# 建行营销主管总结

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2024-10-10

*建行营销主管总结范文5篇时光荏苒，白驹过隙，一段时间的工作已经结束了，相信大家这段时间以来的收获肯定不少吧，这时候，最关键的工作总结怎么能落下！好的工作总结都具备一些什么特点呢？以下是小编整理的建行营销主管总结，欢迎大家借鉴与参考!建行营销...*

建行营销主管总结范文5篇

时光荏苒，白驹过隙，一段时间的工作已经结束了，相信大家这段时间以来的收获肯定不少吧，这时候，最关键的工作总结怎么能落下！好的工作总结都具备一些什么特点呢？以下是小编整理的建行营销主管总结，欢迎大家借鉴与参考!

**建行营销主管总结篇1**

在信用卡的营销过程中，我觉得以下四个方面是十分重要的。第一，是对产品的把握;第二，是对市场的了解和开拓;第三，与客户面对面的营销;最后，就是申请表格的填写和客户的维护。

首先是对产品的把握。熟悉产品的各种功能并不代表对产品的把握。刚开始，我拿到资料后的第一感觉是，这么好的产品，一定会有市场，我还准备了很多套说辞，如果客户问我这是什么卡?我就这么说。如果客户问我，你们行的卡有什么特点?我就那么说。可是当我真正面对客户时，他们的问题完全出乎我的意外，已经脱离了信用卡本身的功能。他们根本不会问你信用卡的好处，而是问你，你们的卡收不收年费?或者说我钱包里的信用卡已有好几张了，我不想办了?还有的说你们行的网点少，还钱不方便。说的最多的是，我没有用卡的习惯。这些问题弄的我是措手不及，我开始重新审视这张令我自豪的、非-漂亮的信用卡。到底是我出了问题，还是客户出了问题。最终，我发现忽略了三个细节：一是建行在9月之前，已经覆盖了一遍信用卡市场，我行的信用卡和该行的信用卡有很多的同质性;另外一个就是中国人的消费习惯，量入为出;第三个就是扬州人故有的性格在作怪，明知是好东西，偏偏不办，因为他对你不熟，请人办事要讲人情的。经过一阵时间的思考，我对信用卡的认识开始转变。我们只有站在用户的角度来看问题，才算是真正把握信用卡。信用卡在银行工作人员眼中是可以透支的卡，但在客户眼中，它是什么?是放在身边的一颗定时炸弹，是一个鼓励你用钱的工具，是放在皮夹里的累赘，是用来可以交换人情的砝码等等。

目前的信用卡市场是很不成熟的，没有我们想象的那么完善。我们一味去强调信用卡的透支消费功能，我觉得是一种误导。很多消费者不接受这种理念。所以我营销的时候就说这张卡只是一张应急的卡，当资金周转不灵的时候，你可以用这张卡来救急。这样一说，相当一部分人会认同，他们认同了，就有机会了。营销到了这种程度，那些问什么是信用卡，信用卡有哪些功能的人，反而倒很容易成为卡的用户。就是那些有着让人意想不到的问题的客户，我们只有对症下药了。

信用卡的营销，我们落后于其它行，可以说没有任何经验可以借鉴，所以需要我们在营销实战中，在和客户的交流沟通中磨练自己的嘴皮子以及和客户打交道的能力。什么是对产品熟悉?就是要大胆走出去，说，不要怕拒绝，拒绝了再总结，再出去跑。产品需要由我们的客户来定义，我们更需要在实践中去把握产品背后隐藏的东西。

