

# 2023年小学英语译林版教学反思与改进(通用5篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

## 金融销售工作计划和目标篇一

- 1、新客户营销力度较弱：新客户数量增长缓慢，深入营销意识不强
- 2、核心客户结构亟待优化：核心客户群体偏弱，优质大客户少，中小客户基础薄弱
- 3、国际业务发展不畅：我部客户群体类型单一，国际业务发展停滞不前

### 1□20xx年工作思路

20xx年，在分行的统一战略及业务指导下，保持我部机构客户及园区企业的稳定增长的同时，加强营销力度，争取进一步的增长；坚持不懈地做好渠道建设工作，从渠道中加快引进和发展拟上市企业、优秀民营企业、园区外资企业及私募股权基金等多种类型客户，做大做强客户群；坚持以优质产品为切入点，适度带动负债业务及收益的增长；牢固树立风险意识，规范管理，提高风险防范，加强授信客户的贷后管理工作；人员的引进是一项长期的工作，优秀的人才对于部门的发展与壮大也起关键的作用。

### 2□20xx工作重点及措施

1) 继续以稳存、增存为工作业务重点，努力抢占市场份额

稳固原有的政府企业类存款，通过有效信息渠道和优质化服务拉动存款增长；通过资源营销、产品营销、客户介绍客户等营销方式带动存款增长；积极和各政府部门保持良好关系，在适当时机介入存款业务，带来比较稳定的新增存款；优化存款结构，努力提升生产和贸易型企业存款比例。

2) 坚持企业有效开户为重点，坚实我部基础客户群体，坚实我部基础客户群体

通过招商、产业园、开发区等营销渠道，积极营销优质企业发扬不怕苦的精神，优化我部客户结构；坚持开户数量与质量并举，做到开一户动一户。通过公私联动，合理有效利用我行资源。把全方位的优质服务和产品推荐给企业。

4) 以我行特色产品为重点，多元化营销实现业务全面发展抓住“启赢100”、“活期化理财”等营销活动的契机，大力宣传和营销我行的品牌；大力推荐企业使用我行网银，做到装一户有效一户，扩大业务服务范围，提高我行结算量。

5) 坚持内部管理为重点，强化风险意识，推动团队建设向前发展

坚持部门员工业务培训和学习不放松，重点加强合规教育和风险防范教育；坚持员工的情感关怀，做到人性化管理。加强员工归属感和责任感，强化团队凝聚力和战斗力，打造一支业务精、营销强、内控严的优秀客户经理队伍；优化人员配置，争取在20xx年继续引进2-3名优秀客户经理，让部门每位员工都有一个良好的人生规划，达到自身价值的最大体现。

## 金融销售工作计划和目标篇二

在爆竹声声中，我们迎来了崭新的20xx年，对于刚成立不久

的.我们公司，这新的一年必须做好新年的每一项工作；而对于投资理财部来说，拟定一个好的工作计划，制定一个明确的目标，是每一个销售人员必须认真对待的事情。对于已从事销售工作两年多的我，现在对销售方法和技巧都已经比较成熟，吸取不成功的教训，吸纳成功的成果，对新的工作我也制定了20xx年的工作计划：

在自己手上已有的客户资源上深度挖掘，在完成公司拟定的20万目标的前提下，尽量大限度的超额，争取自己能早日转正。给公司带来效益的同时，也给自己带来更多的收益。同时，也不能够对开发新客户的工作有所忽视，每天的宣传工作仍然得认真对待。

学习是成功的第一要素，对于每个销售人员来说，在工作中不断学习，开拓视野，丰富知识，总结经验与不足，是丝毫不能懈怠个工作。只有在不断的总结与学习过程中，才能够使自己不断的成长。同时，加强金融行业其他行业知识的学习，包括银行、证券、保险、基金、期货、信托、私募等等，特别是自己证券、信托、私募等这些自己以前没有从事和接触过行业，加强其他行业知识及其理财产品的学习，深挖他们产品的特点，与我们产品进行对比，找出我们产品中的优缺点，做到知己知彼、百战不殆。当然，还需加强与同事之间的交流与学习，把自己以前的工作经验与同事们分享，同事虚心向身边同事请教，吸取他们的优点，改正自身的缺点与不足，达到整个团队的共同进步。

