

支行长培训心得 支行行长培训心得体会 会(汇总8篇)

教学反思有助于我们发现教学中存在的问题，并找到解决问题的途径。在这里，为大家整理了一些精选的实习心得范文，希望能给大家提供一些参考和借鉴。

支行长培训心得篇一

两天的培训，短暂而充实，感悟颇深。即学习了孙博士强大的理论知识，又听取了兄弟分支行的实践经验。我深刻认识到作为基层管理者，应该进一步提高思想认识，不断加强学习，努力拓宽眼界，更新经营理念。

孙博士的授课有两点让我印象颇深，其一是管理者从主角到导演的转变，其二是火车跑的快要靠全员带。我充分反思了在日常经营管理中的欠缺和不足，在自己努力的同时要积极调动全员的积极性，增强团队意志，向管理要效益，以优质服务和精细化管理为目标，结合业务发展实际，强化员工思想教育和培训，促进支行服务品质、竞争力与经营业绩的持续提高。

十位支行行长的经验介绍，让我充分认识到了自己和优秀支行的差距，要走的路还太长，要学的东西也很多。作为一名年轻的基层干部，必须不断用知识武装自己，用实践丰富管理经验，努力提升自己的领导力和支行的执行力。守住风险合规底线，做好风险防控工作，保证支行各项业务持续健康发展。

刘泓行长的重要讲话充满了温情，鼓舞了基层员工的士气，“三个希望”为我们今后的工作指明了方向，更提供了不竭的动力。

最后要再次感谢总行领导为我们搭建了这个学习和交流的平台。感谢政治部精心细致的安排，让我们身在异乡的锦行人感到“家”一般的温暖。感谢兄弟分支行毫无保留的经验分享。我将以这次培训为契机，学以致用，坚决打赢三大战役，做好六项工作，为锦行发展贡献力量！

支行长培训心得篇二

大家好！

感谢组织能给我们这样一个平等竞争的机会和展现自我的舞台能自信地站在这个舞台上参加竞聘对组织来说是一个员工潜能的激发过程而对于我来说更是一次走近理想的自我突破。

今天我竞聘的岗位是洋县支行副支行长。

出身农民家庭经过无数次生活磨难的洗礼练就了我沉着内敛、乐观淡定、坚忍不拔的性格依靠自己的勤奋努力我以优异成绩考入陕西省邮电学校并于幸运地成为最后一批邮政a类员工组建了自己幸福的小家庭。参工以来我先后从事过邮政局邮政营业员、储汇营业员、分拣封发员、人事、秘书和邮储银行个金柜员、网点理财、网点管理、综合管理、业务管理员等工作在每一个岗位上我都兢兢业业地工作、每一个部门我都踏踏实实地做事为人谦和低调得到了诸多领导的信任和同事的支持一步一个脚印地走到今天综合业务部经理的岗位。和睦的家庭是我坚强的后盾将使我以更充沛的精力投入到工作之中争取更大的进步不管什么艰难困阻我都会继续冲锋向前。

我相信邮政金融业务的转型发展是每个员工不断学习充电、革新思维意识的过程。尽管我没有较高的起点学历但我从来没有因此而放松自己的学习进取。上学期间我便在咸阳市参加了西安电子科技大学《计算机及其应用》专业专科段自学

