

最新村委委员辞职报告(大全5篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

金融宣传工作年度总结篇一

(一)制定xx年金融机构借款投放考核办法，加快信贷投放步伐。

(二)继续做好引进银行的后续服务工作，争取再引入1家新的金融机构。

(三)利用鑫汇投资有限公司、赤峰金融办担保平台及鑫桥担保公司为小城镇建设、中小企业和农牧业产业化融资，力争实现融资超过5000万元。

(四)清理、整顿和规范我旗寄卖行及投资公司，引导寄卖行业及各类投资公司健康、有序发展，避免金融事件的发生。

(五)加强对保险公司、担保公司及微小金融机构的监管。

为完成xx年上述金融工作目标，我们主要采取以下工作措施：

一是制定《敖汉旗金融机构支持地方经济社会发展考核办法》，通过建立借款投放的正向激励机制，更好地促进全旗经济社会发展。

二是加强政银企合作，召开金融工作座谈会向金融机构推介重点项目，召开银企座谈会沟通信贷渠道。

三是加强信用体系建设改善金融生态环境，建立农民信用协会，组建应急互助基金，帮助金融机构解决信贷抵押物评估等方面的具体问题。

四是充分利用赤峰恒德、鸿德担保平台为中小企业、农牧业产业化借款。

金融宣传工作年度总结篇二

客户经理既是银行与客户关系的代表，又是银行对外业务的代表，不仅需要全面了解客户需求并向其营销产品与业务，还要协调和组织全行各有关部门及机构为客户提供全方位的金融服务，这就要求必须要有良好的职业道德与综合能力。在工作中始终树立客户第一的思想，把客户的事情当成自己的事来办，想客户之所想，急客户之所急。

1、要有高度的责任感、良好的职业道德和较强的敬业精神。具有较强的责任心和事业心，在兼顾银行利益的同时，满足客户的服务或要求。严守银行与客户的秘密。

2、应具备较高的业务素质和政策水平。熟悉和了解金融政策、法律知识、金融产品，通过在职岗位培训、轮岗培训、内部培训等方式，不断增强业务素质，以适应业务发展的需要。

3、要机智灵敏，善于分析和发现问题。有一定的营销技能与分析、筹划能力。

4、热情、开朗，有较强的攻关和协调能力。善于表达自己的观点和看法，与银行管理层和业务层保持良好的工作关系，团队协作精神强。

5、承受力强，具有较强地克服困难的勇气。能够做到吃千辛万苦，走千家万户。

作为一名客户经理，要有清醒的头脑，灵敏的嗅觉，及时捕捉各种经济信息，并不断分析、研究、及时发现问题，反馈信息，促进银行业务的健康发展。要注重研究与开发市场，通过网络、媒体等手段，了解国家产业、行业、产品政策、地方政府的经济发展动态，分析客户的营销环境，在把握客观环境的前提下，调查客户，了解客户的资金运作规律，及时确定营销计划，巩固银行的资金实力。及时了解各家商业银行与客户业务往来情况及在我行所占的比重；同时坚持以客户为中心，明确客户的现状及发展规划，客户在我行的业务数量、质量、收益、潜力、需求等情况，锁定目标客户，建立起良好的合作关系。

客户经理作为全权代表银行与客户联系的“大使”，应积极主动并经常地与客户保持联系，发现客户的需求，引导客户的需求，并及时给予满足，为客户提供“一站式”服务。对现有的客户，客户经理要与之保持经常的联系，而对潜在的客户，则要积极地去开发。开发的目的是营销产品，力争实现“双赢”。根据银行的经营原则、经营计划和对客户经理的工作要求，通过对市场的深入研究，提出自己的营销方向、工作目标和作业计划。首先要本着“银企双赢”的原则，计算好本行的投入产出账，也替客户算好账，为客户设计最合适的金融产品组合；其次是细分客户，确立目标市场和潜在客户，对客户进行各方面的分析与评价。时刻保持与客户的联系和调动客户的资源，利用有效的沟通手段和沟通策略保持与客户的关系，对客户进行富有成效的拜访与观察。第三，在与客户的交往中，客户经理要积极推销银行产品。善于发现客户的业务需求，有针对性地向客户主动建议和推荐适用的产品。如有需求及时向有关部门报告，积极探索为其开发专用产品的可能性。第四，加强风险管理，有效监测和控制客户风险。密切注意客户生产、经营、管理各个环节的变化情况和大额资金流动情况，无论出现什么问题都要与资产安全联系起来考虑，及时采取措施。按照规定建立健全客户档案和监测台账，及时、分析资料，实时监测客户信用情况；并认真做好贷后检查和日常检查，及时催收贷款利息和