的拟定。

任何工作都是有目标的，没有的目标的工作就没有成功的基础。一个好的工作目标就是成功的开始，对于今年，现拟定工作目标如下：

1. 坚持每天出去发单，保证每天发单量达到100以上，能够和10个以上客户详谈，最少留下一个电话，保证大约有10万

左右的资金量。

2. 每周完成10个左右的意向客户，同时保证这10个客户中有一、两个客户能投资。同时要知道其他未来投资客户的原因，是资金最近不足，还是觉得我们公司原因，亦或家里人不同意，还有是有其他的投资渠道等等，对每一个客户的原因都认真分析，通过不同的方法处理，有些客户还是可以争取过来的。

3. 每月完成40个左右的意向客户，6个客户能够投资，20万的资金量。

4. 每季度130个左右的意向客户，18个客户能够投资，100万的资金量。

把握好每一次值班机会，对每一个上门客户做到认真对待，树立好公司形象，从内心了解客户的深切需要，仔细对待客户提出的建议和意见，客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。当然最重要的是争取能够将上门客户都转换为有效客户。同时，在空余时间在门口发dm单，争取能让过路客户能进公司来全面了解公司及公司产品。

时刻做好老客户的维护工作。包括日常关系维护以及节日生日祝福等，对老客户进行再挖掘，尽最大可能加大老客户的投资金额。用慧眼去发现老客户身边的资源，做好“一带十，十传百”的联动营销的效果，同时这也是对公司最好的宣传方法。

每天都要对工作有个简单的计划安排，不能漫无目的的工作。每天按照计划，一步一步，踏踏实实的开展销售。同时在下班前对每天工作做个小结，思考自己工作一天来的所得所失。分析这一天的优缺点，优点继续发扬，缺点尽量改正，让第

二天的工作能够更好的开展起来。坚持总结工作的习惯，做到每周一小结，每月一大结。看看有哪些工作上的失误，及时改正，下次不要再犯。

我知道销售工作一开始不好做，但是我想凭借我这么多年积累的销售经验和能力，我是能够迎来一个不错的未来的，我相信公司的明天一定有属于我的一片明媚天空！

## 金融销售工作计划和目标篇三

1. 新客户营销力度较弱：新客户数量增长缓慢，深入营销意识不强
2. 核心客户结构亟待优化：核心客户群体偏弱，优质大客户少，中小客户基础薄弱
3. 国际业务发展不畅：我部客户群体类型单一，国际业务发展停滞不前

### 1□20xx年工作思路

20xx年，在分行的统一战略及业务指导下，保持我部机构客户及园区企业的稳定增长的同时，加强营销力度，争取进一步的增长；坚持不懈地做好渠道建设工作，从渠道中加快引进和发展拟上市企业、优秀民营企业、园区外资企业及私募股权基金等多种类型客户，做大做强客户群；坚持以优质产品为切入点，适度带动负债业务及收益的增长；牢固树立风险意识，规范管理，提高风险防范，加强授信客户的贷后管理工作；人员的引进是一项长期的工作，优秀的人才对于部门的发展与壮大也起关键的作用。

### 2□20xx工作重点及措施

- 1) 继续以稳存、增存为工作业务重点，努力抢占市场份额

稳固原有的政府企业类存款，通过有效信息渠道和优质化服务拉动存款增长；通过资源营销、产品营销、客户介绍客户等营销方式带动存款增长；积极和各政府部门保持良好关系，在适当时机介入存款业务，带来比较稳定的新增存款；优化存款结构，努力提升生产和贸易型企业存款比例。

2) 坚持企业有效开户为重点，坚实我部基础客户群体，坚实我部基础客户群体

通过招商、产业园、开发区等营销渠道，积极营销优质企业发扬不怕苦的精神，优化我部客户结构；坚持开户数量与质量并举，做到开一户动一户。通过公私联动，合理有效利用我行资源。把全方位的优质服务和产品推荐给企业。

4) 以我行特色产品为重点，多元化营销实现业务全面发展抓住“启赢100”、“活期化理财”等营销活动的契机，大力宣传和营销我行的品牌；大力推荐企业使用我行网银，做到装一户有效一户，扩大业务服务范围，提高我行结算量。