考试毕业后由于考试不方便仅剩一门“计算机接口技术”课没有在有效期内参加考试而未取得毕业证书但在此期间自己却积累了非常丰富的计算机软硬件基础知识我考取了“初级经济师”职称资格20至底参加了西工大网络教育学院信息管理与信息技术专业专科成人教育取得了毕业证书银行成立后我又积极报名考取了银行从业资格公共基础、个人理财、风险管理、个人信贷资格证书以及证券从业资格中证券基础知识和基金销售资格证书在个人金融业务理论方面也逐渐积累了一定的基础知识。良好的学习接受能力是我不断学习进取、实现自我的坚实基础而通过不断深入学习接触金融领域最前沿的知识技能成为一名不被银行业改革发展所淘汰的员工将是我一生的奋斗目标。我相信现代企业的经营发展就是努力发挥每个员工的主动性和创造性的过程。我始终以自己的努力奋斗来践行这一理念作为柜员的时候我总是团结同事竭诚服务广大客户在一些营销活动中积极贡献自己的力量作为邮政金融早期的理财工作者年我自学证券和金融知识积极策划组织3期基金理财讲座并坚持每晚为基金客户免费发送理财短信赢得了许多客户的尊重和信赖在其它商业银行代销基金品种齐全、渠道广阔、客户众多的情况下依然吸引了一大批有理财需求的客户销售量大幅超越了同业各家商业银行网点作为管理人员我深刻地认识到提高员工整体素质和团队战斗力的紧迫性自以来无论身处哪个岗位我都会自己准备课件材料强化员工培训教育工作先后组织过五笔字型输入法、常见的计算机软硬件维护□office办公组件应用技巧、公文写作、金融理财、业务知识等方面的培训近百次随着银行业务的不断拓展为了强化新业务推广效果我还先后自行设计了一套以淘宝绿卡、理财通、腾讯一点通等新业务为主题的宣传卡片要求营业员在窗口针对目标客户散发宣传其中淘宝、理财通卡片得到市分行综合业务部的肯定和全市的推广近期针对行员对大量的新业务培训产生的倦怠情绪我又制定了每期培训期末都进行测试强化培训效果的举措从信用卡金卡知识转培训测试成绩来看效果非常好。在今后的工作中我还会一如既往地加强新业务知识学习并不断地做好转培训工作增强员工业务技能努力提升客户服务价值。

支行长培训心得篇三

几天的学习，触动很大，有种“井底之蛙”和“被out”的危机感，更有“不跑步改变就是退步”的紧迫感。本次学习培训内容广泛，设置了《互联网金融风险与监管》、《大数据、云计算技术对银行业务模式的重塑》、《人工智能与精神创新》、《当前宏观经济形势与系统性金融风险》等一系列金融科技关联课程，请来高校教授、学者及金融专家为我们授课。从宏观经济新常态到互联网金融、科技创新与“万物互联”创新思维到无边界的“以人为本”、科技时代下的银行转型与战略思路到营销管理智慧、人工智能数据驱动的消费金融创新到大数据时代银行情报获取与金融风险防控等方面进行了详尽的讲解。自我感觉在理念思维上得到新的拓展和站位，对科技金融的认识、理解、与岗位工作的结合都有明显的触动。

通过此次培训我认识到科技金融和金融科技对抢占先机，拓宽公私客户拓展渠道的重要意义。农业银行要积极拥抱互联网和大数据，把握好互联网时代客户连接的本质，以金融科技为主线，加强同客户的平台化连接，优化客户体验，提升获客、活客和留客能力；要用好微信、公众号等营销新手段，通过粉丝经济效应，构建可持续发展的客户基础。

随着科技发展，银行由手工记账，到电脑记账，由单机版到数据二级分行集中，一级分行集中，总行集中的历程，到了如今的大数据平台，云计算。银行的客户群也由60、70、和80后到如今的90和00后的年轻一代，客户的服务也由单一服务到多品种多元化服务，因客户需求，应客户所需而定制各种产品，由单一的储蓄存款，到如今的各种理财、保险、基金、黄金等一系列升值的产品，不同的回报。也由柜台服务到自助服务，再到如今的互联网金融服务。一部手机便可以处理银行柜面90%的业务，这样翻天覆地的变革，就是如今的大数据时代，带给银行人和客户服务体验的转变和颠覆！

