

加强对业务，客户分析，深度挖掘优质客户；

满足客户的个人业务及咨询需求；

协助对中高端客户的维护；

客户识别及转推荐。

理财经理：

理财规划、产品销售、中高端客户开发与维护

零售经理：

信贷类产品销售、提供咨询、客户服务、关系维护、业务宣

传

对公经理：

定向营销、日常分析、营销推广、大客户计划

理财经理的职责：

负责低柜业务范围内的业务办理，服务；

协助大堂处理大堂事务；

开拓并维护中高端客户，提升客户在我行资产；

与柜台保持良好的沟通和协作；

客户信息挖掘，进行有效过滤；

与客户沟通，建立客户关系；

制定客户跟进联系计划；

银行业务产品咨询；

制定个人销售计划。

零售经理的职责：

参与零售业务、营销技巧等方面培训；

对营销工作进行日常总结并向销售主管汇报；

协助网点进行零售业务拓展；

使用维护好营销管理系统；

满足网点客户贷款询问；

协助大堂经理处理大堂事务；

制定客户关系维护目标，通过关系维护进行客户再开发；

与商会、俱乐部等机构建立联系，拓宽信贷渠道；

对外宣传，负责支行周边区域零售业务宣传；

收集客户信息，制定客户服务计划。

对公经理的职责：

对营销工作进行日常总结并向销售主管汇报；

使用维护好营销管理系统；

协助大堂经理处理大堂事务；

日常分析，通过拜访，掌握所管辖区域各类信息，做好分析与汇总；

日常营销推广工作，对大客户与有意向客户进行跟踪、分析；

协助分行大客户开发，参与部分重点项目的直接营销；

制定大客户拜访及服务计划。

营销活动

销售主管客户分配

理财经理、零售客户经理、对公客户经理、销售主管

网点约见

现有客户

网点内客户开发流程

当面约见

电话约见

转介绍

网点营销流程

营销活动：

户外路演、渠道拓展、信息搜集

现有客户：

营销管理系统

客户分配：

岗位分工为基础、先接触先开发

客户约见：

问候、价值陈述、确定时间

户外路演

针对特殊主体，举行户外路演活动，吸引客户注意。

设点宣传：

在特点场地，如专业市场、小区等地方设点宣传，适用于开发零售贷款客户。

陌生拜访：

对认为有必要进行宣传的客户，采用陌生拜访的方式进行联系。

渠道拓展

2. 客户转介绍：通过现有客户的介绍结识新客户；

3. 合作伙伴推荐：与商会、俱乐部等机构建立联系，利用合作伙伴客户资源拓展客户。

客户信息的收集

可通过问卷调查，抽奖卷、交换名片等方式有效的进行客户信息的收集，对有潜在需求的客户标注，收集的客户信息由销售主管进行汇总统计，并做好营销管理系统的录入工作。

现有客户

同评级的客户；

网点有记录的自有潜在客户，统一录入营销管理系统。

客户分配

销售主管根据实际情况，以业务分类，岗位分工为基础，本着谁先接触，谁开发，平均分配的原则，在营销管理系统上把客户合理的分配给相应的客户经理。

网点约见

问候和自我介绍，销售人员明确地告诉客户自己的姓名、职务和网点名称。

确定时间，为增加成功率，销售人员最好提供两个具体的时间选项，并在客户离开前或结束通话前再次确认。

网点内客户开发流程

大堂揽客

柜员引见

客户

大堂经理等候区

零售客户经理

理财经理

柜员

对公客户经理

转介

转介

步入大堂

对公产品销售

理财产品销售

零售产品销售

客户维护或跟进

大堂揽客

“大堂”是指网点内能够接触客户的任何场所，包括自助服务区和填单区。为了向客户提供卓越的客户服务，并尽可能地确保网点销售人员见到更多的客户以便深入发掘销售机会、寻找价值客户，网点销售人员，尤其是业务经理需要开展大堂揽客。

大堂揽客：大堂经理或其他专业的客户经理主动在大堂中以专业的话术问候客户，并将目标客户带到销售桌或其他安静的场所，为深入接触、了解客户需求提供机会。

大堂揽客是一种持续的销售行为。销售人员需要保持良好地工作状态，在“眼观六路，耳听八方”式的实践中，逐步摸索出适合网点环境的流程和方法，以期尽可能地将宝贵时间用在有价值的客户身上。

大堂揽客是一种团队行为。当有时间在大堂工作时，销售主管、理财经理、零售客户经理、客户经理也需要进行大堂揽客。特别是当大堂经理在忙着与客户交流时，大堂里其他有空的销售人员需要主动加入大堂揽客。