本金;必要时积极参与企业管理，协助企业搞好生产经营管理和财务管理，尽最大限度减少资金损失。

思维决定行动，行动决定结果。客户经理必须具有较强的开拓创新意识，主要体现在客户市场的开拓及金融产品营销的开拓。优质服务体现在全新的客户服务理念、全方位的客户服务内容以及现代化的服务手段上。为使简单枯燥的服务工作变得丰富而多采，真正体现客户第一的观念。客户经理在接触客户的过程中，要牢记“客户的需求就是客户经理的工作”这一发展思路，勇于创新，创造性的开展工作，用真诚的心，把兄弟情、朋友义注入工作中，要为客户所想、知客户所愁，排客户所忧、做客户所需、情系客户心。用情去包容客户，用心去体谅客户，用爱去感动客户，用优质服务去发展客户。

针对不同客户，采取不同的工作方式，努力为客户提供最优质的金融服务。当客户过生日时收到我们送来的鲜花，一定會在惊喜中留下感动;如果客户烦恼时收到我们发来的短信趣言，也一定会把不快暂时抛到脑后，而抱以一丝谢意;而当客户不幸躺在病床，更因看到我们忙前忙后，楼上楼下奔跑的身影而感动……虽说事情都很平常、也很简单，但一定会赢得客户的支持与理解，促进彼此之间的感情。

我认为要做一名合格的客户经理，应以风险防范为中心，始终贯穿以客户为中心，创自身的品牌这一理念来培养我们的忠诚客户，树立信用社自己的形象，做出信用社自己品牌，从而最终实现我们的利润最大化。

1、我行一直提倡的“首问责任制”、“满时点服务”、“站立服务”、“三声服务”我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除

了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款□bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

4、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质客户推广使用网上银行业务。

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的刚性，提高约束力。

2、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理和上门服务。

3、进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

4、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

5、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

1、把好进人用人关。银行业听着很美，其实充满竞争和风险，所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工最大潜能来确定适合的`岗位，从而提高员工的积极性。

2、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将培训计划上报人事部门，准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。

3、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵，除了参加明年的技术比武更为了提高员工的业务水平。

4、勤做员工的思想工作，关心鼓励员工，强化员工的心理素质。

5、有计划、有目的地进行岗位轮换，培养每一个员工从单一的操作向混合多能转变。

金融宣传工作年度总结篇三

一年一度的“”期间已经成为消费者及社会各界关注的热点，为进一步提高消费者金融*意识，努力营造良好的消费环境，我局诚挚建议*人民银行xx市分行，利用邮政媒体的优势，开展金融消费者权益知识宣传，通过有奖答题卡回函形式，提高参与率，提高全市各银行的社会形象。

二、媒体介绍

1、媒体形式：双向普通型明信片：

2、媒体价格：3元/套

4、寄发名址：由每个银行提供，也可由xx邮政数据中心从相关数据中提供。

5、回函统计：统一回函至*人民银行xx市分行活动办公室。

6、奖项设置：本次活动共设计奖金万元（每套元），一等奖1名，奖价值4999元金融产品或物品；二等奖2名，奖价值1000元金融产品或物品；三等奖600名（中奖面1%），奖价值50元金融产品或物品。

三、媒体优势：

1、直击消费者：金融消费者权益宣传内容直达广大消费者，广告有效到达率高，避免了广告宣传费用的浪费。

2、宣传效果好：相对电视、广播等媒体，宣传时间一带而过，不能给金融消费者留下深刻印象，方便群众学习、吸收知识。

3、中奖率高：1%以上的中奖率，大大提高了金融消费者参与积极性，一、二等金额大，极具吸引力，三等奖覆盖面广，相信通过这一形式对金融消费环境起到一定的促进作用，提高全市银行社会公信力。

