

最新银行存款营销工作总结 银行柜员营销工作计划(汇总5篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

银行存款营销工作总结篇一

用心服务，真诚服务，以自己积极的工作态度赢得顾客的信任。

是的，在_行员工中，柜员是直接面对客户的群体，柜台是展示农行形象的窗口，柜员的日常工作也许是繁忙而单调的，然而面对各类客户，柜员要熟练操作、热忱服务，日复一日，用点点滴滴的周到服务让客户真正体会到_行人的真诚，感受到在_行办业务的温馨，这样的工作就是不平凡的，我为自己的岗位而自豪!为此，我要求自己做到：一是掌握过硬的业务本领、时刻不放松业务学习；二是保持良好的职业操守，遵守国家的法律、法规；三是培养和谐的人际关系，与同事之间和睦相处；四是清醒的认识自我、胜不骄、败不馁。

在为客户服务的过程中，我始终坚持“想客户之所求，急客户之所需，排客户之所忧”，为客户提供全方位、周到、便捷、高效的服务，做到操作标准、服务规范、用语礼貌、举止得体，给客户留下了良好的印象，也赢得了客户的信任。实际办理业务时，在保证遵守我行各项规章制度的前提下，灵活掌握营销方式，为客户提供一定的方便，灵活、适度地

为客户提供个性化、快捷的服务。

完美源于认真。在做好柜面优质服务的基础上，我们想方设法为客户提供更加周到的服务。因为，没有挑剔的客户，只有不完美的服务。在日常工作中，我积极刻苦钻研新知识，新业务，理论结合实践，熟练掌握各项服务技能。我从点滴小事做起，在办理业务时，尽量做到快捷、准确、高效，让客户少等、少跑、少问，为客户提供及时、准时、定时、随时的服务。

青年时期是人生最宝贵的时光，因为踌躇满志，精力充沛，因为敢闯敢干，活力四射，因为有太多的梦想和希望!但在我看来，青年的宝贵还在包括不懈的追求与团队的融合，崇高的道德修养，以及坚强的意志，更要耐得住平凡，立足于平凡，淡泊名利，勇于奉献!今天，我们正把如火的青春献给平凡的_行岗位，_行正是在这青春的交替中，一步一步向前发展。在她清晰的年轮上，也将深深的烙下我们青春的印记。富兰克林有句名言：“推动你的事业，不要让你的事业来推动你”。今天我正是为推动我的事业而来，这源于我对人生价值的追求，对金融事业的一份热情。因为我知道作为一名成长中的青年，只有把个人理想与_行事业的发展有机结合起来，才能充分发挥自己的工作积极性、主动性和创造性，在开创银_行美好明天的过程中实现自身的人生价值。

一、工作态度方面

我自参加银行工作以来，一直在各方面严格要求自己，努力地提高自己，以便使自己更快地适应银行的工作环境。通过阅读大量的书籍资料，掌握银行各种业务操作流程，勇于发现问题，在不懂的问题上，虚心向各位前辈请教，学习他们的先进经验和知识，提高自身素质。领导交给的任务总是放在第一位，如基金销售，充分动用社会关系，很好地完成了行里的指标。

二、工作学习方面

在银行的这5个月里，前四个月是在营业部实习。银行属于服务行业，工作使我每天要面对众多的客户，在营业部充分的体现了这一点，为此，我常常提醒自己“善待别人，便是善待自己”。在这里学到了一部分银行基础业务，比如：人民币汇入汇出、外币rts同城交换、质押贷款等。让我充分的体会到银行的工作最重要的就是仔细。每一个帐号，每一个小数点对一笔业务起到了关键的作用。在营业部的实习对我以后的工作有很大帮助，打下了坚实的基础。

12月份来到了公司业务部，在领导的安排下，跟从了杨智师傅学习。在这短短的一个月里我学到了很多，认识到公司业务部在银行体系中的主导地位。杨师傅为了我以后能独立的完成工作任务，让我学习了公司法、担保法、票据法等一些法律知识，大体掌握了企业网上银行办理、企业贷款、客户信息采集等一些业务的操作流程，并使我能独立完成信贷工作最基础的业务——票据贴现。

