# 2024年金融销售工作计划 金融销售工作计划(七篇)

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2024-07-23

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！什么样的计划才是有效的呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。金融销售工作计划 金融销售工作计划篇一...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！什么样的计划才是有效的呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**金融销售工作计划 金融销售工作计划篇一**

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.8万元以上代理费(每月不低于1.2万元代理费)。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的\"十一中秋\"双节，带来的无限商机,给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《广东省着名商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《广东省着名商标》，承办费用达7.5万元以上。做驰名商标与着名商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到面，代理费用每月至少达1万元以上。

二、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

三、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

**金融销售工作计划 金融销售工作计划篇二**

金融分析协会以“培养大学生兴趣爱好，普及现代金融知识，营造校园理财文化提高大学生综合素质”为宗旨;以“善用金融，理财有道”为口号。本协会应以团结进取，求实创新.与时俱进的精神，努力提高会员的综合素质，逐步扩大规模和影响，让会员在这里学到知识，扩展视野为目标开展各项活动;普及金融理财知识，通过学习和交流，既能提高会员的综合能力，又能达到共同进步的目的。协会加强基础训练，培养和提高会员的多种能力，参加携手“求知，求实，求友，求进”;立足于校内，走向校外，共同营造一个大学生的第二课堂。

学习方面

方式：通过指导老师与协会成员在课外时间，开展以课堂形式的交流与讨论。

时间：每月一次以上。

地点：学校多媒体教室

方式：邀请校外金融方面专家与协会成员们进行对当前金融形势的交流与讲解。时间：每一个学期至少一次以上。地点：学校多媒体教室。

方式：播放有关金融方面的视频，令大家更加了解当今的世界金融实情。

时间：每个月一次以上

地点：学校多媒体教室

方式：邀请老师或者已经考过金融方面证书的同学与协会会员们一齐交流心得，讲解内容。

时间：待定

活动方面

“xx杯”校园模拟炒股大赛

一、活动时间：待定

二、活动地点：xx文理职业学院

三、主办单位：由校社团联合会主办、金融分析协会承办

四、参赛单位和个人：待定。

五、活动目的：弘扬理财文化，丰富大学生课余文化生活及培养大学生自主模拟理财能力，引导理性消费。

六、赞助单位：联系支持该活动的单位，以该单位冠名“xx杯”

七、报名须知：有一定金融基础知识，对金融行业有较高的兴趣等

八、活动大体进行时间，现场具体安排待定。

**金融销售工作计划 金融销售工作计划篇三**

一、熟悉公司得规章制度和基本业务工作。

作为一位新员工，本人通过对此业务得接触，使我对公司得业务有了，更好地了解，但距离还差得很远。这对于业务员来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门得计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作;通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新得盘源和了，解镇区工业厂房情况;通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大得客户群体。

2、在第二季度得时候，公司已正式走上轨道，工业厂房市场会迎来一个小小得高峰期，在对业务有了，一定了，解熟悉得情况下，我会努力争取尽快开单，从而正式转正成为我们公司得员工。并与朱、郭两经理一起培训新加入得员工，让厂房部早日成长起来。

3、第三季度得“十一”“中秋”双节，市场会给后半年带来一个良好得开端。并且随着我公司铺设数量得增加，一些规模较大得客户就可以逐步渗入进来了，为年底得厂房市场大战做好充分得准备。此时我会伙同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、年底得工作是一年当中得顶峰时期，加之我们一年得厂房推界、客户推广，我相信是我们厂房部最热火朝天得时间。我们部门会充分得根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部得工作思路。争取把厂房工作业绩做到最大化!