柜员引见

“内部引见”是指销售人员将目标客户介绍给合适的其他销售团队成员的行为。它是实现团队协作、产生交叉销售的重要而有效的销售方法。

以便后者深入发掘销售专业产品的机会。理财经理、零售客户经理和对公经理之间也要彼此引见，以便尽可能地利用交叉销售深化客户关系。

引见者特别是柜员在引见时，只要简单明了地陈述产品的特点或与专业销售人员见面可能给客户带来的价值，然后以适当的方式示意销售人员前来将客户引导至相应销售台席，而不要具体地陈述产品的特征或开办流程等，以免造成由于解释不清误导客户或所提产品或服务建议不符合客户需求后果。

大堂揽客：

专业话术、团队行为

柜员引见：

交叉销售、简单陈述产品价值

客户需求调查

处理反对意见

提供解决方案

促成

交叉销售

客户经理销售步骤

需求调查

建立亲切感、自然过渡、主导谈话、善于提问

客户需求调查

客户需求调查是帮助销售人员充分发掘客户需求、综合提供产品和服务解决方案的有效销售行为。

客户需求调查从与客户建立亲切感开始。为了使客户放下心防，更愿意交流，销售人员需要通过拉家常、聊天气等自然的方式，尽量拉近与客户的距离，而拉近与客户距离的最好办法是赞美客户。

赞美的技巧：

- 1、真诚发自内心。
- 2、赞美对方的闪光点。
- 3、比较具体。
- 4、间接赞美。（赞美和他关联的人、事、物）
- 5、引用第三者赞美（听某某人讲）好处。（听起来舒服）

经典三句：

- 1、你真不简单。
- 2、我很欣赏你。
- 3、我很佩服你。

开场

目的

利益

接受？

——用一句话进行表述：简洁、明确、清晰

开场三要素

避免这样的开场

议程模糊不清

没有解释议程对客户价值

没有促进开放而双向的交流气氛

一连串的产品特征

议程不切实际……

提问的类型

封闭式问题

定义：提供选择答案，引出“是”或者“否”的选择

目的：锁定

开放式问题

定义：不提供答案，给对方留出空间阐述观点

到的资料

练习游戏：

在白纸上写一动物名称。

限用6个问题问出来，但有一个问题不能问，你写的是什么？

提问时的注意点

营造开放的交流气氛

能抓住并维持客户的注意力

有效地使用封闭式提问

让客户确定优先次序

条理分明

发掘所有相关的客户需要

对客户表示尊敬和了解

提问时应避免的情形1

一连串封闭式问题，审问

客户感到被盘问，态度变得抗拒

资料不完整时，没有跟进

没有确定需要背后的需要

询问显示出没有聆听客户的回应

提问时应避免的情形2

问太多的问题而没有提供产品的信息

显示出没有聆听需要

还未对需要有共同的了解就开始说服

像鹦鹉学舌般复述……

聆听——为什么要听

搜集资讯

发掘客户需求

确认客户对我们的态度

恰当地回应客户的信息

听的三大原则

耐心

关心

别一开始就假设明白他的问题

发现需求

需求

合理需求

能满足的合理需求

理财经理需要借助《客户信息表》，调查客户以下几方面的信息：

- 1、获得客户的基本信息，包括姓名、生日、、职业、收入等。
- 2、收集客户现有的银行信息。

3、发掘交叉销售或外部引见的机会。

1、了解客户的基本信息，包括公司名称、行业代码、联系人电话、身份等。

2、收集企业业务和规模的信息，包括成立日期、经营内容、销售额、员工人数等。

3、收集公司费用支付和账户管理的信息。

4、询问客户银行信息和现有邮储产品。

提供解决方案

提出建议、确认需求、强调好处、依次推荐

首先，销售人员要根据上面客户信息调查所发掘的需求提出产品和服务建议，所以，为确保销售人员所感知的客户需求是真实正确的，在提出建议前，销售人员需要总结客户所说，用自己的语言确认所感知到的客户需求，并获得客户的认同。

其次，在确认客户需求后，销售人员需要根据需求提出恰当的建议。在这一步中，销售人员需要注意强调产品与客户需求相联系的特点和优势，并借助产品组合等陈述建议。

最后，如果可以推荐的产品较多，为了更好地让客户接受、并提供卓越的客户服务体验，理财经理和对公客户经理需要按照主次排列产品，按照需求依次推荐。

介绍产品时应注意

介绍的特征和利益与需求相关

正确地介绍特征和利益

用顾客的语言介绍特征和利益

能从容自如地回应客户……

介绍产品时要避免

过分依赖资料

提供过多的资料

只介绍特征，不提利益

不能精确地介绍

回避有关细节的询问

显得不自在或犹豫……

介绍产品时应避免

错失时机去介绍其它产品特征和利益

几种说的语气

单调而平淡的语气

缓慢而低沉的语气

嗓门高高的强调语气

硬的、嗓门很高的语气

高高的嗓音伴随着拖长的语调

说明特点的四个注意点

做个出色的演员

要考虑顾客的记忆储存

要注意沟通方式

太激进的危机

在说明时出现意外……

传达利益信息时要注意的事项

记得提到所有的利益

客户已知的利益也应该说出来

用客户听得懂的语言说

有建设性, 有把握

创造一个和谐轻松的气氛

顾客要的是利益, 而不是什么特点和优点

说“我会……”以表达服务意愿

不要使用

应该使用

1. “我尽可能向有关部门询问你的事情。”