营业部和公司业务部最不同的一点就是面对的客户不同，营业部面对的是个人，而公司业务部则是跟企业打交道。邹经理为了让我充分的认识到这一点，开阔眼界，了解更多的客户，早日上岗，带我走访了很多企业，如dpcm东北特钢、华锐重工、大连船舶燃料供应等。给我印象最深的就是企业领导人的素质都相当高，跟我想象中的完全不一样，这就给我们带来很大的挑战，为了能跟企业高层更好的交流就必须先提高自身的素质，掌握更多、更新、更全面的知识跟企业交流。我们是企业和银行之间的纽带，两者之间的信息交流是通过我们完成的，在平时的工作中了解企业的需求，研究企业的发展方向，掌握企业的资金流，把银行的业务一点点的渗透进企业，让企业了解银行提供的多方面服务，同时给银行带来更多的经济效益，使两者双赢。

新的一年我为自己制定了新的目标，那就是要加紧学习，

更好的充实自己，以饱满的精神状态来迎接新工作的挑战。面对严峻的挑战，加强学习的紧迫感和自觉性。今年会有更多的机会和竞争在等着我，我心里在暗暗的为自己鼓劲。要在竞争中站稳脚步。

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、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。

4、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。

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、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。

3、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。

4、切实履行对分理处的业务指导与检查。

5、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(确保我行开户单位的质量)和上门服务。

6、制定出财务人员工作计划，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。

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潜能来确定适合的岗位，从而提高员工的积极性。

2、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。

3、勤做员工的思想工作，关心鼓励员工，强化员工的心理素质。

4、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将员工培训工作计划上报人事部门，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。

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。

一、提高认识，明确目标，力求完成保底任务。将储蓄存款

的稳定持续增长作为日常工作来抓，紧紧围绕发展中高端客户的经营思路，努力拓展客户规模，优化客户结构，提高重点业务客户渗透率，促进个人客户资产稳定增长，在确保一季末储蓄存款余额的基础上做好稳存增存工作。

二、加大私人银行客户拓展力度，全面落实“一行一季一户”的工作要求。中高端客户竞争是我行确定的20__年四项重点工作之一，对此，要求各支行务必统一思想，高度重视，增强高端客户竞争发展的紧迫感、使命感。一是要认真落实高端客户发展规划，充分运用高端客户维护、拓展专项激励机制和政策，推进全行中高端客户快速发展。二是做好存量客户的服务与维护工作。目前，全行已基本完成存量私人银行客户的签约工作，要求各支行要加强与客户的沟通交流，充分了解客户需求，及时了解产品发行、客户活动等信息，同时还要加大私人银行专属产品配备力度，通过产品稳固客户，防止出现客户资产下降的情况。三是积极捕捉市场信息，抓好私人银行客户的规模扩张。以“煤炭资源整合、上市及拟上市企业高管、中小企业主和私营业主、第三方存管、房地产商”五大板块为重点，实施名单制管理和维护，加大高净值客户拓展力度。

三、全力维护和发展财富客户，努力完成全年目标任务。一是以全行开展的“大学习、大联动、大营销”活动为契机，持续快速推进优质企事业单位代发工资业务发展，带动财富客户数量和资产的增长。二是要深入挖掘存量潜力客户，确定发展目标，努力将其培育发展成我行财富客户和私人银行客户。三是加强前台柜员和客户经理的客户推荐对接工作，采用“对接对子”的方式，前台柜员发现的目标客户要及时有效地推荐给客户经理做营销和后续维护，确保客户资源不丢失，不外流。

四、发挥理财产品与储蓄存款的互动作用，实现二者同步协调发展。一是大力营销保本理财产品，将其作为理财产品重中之重进行全力营销，在增加理财产品余额的同时增加储蓄

存款余额，实现二者同步发展。二是要提前做好月末、季末和年末到期理财产品的衔接和存款转化工作。三是全力营销理财产品的同时，要积极挖转他行客户和他行资产，稳定本行储蓄存款余额，避免出现此增彼减的情况。