二、制订学习计划。

做房地产市场中介是需要根据市场不停得变化局面，不断调整经营思路得工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进得步伐和业务方面得生命力。我会适时得根据需要调整我得学习方向来补充新得能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房得知识都是我要掌握得内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

三、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大得能力减轻领导得压力。

以上，是我对\_\_\_\_年年得一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑得快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导得正确引导和帮助。展望20\_\_\_\_年，我会更加努力、认真负责得去对待每一个业务，也力争赢得机会去寻求更多得客户，争取更多得单，完善厂房部门得工作。相信自己会完成新得任务，能迎接新得挑战。

**金融销售工作计划 金融销售工作计划篇四**

在未来的3年中，首先20xx年公司刚刚起步，是公司制定整体发展方向的一年，20xx年要以公司稳定发展为基础，在天津范围内展开大面积的宣传活动，为后两年的工作打好基础。未来3到5年中，我部门会通过各种营销渠道，以天津市为中心，并不断向周边城市开展业务，现制定未来3年的销售目标如下。

20xx年入金量1200万元人民币。

20xx年入金量1500万元人民币。

20xx年入金量20xx万元人民币。

预计每年入金量以25%-30%左右的速度增长。

(一)目标市场

首先，我们将目标市场的定位定在对投资有兴趣的人，或者已经有过各类投资经验的人。其次，一定是要有一定经济实力的人，在投资市场中，承担不起风险的人也是赚不到钱的。所以我们的目标市场就是定位在高端市场，在公司的起步阶段，以有限的人力去开发，维护优质客户，以保证公司的初期运营情况。目标客户：能承担一定风险，并对市场比较了解的投资者。已有过投资经验的人为优先选择，例如股票，期货，基金的投资者等。

(二)营销计划

营销计划分三个阶段完成，最终的目标是要在天津市场站稳脚跟，并不断向周边的城市进行扩散，逐步完成销售目标。

(1)长期计划：在未来的3-5年中，在金融业内创出公司的品牌，在天津市地区做成业内的龙头企业。

(2)中期计划：在未来1-3年中，不断补充人力资源，从一个部门扩充到3个部门，每个部门10-15人，销售额翻番。

(3)短期计划：完成20xx年的销售目标。

为了完成制定的销售目标，我部门会采取多元化的销售策略，充分发挥每一位员工的自身优势，除了部门统一安排工作以外，根据每个员工的偏好进行侧重培养。

(1)业务策略

a)电话营销策略：通过个人渠道取得高端客户的电话号码，让员工进行电话营销工作。

b)陌生拜访策略：在高档社区，或者商业中心进行问卷调差，收集准客户的信息。

c) 网络销售策略：培训员工进行网络销售，根据个人特长，爱好加入不同的群，逐步进行网络营销。

d)缘故发展策略：让每一个员工把工作当成一份事业，让他们跟所有认识的人进行分享，让更多的人了解现货黄金这个行业。

e)合作商、合作社区策略：不断发展高档社区和各种商业单位作为合作方，在社区内举办产品说明会，以社区为中心逐步扩大公司的影响力以及品牌效应。

f)发展合作伙伴策略：发展每一个认识的人作为业务员的合作伙伴。(猎鹰计划)

(2)广告宣传策略

公共媒体宣传策略：增加在公共媒体的宣传力度，增加企业的知名度，媒体的种类很多，包括报纸、杂志、电视、广播、传单、户外广告等。

(四)部门构成

(一)人员组成

市场部一个部门的员工计划稳定在15名左右，外出进行陌生开发客户，或者在社区进行说明会的时候，分为5名一个小组，具体的组成情况入下表所示。

(二)部门未来发展趋势

计划在未来的每一年中补充一个15人左右的部门，不断扩大公司的销售部规模，以完成年度销售目标为己任。不断为公司实现利润额的大幅增长而努力，带领部门员工将公司打造成金融业内的龙头企业。

**金融销售工作计划 金融销售工作计划篇五**

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、相互唿应、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“干元”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。

21.固化100家理财中心vip窗口柜员配置规范的基础上，向全辖网点理财中心覆盖推广，进一步解决理财中心空心化问题。

22.强化客户分层服务，加强理财中心客户引导分流，进一步提升理财中心客户服务功效。

23.在二级分行层面抓好经营客户系列提升措施、规定动作和个性动作的实施落实;创新内容和形式，持续执行个人客户例会制度。

24.在持续开展标准化理财中心创建的基础上，着力实施创建精品理财中心活动，以点带面，形成理财中心成长发展的良好梯队。

25.持续做好客户经理三大工具的运用推广，优化客户经理营销作业考评系统，与产品推广紧密结合，提高系统工具的使用效能。设计“理财规划与客户资产配置分析工具”，为客户经理进行产品销售和客户维护提供强有力的支持。