2. “我尽可能把你的情况反映给公司，他们能回答你的问题。”

1. “我会给公司打电话询问，我将在12点以前给你回电话。”

说“你能……吗？”的好处

消除人们通常听到“你必须……”时的不愉快

避免责备对方“你本来应该……”所带来的不利影响

保证对方清楚地知道你需要什么

什么时候使用“你能……吗？”

你必须

你应该

你为什么

你犯了个错误

我需要

你能……吗

或者

请你……好吗？

应该使用

不要使用

“你能……吗？”的训练

尝试用“你能……吗？”来替换如下说法

“你应该先通知我一声，再作决定”

“你必须在5点钟之前给我们打电话，否则就下班了”

“你从来都不考虑清楚就作决定”

“这里这么多客户在等着，你应该多安排一些人手”

说“你可以……”来代替说“不”

每个人都喜欢听到自己“可以做……”，而不喜欢听到自己“不可以做……”。

因为说“不”比较困难，使用“你可以……”的方法会使你对于拒绝的表达更容易。

什么时候说“你可以……吗？”

你不能完全满足顾客的要求，但你的确还有别的办法。

尽管你可能立刻帮不上忙，但是却想表达你的真诚，乐于为对方提供服务。

你的顾客可能对自己要什么并不明确，跟他提个建议通常能启发他的思路。

“你可以……”的训练

尝试用“你可以……吗？”的句式替换如下说法

“这个忙我帮不上，你必须跟经理谈。”

“要把那件事做好，必须先给我两天的时间。”

“现在公司没有这种货，只有质量差一点的批号。”

说明原因以节省时间

因为人们天生就爱刨根问底，所以当你希望向顾客表述时，其实顾客最希望知道的是why因此要首先说明原因。

先讲清楚原因会更快吸引顾客的注意。比如“要想省钱……”

什么时候使用“说明原因”的方法

当你传达技术信息，而其他人可能不懂时。

当你认为别人可能不会相助时。

当别人可能不了解你或不相信你时。

讲明原因赢得合作

“为了尽可能满足你的要求”

“为了更清楚你的要求”

“……”

处理反对意见

表达认同、强调好处、确认需求

在提出产品和服务建议时，销售人员可能会遭到客户的反对意见。在处理时，销售人员需要注意两点：一是要表达认同心，如“我理解...”，而不能直接表示“同意”，更不可以直接反驳，引起客户抵触情绪；二是需要通过强调产品的特色和优势来处理反对意见，不能抛开客户需求和产品优势泛

泛说明。

一般而言，客户的反对意见主要有以下三种类型：

- 1、销售人员没有理解客户的真正需求。这一点需要销售人员在提建议前通过确认需求解决。
- 2、所提的建议不能满足客户的某一具体需求。在处理该类反对意见时，销售人员可以分四步处理：首先，需要表达认同心。其次，要通过提问找到真正原因，如“您需要...主要出于什么虑？”。
- 3、客户没有正确理解建议或拖延作决策。此时，销售人员也可以按照四步骤处理：第一，表达认同心；第二，再次确认客户的需求；第三，强调产品特点和优势，特别是对客户的好处；第四，确认客户是否接受。