五、充分发挥营销团队的作用，做好客户分层维护工作。一是各支行行长、个金业务分管行长要亲自参与本行私人银行客户、财富客户的维护，定期联系和拜访客户。每季度组织一次有针对性的财富客户定向营销活动，每年组织一次较大规模的营销活动。二是各支行个人客户经理要做好中高端客户的日常维护工作。做好客户大额现金提娶预约服务、泊车、理财规划等方面的安排，确保服务质量；了解客户日常金融需求，与客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。三是建立个人高端客户维护的双线联系、分层维护机制。加强与市分行财富管理岗、私人银行部太原分部的联系，从不同层面上共同维护。

六、认真落实相关激励措施，加强监测通报管理，实行大额资金报告制度。各支行要落实市分行储蓄存款的相关激励措施并加强动态监测，尤其对高端客户、大额资金的流动要责成专人予以关注，行长、分管行长要亲自过问。营业网点柜面遇有大额资金向他行通兑情况，经办行要在办理业务前向开户行通报，开户行要积极进行客户关系维护，确保资金不外流。

银行存款营销工作总结篇二

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*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年下半年要努力实现新开对公结算账户*户，结算账户净增长*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、世界强、纳税前*名、进出口前强”等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。

银行存款营销工作总结篇三

一、活动主题：“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间□20xx年9月26日-10月31日。

三、活动目的：

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展；同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(vip服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

四、活动内容

活动主要包括以下内容：

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

1. “金秋营销.自助服务送好礼”

(1)活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值*元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2)凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值*元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2. “金秋营销.卡庆双节”

(1)活动期间申请卡免收当年年费。

(2)刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达*元(含)以上，赠送价值*元礼品；

刷卡消费达*元(含)以上，赠送价值*元礼品；

刷卡消费达*元(含)以上，赠送价值*元礼品；

刷卡消费达*元(含)以上，赠送价值*元礼品；

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费*元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3-4个大型商场、高档宾

馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

3. “金秋营销. 速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二) “金秋营销. 产品欢乐送” 网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销. 产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1. 营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。
2. 网点柜员统一佩戴工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。
3. 活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。
4. 积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。
5. 切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三) “金秋营销. 产品欢乐送” 社区活动。

1. 扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销.产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

(1) 积极拓展速汇通业务

9月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务；对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性；对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取异地代发工资等批量汇款业务。

银行存款营销工作总结篇四

1、确定研究目标

通过客户资料的收集、分析，找出大客户，实施对大客户的个性化管理，并对其服务进行跟踪，及时改进服务，保持他们的忠诚。

2、拓展信息来源

应建立多渠道的、便于大客户与银行沟通的信息来源，如销售中心、电话、呼叫中心、电子邮件、web站点、客户座谈会等。

3、大客户的信息收集

通过上述来源进行信息收集，包含的内容主要有：姓名、性

别、年龄、职业、住址、电话、电子邮件等客户个人信息。包括客户的还价能力、关注重点、习惯等购买历史信息。

4、大客户信息分析

对金额的分析让银行了解每个大客户在周期内投入本经销商产品或服务的花费，这一指标是所有指标的支柱。

1、具有先进经营理念

2、具有良好财务信誉

3、销售份额占大部份的客户。

4、能提供较高毛利的客户。

这些客户是我们要重点关注的对象，也同样是我们要集中精力要服务好的客户。在此我不得不提醒一下，大客户不是一成不变。今年是我们的大客户不代表明年还是我们的大客户，小的客户可以通过扶持让其变成我们的大客户。

另外，大客户对银行的销售额和利润的大小起着决定性的作用。根据美国营销学者赖克海德和萨瑟的理论，一个公司如果将其顾客流失率降低5%，利润就能增加25%至85%。也正如呆伯特法则（80/20法则）所说，20%的大客户为企业带来了80%的利润。所以，从这点来看，大客户已经成为银行、特别是中小银行维持生存和发展的命脉。“得大客户者，得天下”，已是不少银行的共识。

银行存款营销工作总结篇五

银行柜员营销心得篇一：

银行柜面营销的第一个注意事项是要发自内心的去为客户着

想，要想到在现在电子交易普及的情况下，客户为什么要来柜台，客户需要解决什么问题，将客户的主要问题快速、高效，令客户满意的解决完后，这时，开始自己的柜面营销较为合适。