26.持续常态推进临界区间客户拓展上移活动和客户四个必备金融工具的营销推广，提升产品覆盖度和联动营销能力，强化客户联系和产品推荐。

27.将客户信息质量维护作为一项基础性工作，持续抓好分阶段客户信息质量提升。

28.全力实施客户经理营销能力素质提升打造项目。

29.开发系统平台，对个人客户经理基础信息和日常维护

实施系统化、工具化管理;在客户经理营销作业考评系统中搭建客户积分管理系统，按客户忠诚度和产品覆盖情况对客户进行分层和差别化服务。

30.组织全行个人客户经理专业技能考试，强化个人客户经理经营和管理水平

31.举办个人客户经理销售pk赛，增强个人客户经理实战能力

32.举办各类专题培训班，全面做好一线员工培训工作

33.抓好基金销售从业人员培训及考试工作。

34.加大个人黄金业务从业人员培训力度，研究通过外部权威机构考试认证方式。

35.做好保险从业资格考试工作，提高保险从业资格持证人员数量。

(三)加强渠道建设 提升服务水平

36.持续调整网点布局结构，在20xx-20xx年布局规划指导下，结合西部大开发与十二五规划发展战略，适当增设我行在发达地区(包括县域)的营业网点。

37.持续推进网点购置、装修建设，加强中心城市行和重点区域的资源配置，切实提高中心城市行的网点自有率水平，使中心城市行网点自有率提高5-10个百分点;重点调整低产网点和5年以上未标准化装修网点;继续优化营业网点视觉形象标准，符合总行vi标准网点比例达到98%以上;结合我行二代转型及打造100家标准化理财中心战略继续支持个人理财中心的优化改造工作;在赤峰建设1家保管箱业务项目;继续加大离行自助银行选址规划建设，使离行自助银行成为物理网点的有效补充。

38.全面提升渠道建设管理水平，落实集约化管理，制定全行网点建设工作流程和考核机制，进一步强化和完善网点建设责任机制。

39.试点推广网点建设后续跟踪评价工作，完善网点后评价体系，建立网点配置模型、网点选址模型，完善两大渠道建设管理模式，加大网点建设情况检查督导力度;总结分析资本性支出对网点销售的支持提高程度。

40.进一步完善自助业务运营管理体制，深入推进自助设备集中专业化管理步伐，力争年底实现全行自助设备的集中管理工作，打造一支专业化和高效化的自助设备管理队伍。

41.进一步强化自助业务基础管理，继续加大自助设备“剁尾巴”考核力度;加大宣传，提高设备分流率;积极拓展自助渠道的交易功能;进一步精细对设备服务厂商的管理和考核，切实提高设备运行和服务质量。

42.继续加大自助设备的经营管理考评力度。要突出对重点行、重点地区的政策倾斜。打造\*\*\*\*的第一梯队，提高上述行的经营管理水平，使其在设备规模、运营指标、设备收入贡献、柜面替代率水平上切实起到引领全区的作用。在此基础上，带动以唿伦贝尔、赤峰、通辽、锡盟、乌海为代表的第二梯队加快发展，有效提高设备交易量和收入贡献度。帐务性替代率要达到60%以上，同时要重点提高附行式设备的替代业务能力。

43.突出抓好离行式自助银行的建设。将自助渠道的建设放在与网点同等重要的程度来建设。力争在未来三年内实现自助银行与网点数量比达到3：1。

44.调整设备布局结构，力争实现全行每个网点配备存款功能设备;严格控制低产、低效设备的产生。力争将低产设备控制在5%以内。

45.继续做好自助业务风险的防控工作。进一步规范自助业务操作流程;提高自助业务自查、抽查及普查工作质量，教育员工识别和自觉规避业务风险，提高自助业务风险防范能力和履岗能力。