第二，对信用卡市场的了解和开拓。销售任何一件产品除了掌握产品本身之外，我们需要将其定位，并找到相关渠道把它推销出去。那么信用卡的目标客户和市场在哪里呢?其实，信用卡销售指引，已经为我们指明了方向。其中目录第六条《现阶段重点推广行业的明细分类》规定了行业为重点营销对象，第八条《现阶段可接受推广行业的明细分类》规定了15类相关行业，并对信用卡的用户按风险程度不同划分为ABCDE五类。这样一来我们的营销范围就确定了。其实这个范围和我们原先想象的客户市场是不一样的。我开始认为那些私营企业的老板是我们的客户，但是操作下来一看，不对，信用卡部不仅需要他们提供收入证明，还需要他们提供个人房产证明及其它相关的个人资信证明，即使批下来，信用额度也很低，弄得他们很没面子，同时我的工作量无形当中也增加了许多。所以为了节省时间，提高发卡量，我放弃了私营企业主这一块，开始按照《指引》中的行业对象来划分我的营销目标市场。

由于时间有限，我做了三个阶段的准备。第一个阶段是用一个半月的时间来主攻公务员市场，因为这一块手续简单，批准率高。第二个阶段用十天的时间来向相关企业推广。第三阶段，收尾，看看还有什么没有营销到的地方。有了计划以后，我的任务就变得十分清晰了。要做的是怎样一块一块地吃掉。我采用的方法是先从有熟人的单位开始。我把所有的朋友名单拿出来，开始搜寻政府公务员、教师、医生，然后逐个打电话，通过他们来帮助我营销。这一块是有保证的。因为是朋友帮忙，所以操作起来十分方便，我把相关的要素告诉他们，其余的宣传工作就由他们来做了。这里有一个细节，就是填表一定要简化。比如身份证上很多要素都有了，你就不要别人再填写姓名，身份证号码了。

熟人做完了，就开始做他们介绍过来的重点客户，这一块做起来相对复杂一些，因为交情不深，要靠嘴皮子了，同时也需要一点技巧。例如，我办了一个局机关的团办卡，团办对于我们来说最省事，但是很重要的一点，你要找对办事的人。你去找财务科，他们会说每个人已经办过其它行的卡了，你去找办公室，人家会说，单位人多嘴杂，别人还以为收了银行什么好处。对于这一种情况，我们要有思想准备，团办并不代表每个人都办，除非是单位的行政命令，否则别人有权拒绝。所以我首先办公室物色了一个人缘较好的人，然后通过他，先给局长办好了，这时候，千万不要指望他就能帮助你完成，他没有这个义务，于是我就和他一个一个办公室的跑。拿着局长已经填好的东西有意的给他们看，这些人一看，局长办过了，我也办一张算了。营销就是这样一味的去强调产品的好处是没有用的。别人就是不信任你，你还真的办不起来。

第二阶段就是一些企业单位。先挑一些有特色的单位，比如有事业单位背景的企业，如广播电视中心，注册资金较高的，和我们行有业务往来的，对于信用卡用卡环境有帮助的，例如，青年旅行社，可以用信用卡购机票。总之，并不是所有的企业都可以作为发卡对象，在时间有限的情况下，我只有先从最有把握的开始。

第三阶段，就是扫尾，主要是零星的办了一些个人的卡。通过三个阶段的工作，完成了三百多张卡，公务员占了80%，所以批准率较高。有特色企业，也基本获批了。

在市场的开拓中，我感受最深的是关系营销的作用太重要了。有的人认为，我的客户资源太少了，怎么办?其实，机会就在每个人的身边，你的亲戚、同学、朋友，客户都是你的目标，营销就是要脸皮厚。