第二、要善于总结。根据客户办理的不同业务，开展不同的柜面营销，最好是要有crm系统的支持，由系统筛选出对客户最有用的营销。例如：客户汇款，可能就是手机银行的营销点。

第三、营销话述要简短，客户来柜面，可能只是希望快速办理业务，要将不同的业务营销点进行精炼，争取在15秒内进行精准话述营销，最高的营销静界就是无痕，深入客户需求，打动客户。

第四、不要进行多产品营销，一次只需要营销一种产品，这样，可以给客户较明确的思考空间并且使其他客户的等待时间短，不会产生报怨，要知道，客户来一次庭堂，感觉好，就会再来，不要急功尽利，会适得其反。时间是最好的营销工具，要有耐心，客户在银行有一个业务，我们就会让他在我行有5~6个业务，成为忠实客户。

第五、要有团队精神。一个人的时间有限，专业有限，要判断客户谁服务可能更高效，要快速寻求帮助，客户的感觉会很好。

最后，服务的第一要旨是要客户满意，客户满意，生意就来，我当年做柜员时，客户都主动问我需不需要时点冲存款，没有任何代价，所以，心诚则灵。

银行柜员营销心得篇二：

柜员能否做到依规照章、高效快捷办理业务，为客户提供满意的服务，其在岗时心情的好坏至关重要。好的心情会让人

感觉一切都是美好的，一切都是可以理解的，会让你更智慧地处理临柜遇到的各类事情，更乐观地对待问题。带着快乐的心情临柜，你会与周围同事和来往顾客相处得更融洽，工作更有成效。

那么，怎样才能使自己拥有美的心境和愉悦的心情呢？

首先，学会欣赏自己。人的一生中，人人都有过这样的攀比与感伤，你羡慕我，我羡慕你，而唯独忘记了去羡慕你自己。其实，我们每一个人都可以设想一下，就是当你真的一切情况都很糟糕时，也不要像祥林嫂一样到处诉苦埋怨，那样你只能让别人看不起。想明白了，你能发现自己是最值得自己去羡慕的、夸奖的，哪怕比来比去你真的没有别人好，但是，要记住，金无足赤，人无完人，你要坚信你是最棒的，你是最富有的！多花时间品读一些有品味、有寓意的美文，美化自己的心境，使自己忘了每天大量的琐碎的烦心事，为自己心灵建立一个温馨的驿站，用鲜花编织芬芳的日子，用朝霞编织灿烂的日子…让心放逐，让心飞扬。多与挚友交谈，欣赏他的长处，真诚地赞美他的为人处事能力。悦纳他给你的赞赏，赞赏是有力量的。

其次，学会欣赏大自然。每天一上岗，就要面对着形形色色、性格各异的顾客，面临着莫名的嘲讽和误解的委屈，长期下去就会压抑自己的心情而影响正常工作。抽出时间走出喧杂的城市回归到大自然去，世间万物，各有灵性，到乡间湖畔，林中溪边观赏一些花草虫鱼，利用假期游览一下名山大川、江河湖海，使自己置身于祖国美丽的风景名胜区。为自己心灵搭建一间浪漫、温馨的小屋，用甘冽的山泉灌溉自己的心田，用春风涤荡自己的心胸，用飞鸟的歌声净化自己的心灵。到大自然中感受万物的灵气，陶冶自己的心灵。

再次，学会欣赏自己的工作环境。俗话说，远亲不如近邻。和谐的同事、顾客关系会提高你的威信，增强你的信心，提升你的工作积极性。要学着用积极的眼光看待一切人和事，

心里时刻想着领导、同事对你的好，顾客对你的赞扬，用欣赏的眼光看待他人的长处。调节和处理好人际关系，为人处事要有灵活性、敏感性、宽容心和幽默感等，创造和谐的工作环境和良好的生活氛围。积极、主动、热情成就自己美好的人生。如果遭人嫉恨，也很大度；被人算计，也很洒脱；要能做到以德报怨。记住：忍一时风平浪静，退一步海阔天空。你不是傻子，你拥有智慧的人生，你拥有光彩的人生！宽容是会受人尊敬的。