四、相关费用：每家银行出资万元（含奖励万元），分别领取万套宣传明信片，对各行的用户进行宣传。

五、邮政服务：方案策划、名址打印、实物投递、回函统计、开奖费用、奖品寄递、发票开具等。

六、效果预测：

（一）有助于提高消费者的法律知识和*意识。增强消费者的安全消费、和谐消费的观念，增强消费者的自我保护意识。

（二）创新宣传形式。通过邮政媒体直达目标消费者，同时结合摇号奖励形式给消费者实惠，提高活动的参与率与受益面。

（三）树立良好形象。开展宣传活动，从维护消费者权益入手，营造一个放心消费的市场环境，促进知情权、参与权的实现，进而提高消费者对各银行的满意度。

金融宣传工作年度总结篇四

职员职位工作计划1一、建立一支团、上进、稳定而又训练有素的销售队伍。公司的发展成长首先是要用销售业绩来说话的，而要实现更高的销售目标，销售人才是关键。也许有人认为，现在汽车行业很火爆，顾客主动找上门来，所以销售人员也只是走过场，因此对销售人员的素质没有太多要求。我要说这其实是个错误而危险的观点，我们应该站在高处看问题。现在市场竞争其实日益激烈，回望__及__上半年汽车市场一直不是很景气，消费者的购买行为渐趋理智，只有一流的销售人员才能准确有效将品牌价值、先进技术、品质服务甚至品牌的增值行为等传递给消费者，东风风行做为一个国内老字号品牌，它成熟的科技、高标准的品质、可靠的服务。这其中的东西绝不是一个普通人能表达出去的。所以我工作中的第一重点就是要建立一支既有凝聚力，又有杀伤力的销售团队，做成泰安汽车行业服务第一的团队。

1、人员的挑选我相信贵公司不乏一流的销售人才。

但是优胜劣汰，好的人才有更高的标准来衡量。我认为专业销售人才必备的五个基本素质缺一不可，那就是：正确的态度、专业的知识、销售技巧、自我约、履行职务。

2、人员的培训。

在这个信息社会，只有不断地用知识武装自己，才能在社会

上立于不败之地。我们的销售人员就要不断地吸取新的知识，掌握更多的信息。我们要制订好计划，定期进行专业培训。销售礼仪、产品知识、销售技巧、标准销售流程都是销售人员的必修课。在培训的方法上主要注意培训内容的系统性与连贯性，打造汽车销售的正规军。

3、建立激励机制，增加销售人员的动力。

具体操作例如将底薪+提成分解为底薪+提成+奖金，销售人员划分明确的级别(具体细节详细汇报)，这样做能促进员工积极性，提高工作效率，实现公司与员工的双赢。

二、规范展厅管理：

1、推行展厅5s管理(整理，整顿，清扫，清洁，修养)，打造规范化现代化展厅。

(具体细节制定计划)

2、人员规范要有详细周密的展厅值班计划分工明确，责任明确，逐渐养成良好习惯。

1、店面宣传。

包括店面里醒目的店招及平面宣传、销售人员与顾客面对面的口头宣传、印发广告资料、品牌店面标志的小礼品等等。

2、户外广告宣传。

建议在高速公路连接段或汽车城等位置至少有一个大型的、有震撼效果的东风风行的广告。

3、汽车展销。

包括每年泰安的重点车展，以及各乡镇县城巡展。风行一直是一个面向普通消费人群，定位于大众化的品牌，我们要让它更加深入人心。

(考虑到我们的市场定位及成本投入，广宣一定要节约成本花最小的成本起到最有效的效果不一定靠报纸□dm宣传，可充分利用店内现有资源进行有效的宣传)

4、让公司每位员工全员参与宣传，宣传店面及品牌，有意识的随时随地宣传，全员宣传，全员销售。

四、市场调查、分析与预测

1、知己知彼，百战不殆。

我们应对市场上我们每个车型的主要竞品做调查与分析。具体包括品牌、参数、价格、特点等，掌握这些对于我们有很大的帮助。(对竞品信息本人还有待详细了解)

2、本公司产品的卖点，消费群体及精准的市场定位。

3、对周边城市特别是同行4s店的价格、政策也应及时了解。

4、开发二级市场，充分发挥各个县城汽贸的作用，前期尽量让利于二级经销商，提高公司整体销量(具体细节制定详细计划)

五、完成销售目标。根据公司下达的销售任务，要做一个具体的布置。在时间与人员的安排都要落到实处。个人的力量是有限的，团队的力量是无穷尽的，带好团队就是提高销量，作为部门经理，要想作好本职工作，首先必须在思想上与公司保持高度的一致。我始终认为，只有认真执行公司章程，服从公司领导，才能排除一切干扰，战胜一切困难，干好管理工作。在工作中，我坚决贯彻执行公司领导的各项指示、