新常态与新科技已经对银行的可持续发展发出了时代之问，各个支行与网点应该是最敏感的单位，如何可持续？答案就是适应新常态、拥抱新技术、正确看待互联网金融趋势，改革创新传统金融方式，顺势而为，主动寻求传统金融体系发展“解药”，与互联网金融合作发展，创新金融管理模式、更新金融管理理念，以现有资源为基础，努力做到“人无我有，人有我优”。客户的期望值已从对产品的追求向体验至上转变，银行提供的产品和服务的重点，也将简单和标准化，转变为创造个性化的体验，作为银行人未来的分支机构的重要性将逐年下降，而电子渠道，尤其是移动渠道才是王道，就经营最前沿的一级支行而言，作为农业银行基层管理者，我要做的就是服从和执行新的发展理念，提高我行服务水平，而不是畏难和质疑。互联网金融的便捷性与大众性特点使得客户享受到了全新的体验，商业银行面临了大量的客户流失，因此我们应做到高度重视客户体验，优化客户体验，提升获客、活客和留客能力，打造出以客户为中心的经营模式。只有服务客户，抓住客户，拓展客户，构建可持续发展的客户基础，才能使农业银行“根本固而枝叶茂，源泉壮而流派长”。因此我们只能通过不断的学习，不断的改变自己，才能顺应未来的变革，未来的银行金融服务也才能赶上移动化浪潮，我们才能不被大数据时代的到来而淘汰出局！

支行长培训心得篇四

10月10日到14日，自己有幸参加了省行人力资源部组织的全省一级支行行长培训班，认真聆听了原总行张衢副行长所做的《宏观经济形势与工商银行战略报告》以及其结合自身几十年的管理经验告诉《我们如何做一名优秀的行长》，认真聆听了省行苏宗国副行长所做的《体制、机制、目标、人—支行定位及职责》的讲座以及省行人力、公司、机构、个金、信管、结算等相关专业老总所做的专题培训，仔细拜读了全省几个优秀的一级支行的经验交流材料。这次学习是充实的，也是让自己兴奋的，做为一名管理的新人，培训极大地开拓了视野、理清了管理头绪，明确了奋斗目标，也坚定了自己

继续高举创新与发展的旗帜，团结支行班子成员，带领全行员工，将铜川王益区支行这个传统意义的业务“盐碱地”带出沼泽，走向辉煌的信心和决心！

结合铜川王益区支行的实际情况，谈几点我们下一步的工作思路及努力方向：

一、 坚定信贷调整决心

经济资本的约束问题、总行坚定的信贷结构调整的决心、国内房地产市场潜在的系统性风险、大公司大多选择上市直接融资的趋势……这些必须面对的现实问题要求我们在信贷结构上必须避免继续走“贷大、贷长、贷集中”的传统老路子，公司信贷的行业方向上要积极关注文化、旅游、物流等行业的商业机会，信贷期限上应将工作重心放在五年以下的中短期品种上，客户大小上应坚持大中小均衡发展、要主动适应公司信贷投行化的趋势，从公司ipo上市前入手，要积极关注固定资产支持融资等信贷创新业务带来的商业机会(例如正大、百盛、正阳酒店、建材市场等潜在客户群体)。在个贷业务上，紧紧把握我行个人小额贷款试点行的有利条件，大力发展贷款期限短、银行收益率高、经济资本占用率低的个人小额贷款业务，积极尝试个人小额贷款业务的商户联保担保模式，将工作的重心放在个人小额贷款和房屋抵押贷款等非房贷品种上，同时稳健推进优质地产项目的个人住房按揭业务，用信贷业务引领我行各项业务的跨越式发展。

二、 坚定走业务创新之路

铜川王益区支行是传统意义上的业务小行，要想跟上总、省行重点县支行及系统先进一级支行的发展步伐，走传统发展的老路子，走机械模仿的笨路子，显然不行！要想跟上并超越总、省行重点县支行及系统先进一级支行，我们必须坚定走业务创新之路。我们要主动适应中国城市化的发展进程，积极关注城市中产阶级及富人群体的理财性金融需求，发挥自

身十几年的丰富金融投资经验及国际金融理财师的专业背景这一特长，依靠我们团结进取的班子和士气高涨的员工队伍，把握好社会财富均在寻找投资出路的良好契机，运用我行独创的基金、贵金属、理财产品市场支持短信及一对一理财服务，牢牢占据区域中高端客户市场，努力将我行打造为铜川中产阶级的财富管理银行。