46.利用行内外资源，采取多种渠道和方式来加强自助业务知识培训。

47.通过持续开展星级网点管理，固化和提升网点转型效果。拟在原有五星级、四星级、三星级网点的基础上，把星级向下延伸，增加二星级网点的评选。

48.整体提升全行网点服务质量，重点体现网点服务的稳定性和服务的固化。

49.从破难点和顽疾点入手，贯穿全年开展“抓服务、固成果、上水平”服务提升攻坚活动，循序渐进，实现网点服务水平的有序提升。

50.按照每季度两次的频率对所有营业网点开展神秘人检查。

51.打造理财中心服务标准，提高理财中心服务质量，打造建设银行理财中心服务品牌。

52.完善网点服务考核机制，强化网点的服务考核，在规范统一服务流程的基础上，提高零售网点的营销服务质量和水平。

53.加强对网点和个人客户经理的培训力度。在培训分工上，区分行侧重对员工能力提升的培养，二级分行则重点进行基础知识的培训。

(四)强化基础管理，倡导合规经营

54.贯穿全年开展“破难点、整顽疾”风险管理提升攻坚活动，以进一步加强对私柜面操作风险管理，强化屡查屡犯问题的整改。

55.继续强力打击自办业务和柜员禁止性规定，彻底杜绝有章不循、违规操作，提高柜员风险防控和合规经营的意识。

56.提高发卡质量，对不动卡进行定期激活和清理，规范理财卡等产品收费，建立完善的客户升降级机制，实现按标准发卡，提高银行卡年费收缴率及商户回佣，优化准贷记卡功能，对打卡等事务性业务逐步进行全行性集中处理。

57.制定并下发《零售网点岗位绩效考核管理试行办法》，规范统一全行零售网点各岗位的绩效评价内容、过程和结果。

58.理顺理财产品销售规范，解决理财业务多头管理问题，加强对条线、分行特色理财业务的监督和指导，定期对分行销售合规性开展检查，规范操作。

59.加强全行网点资源配置的集中统一管理，全面清退外部保险机构驻点，做好代销保险产品销售组织

60.加强投资者教育，正确引导客户合理配置资产和稳健投资，帮助客户树立正确的投资理财理念。

61.继续抓好基础管理系列措施工作，将其作为常态化、制度化管理手段，实行动态考核，着力提高网点人员基本业务技能和风险防范意识，建立个人金融部位风险和案件防控的长效机制。

62.加强主动发现问题、分析问题的能力，做到事前预防。对于各类审计、总行及区分行相关部门提供的内外部最新风险防控动态，及时跟踪、搜集和梳理整理，认真研究分析，发现风险点，做到事前预防。

63.强化整改工作。将各类审计、内外部检查发现问题的整改工作纳入常态化管理机制，按照不同检查层面的发现问题，制定整改流程，明确整改责任，确保整改效果，对不及时、不认真落实整改工作的，要对二级分行相关责任人实行问责。

64.完善基础管理考核机制。继续以个人金融业务基础管理考核系统为依托，对营业网点、二级分行基础管理水平综合评价，连续考核，进一步夯实全行个人金融业务基础管理水平;按月对委派柜员主管评价考核，组织开好柜员主管例会，加强柜员主管的履职能力。

65.抓好柜面操作风险管理，协调各级检查团队落实个人金融业务检查计划，对检查结果充分整改和利用，提高对柜面业务操作的垂直指导力度。

66.完善“5+1”考评体系的基础上，将理财中心考核纳入其中，形成条线“6+1”考评模式，配套实施谈话制度和二级分行经营管理评价制度，条线上下形成合力，确保各项政策措施的执行落地。