规定。时刻不放松学习，始终使自己的思想跟得上公司的发展。

职员职位工作计划2一、总体目标

通过去乡镇进行汽车销售巡展和发宣传单活动，一是扩大汽车销售市场，从城区扩展到乡镇，使乡镇具备购车能力的客户，可以在家门口买到称心满意的汽车，从而增加公司经济效益。二是扩大公司声誉，不仅使城区客户知道我们公司，也使乡镇客户知道我们公司，在扩大公司声誉的同时，提升公司经济效益。三切实提高自己与整个销售团队的服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，从而助推我们公司汽车销售业务平稳较快发展，为公司创造良好经济效益。

二、汽车销售巡展

去乡镇汽车销售巡展时间定为个月，即从月起至月止，做到每个乡镇开展一次汽车销售巡展，大的乡镇汽车销售巡展时间为7-10天，小的乡镇汽车销售巡展时间为3-5天。积极与当地政府和相关部门联系，确保汽车销售巡展顺利进行。在汽车销售巡展中，挂横幅、树彩旗，营造一定声势，吸引众多客户前来观看、洽谈、购买，突出我们公司“方便、快捷、优质”的经营服务理念，让广大乡镇客户对我们公司有更为直观的认识，真正把公司品牌驶入广大乡镇客户的心中。

三、发宣传单活动

在去乡镇汽车销售巡展中，要抓住一切场合和有利时机，开展发宣传单活动，把宣传单发放给广大乡镇客户，做到边发放边宣传。在发宣传单活动中，着重提高客户认知度，扩大我们公司的汽车消费群体，增强公司品牌影响力。同时树立优良服务意识，认真细致为客户做好全方位服务，积极向客户讲解汽车相关知识以及使用特点，使越来越多的客户了解

我们公司，愿意到我们公司购买汽车，成为我们公司的合作伙伴。

四、树立信心，排除万难，全面完成任务

当前国内汽车市场竞争激烈，充满机遇和挑战。去乡镇进行汽车销售巡展和发宣传单活动肯定会遇到许多困难，我要树立信心，坚决执行公司的各项工作决定与工作措施，想方设法，排除万难，争取完成汽车销售巡展和发宣传单活动任务，力争取得优异成绩。

五、加强团队建设，确保活动顺利

搞好汽车销售巡展和发宣传单活动，团队建设是根本。在实际工作中，我要牢固确立“以人为本”的管理理念，认真听取大家的意见与建议，充分调动每个人的工作积极性，做到全体人员同呼吸，共命运，团结一致，齐心协力，认真努力做好汽车销售巡展和发宣传单活动。在活动中，健全完善各项规章制度，加强管理，规范工作，强化措施，不出现以外事故，确保活动顺利开展，圆满完成，取得实际成效。

职员职位工作计划3一、指导思想

认真贯彻党的精神，以重要思想和科学发展观为指导，紧紧围绕金融改革、发展，深入开展金融法制教育，为维护全辖金融业发展创造良好的.法制环境。

二、目标要求

(一)通过普法学习宣传教育，培养广大干部职工树立权利义务对等的现代法制观信念，法律意识与法律素质进一步提高。

(二)领导干部、金融监管部门和其他金融执法部门工作人员依法监管、依法行政意识和水平有较大提高，能熟练掌握和

运用与本职工作相关的法律、法规和规章，逐步实现金融管理由注重行政手段向注重法律的规范化、程序化转变。

三、主要内容

金融宣传工作年度总结篇五

(一) 以多重监管保障美国金融消费者权益为基础的制度设计

从1968年到2011年，美国《多德-弗兰克华尔街改革及消费者保护法案》通过整合《诚实借贷法》、《社区再投资法》等金融法律法规中涉及金融消费者权益的权责，巩固了当前金融消费者的合法权利，将分散于联邦银行及贸易委员会的联邦消费者保护职能及相关金融监管权集中到独立的消保工作机构，即联邦金融消费者保护局。通过法律形式，严格禁止联邦政府和美联储干扰该机构履职，更不允许政府部门以行政立法变向划分其职权，以财务审计为途径制约其行^v力的肆意。

(二) 以行政手段强化保护加拿大金融消费者权益为基础的制度设计

加拿大金融监管以保守严苛闻名，2001年《加拿大金融消费者管理局法案》就已经开始不断整合金融消费者权益领域的权责，通过单一消保工作机构设置即加拿大金融消费者管理局(the financial consumer agency of canada[]简称 fcac)[]从严格金融监管的角度出发，统一加拿大联邦政策取向，将监管方式与行政制裁措施有机结合起来，以行政法规的形式具体落实，具有非常现实的操作性和有效性。