第三、与客户面对面的营销。在这一过程中我感受最深的是，一定要对客户的问题做出最敏捷的反应。我归纳了一下，客户的-见问题有六个：(1)信用卡收不收年费?(2)信用卡的特别功能是什么?(3)信用卡是否安全，后台支撑怎么样?(4)我手中已经有好几家银行的卡了，没有办的必要了。(5)你们银行的网点太少了，还款不方便。(6)我根本不需要办，我平时都是用现金。所以在交谈之前，一定对这些问题有所准备。回答时要充满自信，产品好坏全在我们的嘴上。在所有的这些问题当中，我们会把限制条件当成客户的拒绝理由。比如，第五条，网点少是我们的劣势，但是这只是办卡的限制条件，并不能作为客户抗拒理由。我们完全可以有三点理由来回应。一是，我行的自助银行正在加快发展;二是，我们即将实行借记卡自动还款功能;三、刷卡后不是要你第二天就来还钱，在56天当中你随时抽个空来还就行。把限制条件解释清楚，客户绝的理由就少一些。同样第四条，客户的卡实在太多，不想再办了。我通-会先问他，其它行的卡什么时候办的?额度是多少?有没有担保人?国内外是否通用?免息期多长?购物是否有积分?先确定客户手中的卡是不是信用卡,同时把事先准备好的几张信用卡卡样拿出来，再适时介绍手机短信服务，保险服务，医疗服务等特色功能。我们要想方设法的很自然的让客户感受到信用卡的特别之处。在与客户交流的过程中，一定要有一个良好的心态，如果客户实在为难，赶紧把目标移到下一家。

最后一点是就申请表格的填写和客户的维护。我们做了大量的前期工作，到了最后千万不要因为填写表格不规范而导致被拒绝，那是一件很伤心的事。首先是填写表格。我只让客户填写(1)家庭住址、电话;(2)工作单位地址、电话、职务;(3)直系亲属和朋友;(4)签名。其余的我都自己帮他们填。一来，让客户省去了许多填表的麻烦，二来，填写过程就是审核的过程，可以发现很多漏洞。三来，可以让表格相对工整一些，有的客户填完后，在写错的地方就乱涂一笔。其实，卡部的人在审核的时候同高考阅卷一样，卷面整洁无形中就有一个印象分，所以在错的地方，我们就可以用涂改液修饰一下。我们有很多同事把审核的工作，都交给零售部的相关同志去做，自己就不问了，这样肯定是不行的。我举个例子。有一次我地税局的朋友拿来十张表格，我在帮他们填写表格的时候发现，他们留的家庭电话都是单位号码。这就麻烦了。因为家庭电话号码一般是信用卡的查询密码，基本上每个人是不同的，于是我就一个一个打电话问。如果，我忽视了这一细节，也许我又做了十个无用功。另外，表格中错误率较高的就是最后一栏，联系人资料。以我的经验，这一栏一定要写，特别是直系亲属。朋友一栏可放松要求，你可以写自己的名字，也可以写其同事的名字。

其次是，客户提供的相关资料。我想重点说一下人事收入证明。其中有一个关键点，就是职位的细节。因为在信用卡销售指引中，职位稳定的员工获批率是比较高的。有的同事在营销过程中，看到对方的职位不是很好，就产生了一个想法，这种人肯定批不下来。在这里我想说一说我自己的经验。拿一个单位来说，就是扬州青年旅行社。应该来说，导游的获批的率是很低的，因为他们的工作不稳定。但是反过来，导游不能365天天天带团，不带团的时候，他要负责计划调度，也要负责相关的文书的工作，于是我就让他们在工作职位一栏写上计调，文员。与此同时，还写了一份情况说明，交待了此单位在扬州的地位以及将要和我行展开的合作，希望能提高信用额度。作为营销员，你要让信用卡中心的审核人员认为，这个单位是非发不可的。

第三，就是客户的维护。就是所谓的售后服务。这个工作，就是在申请表寄出以后，一定要打电话给客户，问问卡有没有拿到，用的如何，有什么不明白的地方，感谢他们对中信工作的支持，其实这样做的目的很简单，希望他们再介绍一些客户给我们，同时联络感情，发掘一批优质客户，为以后的银行业务做准备。

以上，我从四个方面和大家交流了在信用卡营销过程中的一点感受，其中，有很多想法是我们部门的同志在研究信用卡营销方案时共同讨论

的结果，他们在信用卡的营销过程中也付出了相当大的努力。我想在目前的社会状况下，信用卡的营销很有挑战性。每个人有各自的营销理念，如果大家能够自动自发，并且经-互相交流经验的话，我相信20\_\_年我行的信用卡任务一定能够完成。