(六)加强系统建设 做好流程优化

67.继续强化对数据特别是产品与客户的分析和挖掘，进一步将管理做深、做细。

68.按照总行要求做好证券业务系统、理财产品综合支持系统、核心业务系统、pbcs等系统的版本上线推广，做好pbcs等系统使用情况的跟踪通报。

69.做好区分行个人金融业务综合管理平台等自行开发系统的优化需求的提交及功能的日常使用管理。

70.进一步发挥总行营销服务系统、分行客户经理作业系统、ocrm、acrm等系统工具客户数据挖掘分析功能，提升精准营销能力。

71.推广网点业绩评价系统、网点销售门户系统、网点资源调度系统、网点排队和客户识别系统及新功能。

72.通过个人客户经理服务支持项目，开发客户经理业绩评价功能，建立全行客户经理服务vip客户和产品销售业绩的统一评价标准。

73.依托“个人金融产品营销服务系统”，加强客户挖掘，提高商机处理率，加强商机统一管理，优化网银精准营销。

最后，启动包括客户经营、渠道管理、风险管理、服务管理、产品管理等在内的条线精细化管理提升一揽子计划，推进条线经营管理再上新台阶。

为进一步加大对全行个人金融条线业务的督导和通报力度，及时通报个人金融业务发展状况，搭建全区个人金融条线沟通交流的平台。20xx年区分行将进一步规范和完善个人金融业务通报考核体系。在通报频率上将按照日、周、旬、月、季度等;通报内容涵盖营销及综合、客户管理、产品、基础管理、自助服务及网点建设等方面;通报对象维度涉及全区个人金融条线各个层级。

**金融销售工作计划 金融销售工作计划篇六**

xx年我们将充分发挥团队力量，扬长避短，努力并高质量的完成制定的目标，具体计划如下：

1）产品知识方面：加强熟悉我司提供设备的技术参数、和材料特点、规格型号及原料特点，了解产品的使用方法；了解行业竞争产品的有关情况。

2）客户需要方面：了解客户的投资心理、购买层次、及对产品的基本要求。

3）市场知识方面：了解冰淇林及烧烤市场的动向和变化、根据客户投资的情况，进行市场分析。

4）拓展知识方面：进一步了解其他加盟方面的信息，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，以便更好的合作。

5）服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理客户状况；有效地传递公司信息及获得信任。

随着广告的深入宣传，关注人群的多样性发展，必须得及时更新一些有特色吸引人眼球的设备及产品满足客户的需求。明年的市场必定存在很大竞争，这也是我们能脱颖而出的重要砝码。建议壮大专业研发人员团队；定期引进新型畅销设备。

随着业务量的加大，为了保证客户的利益并减少公司麻烦及投诉，所以售后服务一定要完善。

1）仓库发出的货物必须与经理所签订的配置清单保持一致。

2）配置专门的售后人员，客户反映的问题应第一时间解决。结业后一定要发名片，避免出现问题客户只找话务员的现象。

团队的业绩并不是一个人的功劳，需要团队人员齐心协力完成所得，所以其中的每一份子都很重要。培养一名销售人员也需1—3个月，所有的前期沟通都需要话务员去做铺垫，所以他们的心态及工作状态相关领导一定要充分了解，多沟通、多关爱、多帮助，出现问题及时调整，避免造成人员无谓的流失。

任何一个行业都有它的发展趋势与轨迹，都是与大的环境与市场需求息息相关。作为需要敏锐的洞察能力并通过自身的相关经验判断出市场的走向，广告量的加减、客户的需求点等等，也只有这样我们即便处在逆境也能独占鳌头。

公司的发展也靠大家的集思广益，以上是本人工作的一些感想，希望能起到点点的帮助，明年我们市场部的全体员工也一定继续完善自己、继续努力，为了我们的终极目标去冲刺！请领导们做我们永远最坚实的后盾！

**金融销售工作计划 金融销售工作计划篇七**

上半年，ⅹⅹ银行全体员工在总部年初工作会议精神的指引下，紧紧围绕“巩固、完善、改革、发展”的工作方针，以“双五”战略为目标，结合东北老工业基地的振兴，鼓足干劲、同心协力，克服不利因素，继续发扬艰苦创业精神，以“诚实守信、创新务实”为座右铭，不断拓展新的业务领域，开辟广阔的生存空间。