好的心情会使你有个性、有创造力和凝聚力，会拥有良好的人际关系，会在工作中如鱼得水，会密切与顾客的关系，会使你的工作提高效率，会让你的人生丰富多彩。因此，工作中的柜员，我想对你说：“每天带着快乐的心情上岗！”

银行柜员营销心得篇三：

作为一名普通的银行柜台员工，有幸被评为两节营销“营销明星”，万分感激。在长期的柜台服务与营销中，我有以下的几点心得体会供大家参考。

一、微笑

微笑，是自信的一种流露，是无声的语言，传递着友好的信息。柜台是银行的窗口，我们迎接客户时，微笑能拉近我们的距离，为我接下来的服务与营销创造了条件。

二、知识技能

有一句话说得好：人与人之间的差别其实就是学习能力的差别。由于个人素质、经验、训练程度的差异造成服务水平的高低，所以我们要通过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点和分析适用人群，向客户作个性化的推介，比如向中高端客户推介本外币通知存款、利得盈、信用卡等产品，向普通客户推介本外币一本通、借记卡、代理业务。掌握各项业务

的操作规程，提高自身分析和处理问题的能力，提高服务质量，增强客户的满意度和忠诚度，从而留住了客户，赢得客户的信任，为进一步营销打下基础。

三、换位思考，加强沟通

我们要树立“换位思维”的思想，从客户的角度出发，想客户之所想，急客户之所急，加强沟通。我们要做一个最佳听众，认真倾听客户的需求。从客户的角度出发，适时为客户提出符合客户利益的理财建议，这样才能与客户实现真正的沟通，为客户提供全方位的服务，让客户获得超出期望值的需求。

以上几点需要在平时的工作中日积月累，需要在平时的工作中训练及培养。因为现在的银行已向营销型转化，营销是一个过程，是我们日复一日工作的一个目标。我们柜员只有做好了以上几个环节后，才可以更好的做好服务客户的最后一步。

四、有的放矢，做好差异化营销

营销中的“二八法则”告诉我们：企业80%的利润是由20%的客户创造的，而80%的其他消费者只创造了20%的利润。如何挖掘优质客户、留住老客户、争取新客户是当务之急。银行有着得天独厚的优越性，它掌握着大量的客户资料，我们可以根据顾客的年龄、性别、职业、收入、文化程度等情况进行市场细分，根据不同顾客的不同需求，提供差异化的便利性服务和支持性服务以达到优质服务的无差异性。

对待高端客户或老客户时，如果你能主动的招呼客户，准确地称呼某先生或某小姐，表示对客户的熟悉，使客户有被重视的感觉，这时再顺势推销新产品，相信有事半功倍的效果。又如，对第一次接触银行的新客户，应主动热情介绍服务品种、方式，适时为客户理财当好参谋，准确快捷地做好每笔

业务，给客户留下良好印象。对异所大客户，可以向其介绍理财卡、信用卡、理财产品等，或问其是否住在我行附近，争取做好异所转存工作。当有人开户时，我们应积极介绍借记卡，在为其办理的过程中，适时推荐我行的电子产品，在推荐电子产品时应注意两点：第一，对于新开电子产品的客户，不要一开始只介绍产品的使用方法，因为他们不了解，办理时间有限，他们往往会拒绝。而要让他们对你所推荐的产品产生兴趣，比如上网购物、不用去移动厅交话费、淘宝网等等，给他办完了，再给他介绍怎样使用，或叫来大堂经理给他讲解。电子产品抓一个，办一个。但作为银行的生命线——存款，只能以人为主。我们只能以服务让每一位客户满意，持之以恒的服务好我们的客户，以我们的服务留住客户，已达到留住存款的目的。我们柜台人员还应学会从人群中分辨出那些是异所的优质客户，那些有可能是未来的优质客户。当然做到这些很难，因为无章可循，唯靠多年的工作，用心去发现，才有可能得到一些经验。

以上便是我作为一名柜台人员，通过多年的柜台工作，用心去寻找关于银行柜台营销的一些心得。