处理负面反应——克服障碍

客户异议的两重性

异议

成交

障碍

成交

信号

成交希望

处理顾客异议的方法

回避无关的异议

把握时机，及时反应，不要被顾客难倒

尽量简化答案，不做又臭又长的解释

答复时尽量以顾客能获得的好处为结束语

减少顾客说“不”的机会

绝对不能争辩

知之为知之，不知为不知，诚意为根本

消除顾客异议的步骤

认真听取顾客的异议

回答问题之前短暂停顿

要对顾客表现出同情心

复述顾客提出的问题

回答顾客提出的问题

如何面对竞争

所介绍的利益显得比对手更为突出

竞争时应该避免

没有作好准备来回应

明显地表示惊讶

置之不理

错失机会，没能及时提出能够满足需要的特有的特征和利益

发掘的需要是竞争对手更能有效地解决的

促成

二选一、利诱、稀缺

促成技巧1：不确定成交法

销售人员故意说出一些没有把握的情况，让

客户去担心，并最终下定合作决心。

促成技巧2：典型故事成交法

在促成之前，先讲个故事，在故事结尾时，

巧妙进行促成。

促成技巧3：对比成交法

把两个不同时间、不同地点、不同前提条件下的合作方式同时列举出来，进行对比，最后选择一个对对方更加有利的条件进行促成。

促成技巧4：直接促成法

就是直接要求对方下订单、签协议。

促成技巧5：假设成交法

这种促成技巧用得比较多，就是事先假设对方已经同意合作，

然后直接询问合作后的相关细节问题。

促成技巧6：二选一成交法

提供两种可以选择的答案给客户选择，但无论哪种选择结果都是同意合作。

促成技巧7：危机成交法

通过讲述一个与顾客密切相关的事情，并阐述事情的发生对客户及周围的人造成的不良影响，从而让客户产生危机感，并最终下定决心签单。

促成技巧8：以退为进成交法

在与客户谈判时，己方先作一小步退让，同时将合作的其他条件作一相应的调整，并立即进行促成。

促成技巧9：替客户拿主意成交法

针对某些犹豫不决的客户，营销员应该立即找出客户对产品最关注的地方，然后自作主张为客户推荐一种能够其需求的产品。

促成技巧10：最后期限成交法

明确告诉客户某项活动的优惠期限还有多久，在优惠期内客户能够享受的利益是什么；同时提醒客户，优惠期结束后，客户如果购买同类产品的话将会受到怎样的损失。

促成技巧11：手续简单成交法

直接告诉客户办理某项业务的程序非常简单，然后让客户尽快做决定。

促成技巧12：展望未来成交法

先假设客户已经签定相关协议，接着展望客户得到产品后的好处。

促成技巧13：少量试用成交法

任何一个人在第一次接触一样新鲜东西时，都会有很多担心，此时可以建议对方先少量试用，使用后如果觉得效果不错的话，再进行第二次合作。

促成技巧14：坦诚成交法

从客户的切身利益出发，以一种特别坦诚的态度看待自己的产品，如果说真的适合客户需求，就推荐给他；如果产品并不能满足客户需求，就放弃促成。

促成技巧15：3f成交法

3f成交法，即感受[fell]、觉得[felt]、发觉[found]

先表示理解客户的感受。然后再例举一些事例，说明其他人刚开始也是觉得如此，但在他们使用产品之后发觉非常的值得。

促成技巧16：“最后一个问题”成交法

认真倾听客户在购买产品前的所有疑问，最后用一个结尾，并直接进行促成。

促成技巧17：强化信心成交法

通过向对方列举相关证明，进而强化对方对产品的购买信心。相关证明可以是公司的实力、信誉；也可以是其他已经购买

过产品的消费者见证；还可以是某项产品已经获得的相关资质证书等。

促成技巧18：绝地反击成交法

营销人员在电话中已经想尽各种办法，对方还是一口回绝，此时不妨使用这一招。

在客户接受或认同建议后，销售人员要趁热打铁，及时进行销售或者引见。客户经理销售核心产品和其他有权销售的产品，客户经理办理相应的信贷和对公业务，同时根据需要示意或电话邀请相应的销售人员来到销售台席，进行引见。如客户需要离开，或者引见的销售人员当时没有时间接待，理财经理或对公客户经理也可以替双方安排约见。

交叉销售

长期跟进、分步销售

在销售中，如果确认合适的产品较多，销售人员要按照主次有序排列。为了给客户提供良好的业务体验，销售人员尤其是客户经理可以借助销售包等销售工具，帮客户制定跟进时间表，分步销售产品，以期建立和维护长久的客户关系。

销售主管参与

为确保销售团队抓住了所有的销售机会、并进一步深化客户关系，尤其是与价值客户的关系，销售主管需要参与销售。

销售主管参与可以在以下情形发生：

- 1、对于价值客户，网点内销售人员在收集客户信息以后或者在客户于柜台办理推荐的产品和服务时，销售人员邀请销售主管一起会见客户。

2、销售人员在无法顺利处理客户反对意见，需要销售主管帮助时，抓住时机，及时邀请销售主管会见客户。

3、内驻或外勤销售人员在与客户会面后或者在与销售主管讨论日程安排时，将填写的客户信息表交给销售主管，以便其提供指导，抓住错失的销售机会。

1、在柜员帮助客户办理推荐的业务时或销售完成之后，销售人员向客户表示将马上介绍销售主管。

a□确认信息表上的所有信息都填写准确。

b□识别当日销售哪些产品，还没有销售哪些产品。

c□帮助确认是否存在其他交叉销售机会。

a.自我介绍。

b.肯定销售人员的表现。

c.协助销售人员抓住新识别的交叉销售机会。

d.提供名片。

在有空的时候，销售主管也需要根据实际情形，主动参与销售。此时，正与客户交流的销售人员需要直接向客户介绍销售主管，简明扼要地说明当前的进展，然后与销售主管配合开展销售。

最后，需要强调的是，在销售主管没有时间或不在网点时，网点其他管理人员，如支行长、行长助理等人员也可以帮助开展销售主管参与。

客户维护

建立长期而稳固的客户关系

客户维护及跟进

跟进是销售人员主动联系客户、提供卓越客户服务的有效方法。无论是已经完成了销售，还是与客户合作的时机尚未成熟，销售人员都需要根据客户重要性、利用《日程表》合理安排时间，与客户保持联系，在增加销售的同时，建立长期而稳固的客户关系。跟进不是单个销售人员的独立行为，而是整个网点或销售团队的共同努力。在跟进客户之前，销售人员需要充分了解其他人员之前或近期与客户的联系情况；销售主管、其他业务主管或支行长也要检查销售人员的跟进行为，并在必要时与销售人員一起与客户会面。