5) 坚持内部管理为重点，强化风险意识，推动团队建设向前发展

坚持部门员工业务培训和学习不放松，重点加强合规教育和风险防范教育；坚持员工的情感关怀，做到人性化管理。加强员工归属感和责任感，强化团队凝聚力和战斗力，打造一支业务精、营销强、内控严的'优秀客户经理队伍；优化人员配置，争取在20xx年继续引进2-3名优秀客户经理，让部门每位员工都有一个良好的人生规划，达到自身价值的最大体现。

## 金融销售工作计划和目标篇四

工作计划网发布金融销售周工作计划范文，更多金融销售周工作计划范文相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的关于《金融销售周工作计划范文》文章，供大家学习参考！

## 一、工作目标

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。

## 二、工作思路

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。

## 三、工作内容和工作方法

### (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心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。

本学期第三次研讨中我们系关于市电大课题的布置工作开展,并通报了《联合学报》的发稿要求,在这次科研活动中,我们系部分老师拟申报了名为《新媒体环境下教学资源的'开放与共享'》的课题,更多集中了年轻老师的力量,进行课题、论文方面的实践和科研水平的提高。

## (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。

## 金融销售工作计划和目标篇五

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。

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。2019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。2019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。

## 金融销售工作计划和目标篇六

1. 新客户营销力度较弱：新客户数量增长缓慢，深入营销意识不强
2. 核心客户结构亟待优化：核心客户群体偏弱，优质大客户少，中小客户基础薄弱
3. 国际业务发展不畅：我部客户群体类型单一，国际业务发展停滞不前

2018年，在分行的统一战略及业务指导下，保持我部机构客户及园区企业的稳定增长的同时，加强营销力度，争取进一步的增长；坚持不懈地做好渠道建设工作，从渠道中加快引进和发展拟上市企业、优秀民营企业、园区外资企业及私募股权基金等多种类型客户，做大做强客户群；坚持以优质产品为切入点，适度带动负债业务及收益的增长；牢固树立风险意识，规范管理，提高风险防范，加强授信客户的贷后管理工作；人员的引进是一项长期的工作，优秀的人才对于部门的发展与壮大也起关键的作用。

- 1) 继续以稳存、增存为工作业务重点，努力抢占市场份额

稳固原有的政府企业类存款，通过有效信息渠道和优质化服务拉动存款增长；通过资源营销、产品营销、客户介绍客户等营销方式带动存款增长；积极和各政府部门保持良好关系，在

适当时机介入存款业务，带来比较稳定的新增存款；优化存款结构，努力提升生产和贸易型企业存款比例。

2) 坚持企业有效开户为重点，坚实我部基础客户群体，坚实我部基础客户群体

通过招商、产业园、开发区等营销渠道，积极营销优质企业发扬不怕苦的精神，优化我部客户结构；坚持开户数量与质量并举，做到开一户动一户。通过公私联动，合理有效利用我行资源。把全方位的优质服务和产品推荐给企业。

4) 以我行特色产品为重点，多元化营销实现业务全面发展抓住“启赢100”、“活期化理财”等营销活动的契机，大力宣传和营销我行的品牌；大力推荐企业使用我行网银，做到装一户有效一户，扩大业务服务范围，提高我行结算量。

5) 坚持内部管理为重点，强化风险意识，推动团队建设向前发展

坚持部门员工业务培训和学习不放松，重点加强合规教育和风险防范教育；坚持员工的情感关怀，做到人性化管理。加强员工归属感和责任感，强化团队凝聚力和战斗力，打造一支业务精、营销强、内控严的优秀客户经理队伍；优化人员配置，争取在2018年继续引进2-3名优秀客户经理，让部门每位员工都有一个良好的人生规划，达到自身价值的最大体现。

## **金融销售工作计划和目标篇七**

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。

## 金融销售工作计划和目标篇八

(一) 细分目标市场,大力开展多层次立体化的营销推广活动。



负责客户的部门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。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。2007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。

（二）加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

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。

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。

（四）抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养部门人才

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。

（五）强化流程管理，提高风险控制水平

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。