截止六月末，我行各项存款余额为万元，比年初万元增加万元，增长，比去年同期万元增加万元，增长。其中，储蓄存款余额为万元，比年初万元增加万元，增长，比去年同期万元增加万元，增长;对公存款余额为万元，比年初万元增加万元，增长，比去年同期万元增加万元，增长。各项贷款余额为万元，比年初万元增加万元，增长，比去年同期万元增加万元，增长。存贷比。按“一逾两呆”口径划分，不良贷款余额万元，比年初增加万元，增长，比去年同期万元减少万元，下降，不良贷款占比，比年初下降了个百分点;按“五级分类”口径划分，不良贷款余额万元，比年初万元增加万元，增长，不良贷款占比，比年初下降了个百分点。各项收入万元，各项支出万元，经营体现亏损万元。

一、上半年工作总结上半年，ⅹⅹ银行经营工作总的特点是：存款规模增幅不大，不良贷款盘活工作有一定成效，经营体现亏损。

(一)克服不利因素，努力吸收存款，开创\*工作新局面由于历史遗留因素和客观因素的影响，20xx年初我行\*工作开展得不很顺利，行领导立即组织中层召开\*工作会议，并制定\*方案。

1、员工转变观念，吸收存款由被动变为主动近年来，我行一直将\*完成情况与员工工资相挂钩，但成效不大。今年上半年，行领导更注重让员工从思想上认识到“存款是立行之本”，随着“存款立行”观念教育的深入人心以及“我为我家”\*竞赛活动的竞相开展，员工的思想观念发生较大的转变，由过去的“被动\*”逐渐转变为主动通过亲属、同学、朋友等各种关系千方百计吸收存款，仅第一季度三个月的时间，员工就吸收存款余万元，储蓄存款余额较年初增长万元，超额完成第一季度储蓄存款计划，为全年的\*工作打开新局面。

2、以积极的营销措施开拓对公存款市场，对公存款有所增加上半年，我行卓有成效地开展各种营销活动，积极印制各种新业务的宣传单，一方面既提高我行的知名度，另一方面也向广大新老客户宣传我行的新业务。在稳定老客户的同时，也积极运用各种手段和措施挖掘新客户;全行上下共同寻找大额存款信息，对于一些特殊客户，由行领导亲自进行攻关和疏导，在全行的共同努力之下，不仅遏制了存款下降的趋势，还比年初增加万元，比去年同期也有所增长。

(二)以信用卡和市场开发为依托，大力拓展中间业务截止六月末，我行新发卡张，卡余额万元;pos机消费额元;新增代发工资户数户，沉淀金额万元;代理财产保险元，代理千嬉红保险份，金额元，代理鸿泰寿险份，金额1万元;代收移动、联通手机话费笔，金额万元;代售充值卡万元，实现中间业务收入元，较好地完成了中间业务的各项指标。

1、加大中间业务市场开发力度，充实中间业务小组成员三月份，我行进行了全员岗位竞聘，人员有所调整。为加大中间业务的市场开发力度，我行将具有市场营销特长的人员充实到中间业务小组。

2、中间业务指标层层分解我行个人业务部将一年的全部指

标分解到月，分解到人，并责成中间业务小组组长在每月月末进行专题汇报。通过这种方式，较好地完成总部下达的中间业务指标。

3、做好传统业务，大力开发新业务、新品种六月中旬，我行在继续做好“代收手机费”、“代售充值卡”、“代发工资”等传统中间业务的基础上，新开办“代收小灵通话费”和“代收网通固定电话费”的业务。上半年，我行新开立工资转存户户，新开卡张。

(三)积极办理信贷业务新品种，增强社会效应1、开办承兑业务截止六月末，我行共办理承兑汇票业务两笔，金额总计万元，手续费收入元。20xx年初，我行公司业务部组织员工学习承兑汇票管理办法。为加大我行社会知名度，扩大社会效应，20xx年3月，我行开始进行对外宣传。20xx年3月31日，我行办理了第一笔承兑汇票，金额为万元。承兑汇票业务为我行带来的收入并不多，但是通过该项业务的办理，既可以让客户了解我行，在服务过程中，又可以增近与客户之间的感情、增强良好的社会效应，同时，也可以增加我行对公存款。