我们将牢牢把握美元贬值、欧债危机带来的贵金属业务发展契机，大力发展贵金属销售、贵金属t+d、贵金属融资、贵金属租赁的贵金属业务板块；我们将积极把握资本市场的每一次投资机会，引导我们的客户以基金产品为工具分享资本市场溢价成果；我们将以工银商友俱乐部设立为切入点，以个人小额贷款、循环贷款、网贷通、卡贷通、商友卡、商友卡专属理财产品为抓手，积极抢占中小企业主及个人小老板这一优质客户群体；我们将以银-医一卡通产品为突破，进军医疗市场；我们将适时成立出国留学金融服务中心，将服务的触角伸向日益火爆的出国留学服务市场，同时积极争夺出国留学子女背后的铜川最富裕阶层的高端客户。

三、主动加强自身、班子及全体员工的培训与学习，积极适应改革与发展的需要。

日趋激烈的金融同业竞争压力以及工行愈加提速的业务创新步伐，对我自身、对我们班子成员、对我行的每一个员工均提出了新的工作挑战，今后的日子，我将主动加强自身专业知识和管理水平的提升、人脉关系的拓展、经营理念的转变；加强我们班子协作共事意识的提高，加强班子的团结，加强班子成员分管工作创新和发展的步伐；加强我们客户经理队伍专业知识的提高及人脉关系的拓展；加强我们非现金官员沟通和交流能力的提高，业务知识的学习；加强我们现金柜员业务技能的培训、服务意识的提高。让我们全员的综合素质能够适应甚至胜任我行跨越式发展的实际需要，从而从根本上提升我们铜川王益区支行的核心竞争力。

支行长培训心得篇五

盛夏七月，我有幸参加了总行组织的第六期支行行长班学习。时间虽短，但受益非浅。它让我开阔了视野，增长了知识，接受了一些新理念，新思维，教会我一些管理的办法和技巧，应用性强，收获很大。经过学习，达到了“四个提高”。一是思想认识的提高；二是对事物分析能力的提高；三是管理技巧的提高；四是理论知识的提高。

下面就学习上一些内容中的观点和问题，谈一下我个人的感想和看法：

一、对“因势而变”观点的思考20xx年7月22日，马行长作了题为“因势而变，加快发展”的讲话，揭开了总行第六期支行行长学习班的序幕。讲话结合了招行的发展战略。观点新颖，寓意深长。听了马行长的讲话，我深受鼓舞。作为一名基层行班子的成员，怎样才能顺应时代的潮流，做到因势而变。怎样变何时变变的范围如何等等，这些问题确实值得我们去思考。回顾招行的发展史，就是一本变化史，从“点点滴滴，造就非凡”到“走科技领先之路，创民族银行业精品”到现在的“力创股市蓝筹，打造百年招银”，每一次经营理念的改变，都是思想认识的一次提升，是目标市场方向的重大改动。我认为因势而变，关键在于变，要变得好，变得快，就必须做到一是全行要树立因势而变的理念，先有理念，才有行动。

作为基层行的领导，首先要有与时俱进的意识，要充当因势而变文化的传播者，执行者，让先进的理念深入人心。二是适应“变”的节奏，及时掌握“变”的技能。市场是瞬息万变的，而基层又站在市场的最前沿，掌握市场变化的第一信息。基层可以是“变”的推动者，及时向上级行建议推出贴近市场的新产品，由响应营销向创造营销迈进，引导需求。除此之外，作为基层的管理者，要灵活掌握“变”的技能，不仅要学会市场营销技能，更要学会内部营销方法，掌握管

理技巧，培养员工对市场的灵敏度，提高员工的满意和对银行的忠诚度。三是必须统一思想，“上下齐变”。要变得快，必须步调一致，目标明确。光是上变下不变，或是下变上不变，都会影响变的效果，增加因变所引起的成本。四是“变”必须遵守恰当原理，“变”是一个循序渐进的过程，不能急于求成。新产品的推陈出新，必须成熟一个，推出一个，避免一哄而上，废品一大堆。造成资源的极大浪费。五是“变”要有差异性。我们面对的市场千姿百态，因此，我们的产品也不能千篇一律，要做到因您而“变”，所以，我们要细分市场，要有所为，有所不为，才能选准目标市场差异的产品，用差异的服务，差异的手段来满足客户的最大需求。