逐步建立合适的跟进时间表，并利用《日程表》追踪和安排跟进。

客户经理及其他销售人员可以借鉴三阶段跟进法制定自己的跟进时间表。

3天跟进，抓住在开立账户时错过的销售机会。完成销售后3天内，客户经理需要致电客户，询问其账户资金是否存入，需要激活的产品是否激活并正常使用，是否有其他需求等。同时，询问客户是否可以引见亲朋好友。

6天再次跟进，抓住交叉销售机会。根据需要，客户经理在6天跟进时提醒账户要求，鼓励客户使用网银、结算类便利产品和服务，在进一步发掘客户需求的基础上，向网点其他销售人员引见客户，同时询问是否具有外部引见的机会。

3月跟进，进一步深化关系。3月跟进时，客户经理要在回顾分析账户的基础上，进一步了解客户需求情况，以便发掘机会，销售更多满足其需求的产品，或者将客户引见给相关专业销售人员。同时，在确保客户满意的基础上，询问外部引

见的机会。

4. 开场

目的

利益

接受？

——用一句话进行表述：简洁、明确、清晰

开场三要素

4.1 避免这样的开场

议程模糊不清

没有解释议程对客户价值

没有促进开放而双向的交流气氛

一连串的产品特征

议程不切实际……

4.2.1 提问的类型

封闭式问题

定义：提供选择答案，引出“是”或者“否”的选择

目的：锁定

开放式问题

定义：不提供答案，给对方留出空间阐述观点

4.2.2 提问时的注意点

营造开放的交流气氛

能抓住并维持客户的注意力

有效地使用封闭式提问

让客户确定优先次序

条理分明

发掘所有相关的客户需要

对客户表示尊敬和了解

4.2.3 提问时应避免的情形1

一连串封闭式问题，审问

客户感到被盘问，态度变得抗拒

资料不完整时，没有跟进

没有确定需要背后的需要

询问显示出没有聆听客户的回应

4.2.3 提问时应避免的情形2

问太多的问题而没有提供产品的信息

显示出没有聆听需要

还未对需要有共同的了解就开始说服

像鹦鹉学舌般复述……

4.3.1 聆听——为什么要听

搜集资讯

发掘客户需求

确认客户对我们的态度

恰当地回应客户的信息

为了乐趣……

4.3.2 听的五个层次

听有五个层次，分别是：

忽视地听

假装在听

有选择地听

同情心地听

全神贯注地听

4.3.3 听的三步曲之一：准备

给自己和客户都倒一杯水。

尽可能找一个安静的地方。

让双方都坐下来。

记得带笔和记事本。……

4.3.4 听的三步曲之二：记录

记录客户的谈话，除了防止遗忘外，还有如下好处：

具有核对功能。核对你听的与客户所要求的有无不同的地方。日后工作中，可根据记录，检查是否完成了客户的需求。

可避免日后如“已经交待了”、“没听到”之类的纷争。

事先征得对方同意：老师我能不能记一下？

4.3.5 听的三步曲之三：理解

不清楚的地方，询问清楚为止。

以具体的、量化的方式，向客户确认谈话的内容。

要让客户把话说完，再提意见或疑问。

5w1h法

5w指what□when□where□who □why

1h指how□how many和how much

4.3.6 听的三大原则和十大技巧

耐心

关心

别一开始就假设明白他的问题

注意：表现得不要过分，否则就成了居委会老大妈了。

5. 发现需求

需求

合理需求

能满足的合理需求

6. 说服

特征与利益

公司、产品与自己

6.1 介绍产品时应注意

介绍的特征和利益与需求相关正确地介绍特征和利益

用顾客的语言介绍特征和利益能从容自如地回应客户……

6.2 介绍产品时要避免

过分依赖资料

提供过多的资料

只介绍特征，不提利益

不能精确地介绍

回避有关细节的询问

显得不自在或犹豫……

6.3 介绍产品时应避免

错失时机去介绍其它产品特征和利益

6.4 几种说的语气

单调而平淡的语气

缓慢而低沉的语气

嗓门高高的强调语气

硬的、嗓门很高的语气

高高的嗓音伴随着拖长的语调

6.5.1 说明特点的四个注意点

做个出色的演员

要考虑顾客的记忆储存

要注意沟通方式

银行网点副职竞聘演讲稿篇四

谁不曾有梦想，谁不渴望生命的光环会更加璀璨；谁不曾有激情，谁不期待着能够到达事业的最巅峰；谁不曾有信仰，谁不心甘情愿以心血和汗水创造壮丽的辉煌？！在追求神圣使命的道路上，每个人都怀揣理想、担负责任，一次次战胜艰难险阻、一次次迎来风雨后的温暖阳光！华夏银行，是一方培育梦想、浇灌梦想、成就梦想、激扬梦想的沃土，她为