开办下岗失业小额担保贷款截止六月末，我行办理下岗失业小额担保贷款笔，金额万元。为增加收入，在行领导的积极运作下，我行成为市财政局指定办理下岗失业人员小额担保贷款的金融机构。为保证每笔贷款的及时发放，我行公司业务部员工予以积极、主动地配合，使该项业务得以顺利开展，真正体现了ⅹⅹ银行“家乡银行服务家乡市民”的宗旨。

(四)积极催收贷款，努力压缩不良贷款1、做好贷后调查，积极催收贷款截止六月末，我行收回贷款笔，金额万元，为防止新的不良贷款的产生，减少信贷资产的损失，我行积极做好贷后检查工作。上半年，公司业务部对我行正常贷款户逐一走访，了解企业经营情况，发现问题及时与行长沟通，同时做好贷后检查报告。对于即将到期的贷款，提前一个月向借款户下发收款通知，并进入企业调查，对于经营效益良好、还款信誉较好的黄金客户办理借新还旧。对于涉及政府行为的贷款，我行提前两个月开始进行催收，例如自来水公司与市场服务中心贷款，我行信贷员分别走访了ⅹⅹ、ⅹⅹ、ⅹⅹ、ⅹⅹ，及时为这两笔贷款办理了借新还旧。同时，将ⅹⅹ所欠的万元利息全部催收完毕。

努力压缩不良贷款，提高信贷资产质量截止六月末，按一逾两呆口径划分，我行不良资产万元，比去年年初增加万元，比去年同期减少万元，下降，不良贷款占比，比年初下降个百分点。不良贷款一直是我行多年来亟待解决的问题，由于一些历史原因和国家宏观政策的影响，使一些已停业或解体的借款户的沉欠贷款无法偿还。上半年，我行加大清收力度，通过处理抵贷物的形式收回部分贷款，此外，通过各种法律手段，盘活部分不良资产，从相对指标上完成了总部下达的任务。

(五)积极开展党建工作，发挥战斗堡垒作用我行多次召开支部会议，首先选举ⅹⅹ同志了为我行党支部书记。在新任书记的领导下，党支部定期召开支部会议，认真学习党建工作要点以及各种党的理论知识，并结合实际认真分析我行当前所面临的严峻形势，研究措施和对策，较好地发挥了党支部在经营工作中的战斗堡垒作用。上半年，在党支部的培养和帮助之下，通过总部党委的严格审查和组织谈话，使我行两名党外积极分子成为中共预备党员，并使一名预备党员成为正式党员。此外，党支部随时掌握员工的思想动态，教育员工用发展的和辩证的方法思考和解决问题，坚持“三会一课”制度及组织召开\*生活会，加强党风廉洁、自律和反\*\*\*\*斗争的自觉性。特别是党的“xx大”召开以后，党支部经常组织员工学习“xx大”报告和新党章，提高员工的政治理论水平。

(六)加强“四防一保”，确保资金安全运营办公室按照总部的要求和相关

规章制度，加大力度对保安人员进行定期教育和长期管理，制定了保安人员管理档案，不断提高其综合素质;定期检查两所一柜的安全情况和设施设备的完整性，对火源、灭火器摆放位置、性能进行经常性检查，按期更换灭火器的二氧化碳及泡沫粉，发现隐患、问题，及时、彻底整改;积极配合总部进行各项检查，同时做好自查和总结，将有关材料及时上报。

上半年，我行工作虽然取得了一定的成绩，但较总部的各项指标还有很大差距，虽然存款、贷款规模均有所增扩大，但是增幅较小，较总部下达的任务还有一定差距;员工的综合素质较现代化ⅹⅹ银行员工的要求还有很大的差距。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找