二、对风险控制的认识。

业务发展与风险控制的冲突一直困扰着我们。为平衡两者的关系，我们一直在不断地思索，在探讨。经过这次培训，我对风险控制的含义有此文来源于考试吧了新的认识。作为银行，发展与风险控制两者必须兼得，缺一不可，单纯提倡发展，不加强风险管理，这个发展是一个不成熟，危险的发展。其实，发展是风险控制的基础，风险控制是为了更好地发展，是发展的保障。适度的风险控制还会加速业务的健康发展。但是，不适宜的风险控制是会阻碍业务发展的。能否实现业务发展与风险控制的基本统一，是我们做好市场的关键。德意志银行风险控制做法值得我们学习和借鉴。要使两者统一，首先风险文化是核心。

这种文化要被全体员工所认同。这样，防范风险才能变成他们的自觉行动，堵塞风险存在的盲点，弱点。其次是增强风险手段，建立风险量化体系。引入资本有效使用，把未来风险，隐性风险提前量化，调整到当前收入，提前消化损失。三是细分风险市场，运用技术科学的方法来识别，度量风险的大小，避免根据主观的判断，经验的推理，以教训来防止风险的模式。四是对风险含义的再认识。银行本身就是一个风险行业，风险无法避免，只能控制。风险并不可怕，银行

要生存，就要勇于承担风险，通过对风险的有效管理创造价值。

三、参观学习，相互交流的体会。

这次学习，为我们提供了两个不同层面相互交流学习的机会。一是向兄弟行学习的机会。我们班的学员来自全国各地1营业部、支行。通过交流，我们互通了信息，对兄弟行的做法有了一些了解。学到了不少先进经验。二是到香港参观学习，大开了眼界。这次香港之行，所见所闻，感触很深。香港的金融业确实有许多先进的理念和做法值得我们学习和借鉴。一是香港金融监管很到位，以法治理已相当成熟，监管已形成了制度化，法规化，监管手段十分有效。从而保证了香港金融业的稳定和繁荣，使香港长期保持亚洲金融中心的地位。二是恒生银行卓越此文来源于考试吧理财具有独特的风格。凡帐户拥有资产5以上的客户(包括存款和有价证券)都是恒生银行的卓越此文来源于考试吧理财的客户，这些客户从进门到办理业务结束，可以直接享受免费一站式服务，有专门的客户经理接待。对客户的管理，实行一年一评定办法。当你的帐户资产达不到5时，你再不能享受这种特别的服务，对帐户还要收费，这种分层次经营值得我们学习。三是花旗银行香港分行单证中心。这种对国际业务实行区域联动，单证集中处理的做法，可以提高单证处理速度，节约成本，专业性强。但对客户经理自身综合素质的提高有一定的局限性，四是香港同业资金清算，香港的清算方式与深圳类同，结算速度与深圳差不多。但是，同城的票据交换到帐时间比深圳慢。

二十多天时间转眼过去。我十分怀念这段时光，它带来了快乐，带来了友谊，给我留下了美好的回忆，以后有机会，我想再重返课堂。

支行长培训心得篇六

今年我参加了湖南省省行组织的二级支行行长培训班的学习

培训，通过学习使我受益匪浅。结合实际工作，下面，我谈一谈个人的`一点心得体会。

一、 团队建设的方式和意义。

团队要发展，就必须有团队精神和团队凝聚力。团队的领导者要有明确意识，帮助下属完成起步后各阶段的成长，让他们了解公司的产品，销售技巧和营销方案，制定目标，提高学习能力，创造环境，使团队在温馨的气氛中健康发展，因此加强团队的建设就显得十分重要。而且成都大势管理顾问公司在团队建设方面也开设了相关的课程，欢迎关注官网或微信。