**建行营销主管总结篇2**

我是一名遂宁遂州北路工商银行网格厅的大堂经理，来到这里上班有半年多的时间了，开始应聘到这个大堂经理的时候，很茫然，究竟我该怎么去做这个大堂经理。我来这里上班之前就问了很多身边在做大堂经理的朋友，我在她们那里吸收了点经验，再加上我在互联网上收集了很多相关的信息，去了解和认识大堂经理的职责。有的认为，作为一名大堂经理，他的言行举止和服务质量是银行形象的一个缩影，肩负着协调银行和客户间关系的重任。有的认为，大堂经理这一职位相当于银行的一个门面，大堂经理好象人的眼睛，是心灵的窗户。也有的认为大堂经理是一个银行的形象“代言人”，当客户踏进银行大门时，直接进入客户视线的第一人就是大堂经理。因此，大堂经理的服务态度和服务质量至关重要，做好大堂经理工作对银行来说也非常重要。

首先作为一个大堂经理应该去熟悉银行的规章制度，严格执行行规里面的考核，从我做起，做到有制度必依，违规制度必罚的要求，以积极的态度去面对工作。大堂经理的工作内容主要包括：大堂管理、示范服务、分流客户、推荐银行产品，协调客流和安抚顾客情绪等。有的将大堂经理概括为身兼六职：是业务引导员、服务示范员、情绪安抚员、矛盾协调员、环境保洁员和安全监督员。客户一进网格厅就要在办业务之前找到大堂经理，因为大堂经理就是一个咨询处和帮助客户办理业务让客户了解业务和认识业务，怎么去办理自己需要的业务手续，做到提升自己的职能综合素质，细心对待每一个客户，为客户做到满意的服务。 我们大堂经理把自己的工作重心转移到我们工作的重中之重，因为服务才是服务行业制胜的关键，让客户得到满意的态度，减少客户的埋怨和投诉。以最优质的服务回馈给每个客户，客户满意，我们才满意！

而我作为一名工商银行的大堂经理也有不足的地方，遇见客户人多的时候就有点不耐烦的感觉，让自己厌烦客户群体都来问我，当然，我自身明白，我要控制自己的情绪，稳定自己的心情，因为这个不仅仅是关系到自己的饭碗和工作，这个关系到的是中国工商银行的形象问题，人多的时候不能对待客户一一的作答，我自己也明白大堂经理每天做的就是重复每天做的事情，事情很繁琐，但是我一定要把自己的心态摆放端正，毕竟自己做到这个服务行业，就要认真做好自己本质的工作，收点累收点委屈不要紧，千万不能让客户有一点点不愉快的心情产生。

在我的网格厅中我觉得不足的地方就是一种协作能力，其实我们柜台外面协作能力很强，因为大家都相互帮助起的，柜台里面就显得有点个人能力了，其实，我深刻的明白，我们做大堂经理的工作和柜台里面工作人员的工作时间都是差不多的，而且他们甚至比我们还累，但是，一旦到了中午要吃饭的时候客户还很多的时候，办业务的速度和效率就慢了，而且一些能给客户说明的业务内容必须还喊大堂经理来介绍，当然这个是我必须应该的，但是，当大堂经理在忙的时候柜员也喊我来，其实，有时候这样的话真的会让我很气愤的，因为我手里的事情还没做完就喊我来做另一件事，换个角度想一想，我在为客户办理或者介绍业务的时候，才说到一半就让我去给另一个人介绍，那么我这个客户怎么办，他们会怎么想呢？一些明白事理的客户还好说，要是遇到些脾气怪的那么我们又要破口大骂了，所以，柜员和大堂经理以及大堂里面的工作人员直接都应该有个相互协调沟通，这样大家都协调好，客户来也不会自乱阵脚。