每一名员工提供了展示才干、实现抱负的土壤，在这块美丽的园地里，我们即使只做一朵花、只做一棵草，也感到无比的光荣和骄傲。

时光漫漶，岁月穿梭，过去了日子总是显得如此珍贵。在过去的十多年里，华夏银行**支行走过了一段壮丽而不平凡的创业、创新、创意之路。为了使客户感受到心贴心的服务，支行开展了一系列优质文明服务活动，以一个个真诚的微笑、一声声亲切的问候、一次次令客户满意的回访，赢得了广大客户的拥戴和忠诚。当客户选择华行的时候，是我们最开心的时候；当客户将赞美之词送给我们的时候，我们的内心充满了灿烂；即便是客户一个首肯的眼神，也同样令我们感动。的确，“于无声处听惊雷”，人间大爱的传递，往往不需要语言，一个眼神足够了。

鼓点声声，战旗猎猎，金融市场已经进入了理性竞争的时代。华行与其他大型国际、国内银行相比，显然不能靠拼政策、拼实力、拼资源，我们所能够依靠的，只能是创新经营、优质服务、特色文化、个性对接，这似乎才是华行的立足点和制胜点。正因为这样，我们更重视客户的需求，更重视市场的变动，更注重资本的安全，更追求个性化、多样化、灵活化的经营策略。正所谓“船小好调头”，华行在群雄林立中，却始终能够一枝独秀、独树一帜，这也我们的战略转型是分不开的。

构建和谐，倡导文明，华行在强劲的发展势头中始终不忘社会责任，体现了一个金融企业的高瞻远瞩与社会担当。多少年了，华行始终坚持把员工队伍建设放在第一位，始终进行着坚持不懈的渗透式教育，作为“华行人”，不论在班内，还是在班外，都只能是“华行人”，而不能频繁地转换角色。这样的理念与追求，使“华行人”的人格始终保持着纯净与统一，不知不觉中，每个人都成为了华行的一张“名片”，每个人的一言一行，都在为华行做着无声的宣传。试想，如果每一个企业、每一个单位，都能够如此要求员工，那么我

们的社会，将会变得怎样的繁花似锦、鸟语花香。一个有抱负的企业，必定造就有抱负的员工；一个拥有着团结奋进员工队伍的企业，必定能够走得远、攀得高，成为同业竞争的佼佼者。

把梦想融入事业的辉煌！我常常想，我们是幸运的，因为我们是华行的一员，并且正在为华行做出着属于自己的努力。在这个充满活力、充满希望的花园里，我们每一名员工都能够找到开放的地方。只要心中有梦想、有激情，我们就一定会在事业的辉煌中找准人生的定位、实现生命的价值。朋友们，为了人生不虚度，让我们一起努力吧！！

我的演讲结束，谢谢大家。

银行网点副职竞聘演讲稿篇五

大家好！

我很荣幸能够参加此次竞聘，感谢行领导提供这样一个平台，不仅是展示自我、认识自己的机会，更是相互学习、相互交流的机遇，我竞聘的岗位是xx支行网点主任。

我叫xx，现年xx岁，xx学校金融学专业，中共党员，xx年毕业于xx银行工作，先后从事过柜员、事中监督和会计业务综合岗位，熟悉我行的对私、对公业务，xx年来我始终勤勤恳恳，任劳任怨，爱岗敬业，在xx年和xx年被评为“xx支行先进个人”光荣称号。

一、我具有较强的工作责任心和进取心。饱满的工作热情和高度的责任心是我前进的动力，在工作中，无论是在什么岗位，我都始终坚持着自己对自己负责、对工作负责、对网点负责的态度，以十分的热情，尽心尽力、尽职尽责地做好每项工作，完成每项任务。

二、我具有较好的政治素质和职业素质。我谦虚、谨慎、诚实，为人正直。在工作中处处以共产党员的标准要求自己，同时我也认真学习党和国家有关金融的各项方针、政策和基本规章制度，熟悉金融法规，自觉遵守员工行为守则，热爱本职工作，认真履行工作职责。

三、我具有娴熟的业务经验。入行以来我一直在一线工作，从事过不同的岗位，能够掌握我行的各种柜面业务操作和各项制度，我凭借着强烈的敬业精神、认真的工作态度和较强的工作能力，为我的工作积累了丰富的经验，提升了业务水平和业务素质。

四、具备了较强的沟通协调能力。在xx支行从事对公岗位时，积极与财政各单位相沟通，得到了单位的一致好评，提高了自身的社会交往能力。工作上能团结同志，正确处理与领导和员工的关系，使各项工作在和谐的环境中有条不紊地开展。