1、 团队的组织结构

团队成员来自不同的行业，每个人都有不同的要求、动机和背景，与传统行业有本质的不同。这种“松散型”团队的领导位路是凭借实力和团队共同努力实现的，因此，位路是由市场决定的，没有限定，也不会因为你来晚了只能做销售员，不能做领导。一个优秀的领导人，可以培养出更多的优秀团队，一个优秀团队的出现，不是失去而是更大的获得，事业发展人气旺盛，形成良性循环。

2、 团队的领导方式

由于团队具有松散型特点，缺少强有力的组织制约，这就决定了领导人属于“非权力型”，与传统行业的权力型领导有本质的不同。

3、 团队的组织目标

在传统行业里，组织目标就是集体目标，不提倡个人的目标的实现。而团队的组织目标是通过所有个人目标的实现来完成，团队成员大多数是社会变革中最受影响的群体，每个人

带着强烈的愿望，渴望改变、渴望获得、渴望成功，因此，领导人要顾全团队大局，只有每个人的目标实现，才有团队目标的实现。

二、回归客户关系管理的本质——“关系”

事实上，个人情况等因素会很显著地影响顾客和企业的关系。前前后后的细节也许很零散，但是如果企业用心关注，完全可以通过这些细节来与客户建立更稳固的关系。当然，企业找到合适的、正确的数据。只要有一个客户关系管理预算资金，每一家企业都能收集和管理客户的购买数据，并计算相应的成本。不过要想有格外的优势，企业需要更牢靠的数据作为支持，才能最完整地了解到客户的需求和期待，才能明白企业如何才能对他们的生活起到积极的作用。这种对客户了解离不开仔细地搜寻、耐心地倾听，和对交易中的一些微妙细节的准确把握。现今的客户关系管理系统认可客户的多样性，而且客户与客户间并不是那么平等。但是，在成本和终身价值都较平稳的细分市场内，企业容易误入陷阱，只谋划如何产出，而不是谋划如何投入，即如何首先为客户创造价值。研究显示，人们与企业的关系是多种多样的。有些长久深远，有的短暂浅淡；有的有情感、社会性需求，有的则更实际。且客户关系可能积极，也可能消极。尽管企业和客户关系多样，但是大多企业都只关注其间的“忠诚度”。其实，相比仅仅只把眼光放在“忠诚的关系”上，根据客户关系的类型来制定、调整企业策略，能最好地贴合品牌的实际，反而更能有机会让企业更上一层楼。

三、内容营销：怎么说才是关键。

好的标准在于提供独一无二的价值，并确保你的内容令观众感兴趣、被吸引、被娱乐。听起来很容易，但是你会惊讶于有多少品牌在这一基本概念上犯了错误。

对于我来说，好的内容不会自吹自擂。品牌应该将自身定位

为专家。这是对的，但是谦逊和透明度同样也非常重要。要当一个领域内热衷于学习和分享的专家，而不是那种固步自封、只看得到自己成就的专家。

使用你的想象力，并着眼全局。从某种程度上来说，内容营销在于引领观念，但却并不仅止于此。它同样在于建立信任，并将你的品牌定位为领域内权威，发表独一无二且有价值的观点，而不是简单地对自己的成功夸夸其谈。这其中，分享广泛而有用的新闻是最首要的。

四、企业管理的隐性成本。

然而，在实际操作中，老客户有时是“看上去很美”事实上却很“难缠”。他们会利用企业对他们的重视和依赖来要求更多的价格优惠和服务项目，甚至控制交易谈判节奏。最终导致的结果，就是付出了更多的成本，却以较低的价格售出了同样的商品。再加上老客户往往由于熟悉商品销售情况而热衷于购买特价、促销商品，这样一来，虽然老客户的重复购买带来了销售额增长，但平均利润却低于新客户。另外，企业对于老客户的把握毕竟是有限的，一些“老客户”其实只是无意中走入你花园的小鸟，重复购买率低，而企业却要付出高昂的成本来维护此客户关系。