(三) 以教育规划增强英国消费者维权能力为基础的制度设计

早在2007年，英国财政部制定的金融教育预算就已经高

达1150 万英镑。之后更是逐年递增，现其金融服务局(简称fsa)用于该专项教育支出已超每年2 亿元人民币。从英国消保工作的机构设置变迁来看，2001 年到2004 年，从金融服务局(简称fsa)到消费者金融教育局(简称 cfef)[]在金融消费教育领域，英国各金融监管机构呈现越来越专业化、职能越来越明确化，金融消费教育工作的重要性亦越加凸显。

可见，立足以人为本、公众利益至上是开展金融消费权益保护工作的共识。从工作机制来看，各国的消保工作都建有完备的金融消费权益保护制度，其制度建立在存贷款、银行理财、信用报告等基本法律制度之内，其内容涵盖金融消费的公信度和透明度、明确消费者权利义务、防止消费者受到不公平待遇和歧视、保护金融消费者存取款自由等方面。从工作机构来看，各国均统一金融消费权益保护职能于专门机构，成立独立的单一消保工作机构，无论是强调多重监管、行政制裁，还是注重金融消费者教育工作，都离不开一个强有力的行政组织机构来承担金融消费权益保护职能。从工作规划来看，各国都在探索建立长期的全民金融消费教育规划，不断探索将金融消费教育纳入普通公民基本素质教育体系中，全面提升国民综合素质。

二、中外金融消费权益保护制度比较

(一) 监管框架比较

《消费者保护法》已然成为我国金融消费权益保护领域发展的基石，以人民银行法为核心的金融法律也成为了监管各金融分业的核心价值体现，而以征信业管理条例、个人存款账户实名制等金融法规为指引，基本建立了分行业的金融消费权益保护体系，人民银行、银监会[]^v^以及证监会作为主要的金融监管机构根据不同职权范围从各自监管角度和层次出发规范相应的金融消费行为。以银行业金融监管为例，人民银行与银监会的监管对象具有非常显著的同—性，即各类银行机构，但是两个监管机构的具体监管重心不同，人民银行

的监管重心建立于系统性金融风险的评估监测，而银监会则重点关注银行机构参与金融市场的具体经营行为，从而形成了不同层次不同角度的监管，有效保障了具体金融消费者和普遍金融消费者的合法权益，加强了保护力度。与之不同的是，域外发达国家在金融消费权益保护领域采取了打破分业治理的障碍，因域外发达国家金融监管发展的基础较好，对金融消费者的保护研究更深入，采取了加强对金融机构混业经营产生的监管盲区的管理，通过清扫盲区、整合职权、统一机构的方式，形成了单独承担消保工作职责的监管部门，以满足金融消费者日益增长的权利诉求。

(二) 职权职责比较

从职能范围来看，在我国金融分业监管的基本框架下，一行三会的基本职能并没有在金融消费权益保护领域内发生重大变革。根据各金融分业设立保护局的情况，各监管机构的职责范围仍然基本受限于原来的履职范畴。具体来说，银、证、保三个监管部门仍然只负责行业内的消费者投诉和教育，人民银行负责协调促进消费者保护工作和交叉性金融工具监管。在这样的监管格局下，金融消费权益保护工作的开展不可避免存在部分盲区和冲突地带，特别是人民银行与银监会的监管冲突最为突出。以信用卡协议的信息披露为例，人民银行依据《银行卡业务管理办法》从业务角度监管商业银行相关义务的履行情况，而银监会则依据《商业银行信用卡监督管理办法》同时对商业银行的信用卡业务进行监管，那么在金融消费者与金融机构之间产生信用卡纠纷后，金融消费者既可以向人民银行投诉，也可以向银监会投诉，导致监管重叠，推高发生冲突或推诿的风险，不利于金融消费者维权。而相比较，整合金融消费权益保护监管职能于单一机构，金融消费者在遭遇纠纷后，不会出现投诉机构不明的情况，更有利于解纷息诉。

从职能属性来看，消保工作的性质决定了金融消费者保护局的权力属性不同于一般性政府权力，多依赖于非强制手段的

行政措施。各国采取了通过立法形式将金融知识普及等核心消保工作任务分解到各社会组织完成，而单独成立以强制力为后盾的执法部门的管理模式。相反，我国金融消费权益保护部门多表现为既要承担监管职能，也要承担教育宣传职能，因两种职能履行途径的性质不同必然导致工作行政手段难以调剂。

(三) 教育规划比较