一、摆正位置，认清职责，当好参谋和助手。做为网点主任应当摆正自己的位置，正确认识 and 看待自己，在自己的职责及领导授权范围内开展工作，以强烈的配合意识当好助手。揽事不揽权，到位不越位。充分发挥主观能动性，以热情的参与意识当好参谋。结合上级的要求和分管的工作，摸实情、找差距，及时提出新思路、新办法、献计献策。

二）、积极营销，扩大中间业务。营销既是我行实现利润的重要手段，又是我行持续发展的需要。我们不但要维护现有的客户资源，还要加大挖掘潜在优质客户，积极主动开展工作，带领员工走出柜台，走进市场寻找新的客户源。对客户进行差别化管理，实行差异化营销，在营销中注意组合搭配，根据客户对银行的贡献度确定营销的方案，为客户进行理财产品、缴费一卡通、手机银行等优质产品的宣传，提高我行中间业务收入。

三、提升服务水平，树立我行良好形象。服务是立行之本，

我们只有坚持优质服务，提高服务质量，把优质服务贯穿于业务发展的全过程，才能持久赢得客户、赢得市场。想客户之所想，急客户之所急，使客户达到满意才是我们的宗旨。加强员工服务培训，提升服务水平，为我行树立良好的企业形象。

四）、强化管理、防范风险。强化员工管理，不断提高员工政治思想和业务技能水平，加强职业道德教育，严格工作纪律，转变工作作风，强化业务技能；正确认识、处理业务发展和风险防范的关系，把防范风险放在首位，不仅自身要执行规章制度，还要加强员工风险防范学习，不断提高风险防范意识，减少操作风险，保证各项业务健康稳定发展。

尊敬的各位行领导，如果承蒙厚爱，让我走上这个岗位，我愿在求真务实中认识自己，在积极进取中不断追求，在拼搏奉献中实现价值，在竞争中完善自己。我将不负众望，不遗余力地做好本职工作，为我行的发展奉献我的智慧和力量，为我行的发展做出更大、更多的贡献！谢谢大家！

银行网点副职竞聘演讲稿篇六

年末将近□xx支行在各级领导的监督和指挥下，顺利而紧张的完成了xx年度的安全工作，回顾一年的历程，艰辛和喜悦及收获，都是一言难尽的，但是警队各队员一直把严格要求自身素质，工作作风，思想作风，为安全工作理念。我仅代表xx卫队象各级领导做一下汇报。望各级领导多多提出宝贵建议以便警队在以后工作更上一层楼，管理制度更加完善，到位。

军事是整个警队的精神面貌的灵魂，好的军事素质才体现出警队的强大和安全保障，在此警队的军事训练严肃而有序，首先，先队员的入队培训，警队的理念是因材施教，因队员的军事素质不同，而作出相应的方案，从三大步伐到两拳一棍，为了使队员有一种上进的观念，采取定期考核，定期抽

查，定期评比队员在艰苦中训练在喜悦中进步，从不懂到到懂，从懂到精，成绩是显而易见的，虽苦忧甜，严格见效率近而为招行的安全保卫奠定了坚实的基础。

民主的管理，使队员之间的感情很融洽，把所有队员的优点和力量凝结在一起，促使了整个警队的业余文化活动的开展得很顺利，很和谐，整个警队的文化氛围也是积极向上的，文化活动的分配有爬山比赛，歌唱比赛，羽毛球比赛，警队报刊，警队娱乐，朗诵比赛，等等，方案主要从队员中取，队员自主选择，积极参加，在一系列的比赛中队员学会了团队力量的重要，了解到团队的强大需要每一个队员的齐心协力，即从中进步，又活跃了警队生活，丰富了队员的业余文化层次. 感受到了集体的重要性和集体的温暖。使每个队员懂的 " 招行是我家，和谐靠大家 " 。

没有天空也是一颗星，没有军营也是一个兵，良好的作风是一个警队发展的军魂，首先工作作风，队员文明值勤，礼貌待人，对领导恭敬，对客户语气柔和，客户的问题稳重而完整的回答，没有不耐烦和不乐意的表现，在领导和客户的双重监督指导下，一直进步，一直受到满意和赞赏，这点成绩是领导和客户的赞同，同样也鞭策着警队精益求精，不断完善。思想作风方面，要求队员发扬 " 雷锋精神 " 不断展开自身的思想调整，展开周会的交谈，总结一周的进步和不足，减少一周的失误和弥补一周的未到位之处，不断的展开自我批评，自我更新，自我总结，使队员明确工作目的，为下一步的保卫工作奠定好扎实的基础，双管齐下，为警队的美好发展铺上宽阔。