因而，在一个长期的考察期内，并没有确实的数据或模型证明，新老客户之间存在明显的比较优、劣势。的确，对某些行业而言，如会员制商店，老客户的确占据了主要的销售份额。

支行长培训心得篇七

20__年__月至__月间，我有幸参加了“__银行支行长综合能力提升培训班”的学习。为期三个月的课程，在讲师的引导下，我们获得了新的市场信息、宝贵经验和谆谆教诲，所

有的基层行长，互相交流，互相启发，在工作、学习、管理上相互交流优秀经验，激烈的思想碰撞产生的内心改变，激发了各自的工作激情，对总行未来的发展理念有了更加深刻的认识与体会。

平日繁冗的日常工作，让我常忙于埋头拉车，忘记了抬头看路。此次培训，让我从忙碌的节拍中调整步伐探求新道路，更加激发了我的工作激情，为日后的工作注入了一剂强心针。

“学而不思则罔，思而不学则殆”，学有所悟，我收获的更多是在思维、理念上的更新，懂得了更多的是营销的艺术以及为人处世的道理。我了解到作为一名支行长首先要确定自己在服务管理与营销管理中的角色、职责以及如何为客户提供优质的服务等。回顾这次学习之旅、启智之旅，我主要有以下几点心得体会：

讲师们形象生动、深入浅出的讲解，从方方面面帮助我们增长了见识，拓宽了眼界，令我获益良多。

一、持续学习、广泛学习、深入学习

如今银行客户的需求呈多元化的趋势愈演愈烈，唯有不断加强学习，才能满足和拓展客户需求。首先要学习国家的大政方针及经济金融政策，同时要学习相关法律法规，常怀敬畏之心，严守底线。其次要学新业务、新产品，只有自身先将业务产品烂熟于心，才能带动和指导员工营销客户，才能在激烈的市场竞争中游刃有余。最后要学习新思想，没有一种业务是亘古不变的，只有实时更新自身的思想，接收新鲜的理念，才能紧跟时代步伐，为银行业的发展创造更多机会。

二、防范风险、强化内控、风控至上

银行的主要风险依然是信用风险，而银行业风险的防范与控制，说到底还是人的因素，客户创造市场、客户创造价值，

要把以“客户为中心”的理念始终贯穿于工作始终。同时要跳出以往风控的理论框架，以懂业务、懂细节、懂管理作为风控的基础，熟悉各项政策法规及细节流程。跳出风控看风控，无信任不金融，金融的发展基础建立在“信任”之上，信任的门槛一直都在，银行只有通过服务的方式取得客户信任才有机会开展金融发展业务。而不论是怎样的风控，都绝不仅仅是技术层面的革新，目前__银行在风控的道路上依旧任重而道远。

三、志存高远、勇于担当、身先士卒

各位支行行长们是__银行未来发展的新支点和新的撬动力量，只有我们转型成功，我们带动所在网点的每一位员工转型成功，星星之火才能成燎原之势。培训讲师们虽然讲的是业务和产品，但是在其背后，无一不是在描绘我们__银行的未来战略，体现着市场竞争中强者们的自信力与危机感。这种自上而下的空前自信力和巨大的危机感，正要求着我们志存高远，在更加广阔的舞台中勤学、勤思、勤实践，培养发展眼光、强化未来意识、增强全局观念、提升战略思维、力争在未来大有可为、大有作为。

通过六天的培训和座谈交流，我们在团队管理、公司业务、战略业务、合规管理等一系列课程中得到的新的市场信息、宝贵经验和谆谆教诲，我们所有的基层行长互相融合，互相交流，互相启发，在工作、学习、管理上相互交流优秀经验，激烈的思想碰撞产生的内心改变，激发了各自的工作激情，对总行创新转型的理念有了更加深刻的认识与体会。

在培训的业余时间，各位学员自发组织前往人大、北大、清华等高等学府参观学习。还曾在深夜集体骑行两小时赴天安门广场参加振奋人心的升旗仪式。不仅陶冶了情操，带给了我们心灵上的触动，还磨炼了我们的意志，将艰苦奋斗的良好作风内化于心、外化于行。让我感受到了由内而外的精神洗礼，让我对未来的工作充满了信心、充满了干劲。

最后，依然要再次感谢总行对此次研修活动的周密安排。我作为一名学员，从方方面面都感受到了总行的关心与温暖。此次研修我与__银行大集体一起收获了太多太多，坚定了共同的责任与使命，将为__银行的下一个二十年再创辉煌！

支行长培训心得篇八

通过参加此次支行长培训学习，学习了作为支行长应当全面掌握的各个方面，特别是马洪宁行长在研修班上提出的“四个中心”的战略规划。这次的研修班不能苛求在管理能力，知识水平有很在提高，但通过学有所悟，我收获的更多是在思维，理念上的更新，懂得了更多的是领导沟通艺术，以及为人处事的道理，对我今后的工作生活都产生积极的影响。通过学习使我进一步认识到作为二级支行以利润为中心的关键点，深刻认识到依法合规经营是现代商业银行经营管理的基本原则，也是坚持正确的经营方向的保证，支行应该成为客户中心的意义和如何将支行成为一个培养人才的地方。因此，在经营管理工作中，我个人总结出以下几点。

以客户为本，抓好客户建设。

银行是服务性行业，客户是我们的衣食父母，是经营利润的来源，决定银行的发展。支行的一切工作都是围绕客户展开的，良好的客户基础能促进支行快速发展，取得市场竞争中的优势。支行要发展必须以客户为本，抓好客户建设，夯实客户基础。支行行长应把客户建设作为头等大事抓，要求全行不断提高优质文明服务水平，满足客户的服务要求；与客户加强沟通，了解客户的需求，提供量身定做的优质金融服务，巩固客户关系。同时，还要强化客户营销，有计划有针对性组织营销团队拼抢潜在客户资源，用优质服务留住客户，不断扩大客户基础，促进支行快速发展。

完善各项制度措施。

激励机制是确保支行发展的关键一环，员工可以不计较短时间的个人得失，但如果激励机制缺位，时间一长，员工的工作热情就会消失殆尽，消极应对工作，影响支行的发展。完善的激励机制是激发员工工作热情，提升员工执行力的重要要素。支行行长应根据员工在不同阶段、不同部门、不同岗位，实施不同的激励政策，采用不同的激励手段、方法和技巧。实行岗位职责与薪酬挂钩考核，完善绩效考核和评价办法，建立健全分类分级考核制度，有针对性地制定考核内容、考核标准和考核办法，激发员工的工作热情和工作动力。通过激励措施充分调动员工的积极性，让员工主动工作，用心工作，而不是被迫工作，在全行形成积极工作的氛围，支行的市场竞争力也就提高了。

牢固树立合规经营的意识，防范和化解风险。

银行是高风险行业，严格严厉的管理，是银行安全运行、健康发展的强大保障。支行行长应牢固树立合规经营的意识，懂管理、会管理、善管理、敢管理，切实加强内部管理，防范控制风险，确保有效发展。一方面要自觉遵守国家法律法规和商业银行的各项规章制度，严格按章办事、规范从业；坚决维护规章制度的权威，保证规章制度的落实。另一方面要带头揭露和批评违法乱纪行为，同一切违法乱纪行为作斗争。在具体工作中，重点抓好风险防控，完善风险管理与内控体系建设，切切实实抓好防范风险工作的每一个环节，保证支行安全运营。同时，要不断对员工加强依法合规教育，使全体员工养成遵章守纪、合规操作的好习惯、好氛围，有效防范和化解风险。

以人为本，抓好建设。

以团队精神“凝聚人”，在支行形成心往一处想，力往一处使的团队合作氛围。

通过此次培训活动，使我找到了自我正确的价值取向与是非

标准，找准了工作立足点，增强了合规办理和合规经营意识，进一步了解供应链金融的管理工作有着很好的帮助，也增强了维护邮政储蓄银行利益的责任心和使命感，真心希望此后还有更多这样的学习机会。