银行网点副职竞聘演讲稿篇七

带着青春的梦想，带着对未来的憧憬，带着满腔的热情，我迈入了xx农商村镇银行的大门，面对的是一种新的挑战。

短短几个月里，我觉得我是幸运的，现在的我褪去刚来时的

浮躁，留下更多是稳重与热情，没有了曾经的彷徨，追逐的是梦想和希望，放弃了好高骛远，信仰的刚是脚踏实地。

经过一段时间的临柜，我也曾有过抱怨，每日单调枯燥的存取款业务，我也曾感觉无聊，但行里前辈们的及时教诲和帮助，让我顿时明白了自己的肤浅无知，面对揽储我感到巨大的压力和迷惘，曾一度想要放弃，后经领导们的多次谈话和不离不弃的帮助，我才发觉生活中的压力才是动力，我相信我一定行，人最宝贵的是青春，当我老了回忆往事时，不会因虚度年华而悔恨，也不因年少无知而懊恼。

为了提高自己的业务和自身素质，适应日益变化的社会，我们白天忙碌正常对外各项业务，当夜幕降临时，别人都一家人围绕在电视机旁欢声笑语时，而我们则坐在电脑前学习各项业务，经过我们近一年来的努力，现我们迎来了四海来客，使他们都有宾至如归的感觉。

总是不断给自己充电，我认真学习与业务相关的各种书籍，查看资料，记笔记，写心得，把学到的知识用到工作中去。

时代在变，环境在变，银行的工作也时时是变化着，每天都有新的东西出现，新的情况发生，这都需要我们跟着形势而改变，学习新的知识，掌握新的技巧。适应周围环境的变化，提高自己的履岗能力，把自己培养成为一个业务全面的员工，我心里暗暗的为自己鼓励，要在竞争中站稳脚步，踏踏实实，目光不能只限于自身的小圈子，要放眼全局，着眼今后的发展，我也会向其他同志学习，取长补短，相互交流好的工作经验，一如既往要做好本职工作，时刻以“服务无止境，服务要创新，服务要持久”服务理念鞭策和完善自我，在领导和同事们的关心指导和帮助中提高自己，更加严格要求自己，将优质的服务工作落到实处。

让我们以澎湃的激情编织美好的未来，让我们以最真挚的热情去创造村行明日的辉煌，我坚信，村行的明天会越来越好，

越来越棒！

银行网点副职竞聘演讲稿篇八

稳定我行贷款，积极为企业富裕资金寻找出路，在争取以银行承兑汇票的签发弥补企业归还贷款对我行造成的损失的基础上，为企业制定全面、客观、可行的投资理财方案，引导企业资金流向，力争最大限度保证和谋求我行的经营利益。

继续密切关注企业经营及发展情况，及时向市分行汇报xx集团年金业务进展情况，全力配合市分行开展对xx集团企业年金业务的营销，力争企业年金业务年内在我行顺利办理。

xx集团的销售网络遍布全国，每年完成将近12亿元的化肥销售任务。因此，加快销售资金归行额和归行速度就成为我行公司存款工作的重中之重。明年，我支行将择时与集团公司有关负责人一道，对河南、河北、山东的19家大型销售分公司进行走访，疏通上述分公司的销货款归行渠道，从根本上解决我行资金归行问题，增加我行公司存款总量，降低筹资成本，提高经营利润。

继续组织相关专业人员就银团贷款业务进行专题学习和研究，完善业务管理流程和操作办法，同时加强与企业及参贷银行的信息沟通，建立完善的信息沟通机制和风险预警制度，切实防范和化解融资风险。

努力提高非信贷盈利资产的比重。按照风险可控、积极稳步的原则，积极培育客户融资需求。突出负债结构的调整，最大限度降低经营成本，提高资金效益。还要调整收益结构，大力发展中间业务，建立中间业务与资产业务、负债业务的联动效应，利用我行多样化的业务品种、优质高效的服务，加大对优质客户的营销力度，争取市场份额，提高经营效益。

加强岗位轮换工作，健全完善人员培训和岗位轮训机制，结

合全行股改的新形势新任务，探索更为灵活有效的教育和学习方式，富有成效地开展各项教育和学习培训活动，使全行员工的个人综合素质、思想状况得到明显改观，充分增强工作热情，提高工作积极性，推动全行各项经营管理和业务工作的更快更好发展，适应我行股份制改革形势下岗位的新要求。

从内控管理的“学、改、查、教”等四个方面为着手，讲方法，求实效，不断加大力度，深入开展各项内控管理工作和案件防范活动：一是“学”。狠抓对全行员工的内控管理学习活动。以上级行内控工作有关文件、领导讲话和会议精神以及规章制度、管理办法等为主要学习内容，每周开展一次小组学习，每半月进行一次集中学习，保证学习效果；二是“改”。进一步积极查找漏洞、分析原因、制订整改方案，认真落实整改；三是“查”。以内控机制建设情况和屡查屡存问题为重点，认真深入和严格地开展定期自查活动，使内控机制建设不断深入；四是“教”。强化内控管理工作员工教育活动，使员工不断树立正确的内控工作观念，形成到位的内控工作意识，从而深化内控文化建设。