大堂经理要不断地充实和完善自己的业务知识，使自己成为一本移动的银行“活字典”。有的认为，工作中要时时给自己充电，在熟练掌握银行各项业务知识的同时，还要在工作中不断增长自己的才干。有的认为，大堂经理对银行业务知识的掌握要充分并全面，这样才能有足够的基础为客户提供服务，否则“一问三不知”，大堂经理就形同虚设，业务知识是大堂经理的基础，是人体的骨骼。有的认为，大堂经理要提升个人素质和仪表形象，起码做到端庄、优雅、大方，个人素质是大堂经理的门面，是皮肤。有的认为，大堂经理不仅要学习金融、经济知识，还要学习银行的各项业务操作流程、各项金融产品知识，不仅要学习传统业务知识还要学习新业务知识，只有这样，才能为客户提供全方位、个性化的金融服务。有的认为，一名优秀的大堂经理，必须拥有一本小册子，里面不断记录今天的信息和明天的计划，做到在反思和学习中进步，才能完善自己，提高自己。

大堂经理直接面对客户，必须要做一个优秀的倾听者和沟通者。有的认为，沟通从语言开始，语言是桥梁、是瀑布、是彩虹，用正确的语言去沟通才能产生良好的效果，因此在与客户沟通的过程中，要了解客户的特点，因人而异，使用不同的沟通方法，使沟通产生意想不到的效果。有的认为沟通和协调包括两方面，一是与自己的同事沟通，另一方面与客户的沟通，当自己融入到农合行团队后，就要与同事和谐相处，就能更好地服务客户。有的认为，大堂经理不仅要做到与客户的沟通，更应该协调客户与柜员之间的摩擦，做到面观四方、耳听八方，及时与客户沟通，密切与客户的关系。

大堂经理服务工作中要做到“四勤”和“三好”。“四勤”即手勤、脚勤、脑勤和嘴勤。当遇到需要帮助的顾客时，大堂经理要勤示范、勤帮忙，当遇到老弱病残的客户，要热情地提供举手之劳的帮助。“三好”即眼好、耳好和口好，使顾客满意。有的认为当客户一进入银行大厅时，大堂经理要对他们展开会心的微笑，热情、文明去迎接客户，用微笑去了解并懂得客户的需求，用微笑去解答客户的疑问，尽量去满足他们，使客户觉得来银行办理业务是倍受尊重的、倍受欢迎的。有的认为，大堂经理要掌握专业的服务技巧，要牢记“以客户为中心”的服务宗旨，始终保持那份落落大方而恬静优雅的微笑，要用亲切和耐心的态度对待每一位客户。大堂经理要真心实意为客户着想，要用“热心、关心、细心、耐心和真心”去呵护客户，真心和热情是大堂经理的动力，是血液。大堂经理在服务时还要做到耐心听取客户的意见、虚心接受客户的批评，当碰到急躁客户重复询问同一问题时，大堂经理务必要耐心听、耐心解释；要当一名优秀的大堂经理，还需要有“三心”即：忠心——对自己银行要忠心，全心全意为本银行工作；爱心——对同事和客户要心怀一颗感恩的心，感谢他们对大堂经理工作的支持；责任心——要尽职尽责，爱岗敬业。 当客户对银行服务等方面有意见时，大堂经理要倾听客户的不满情绪，然后虚心接受客户的批评，感谢客户的督促。有的认为大堂经理要怀着感恩的心去工作，首先要感谢客户，其次要感恩单位，在感恩中体验这份工作带来的快乐，也让客户记住工商银行温暖的服务。

**建行营销主管总结篇3**

转眼之间，20\_\_年已经结束，我们已经迎来崭新的20\_\_年，在20\_\_年的工作中，即取得了一定的成绩，但也发现了自身存在的很多问题，下面便将19年的工作进行总结，同时对自己本年度的工作提出一定的目标与要求。

一、个人业绩数据

1、各项存款及贷款数据

截至20\_\_年12月30日，个人名下存款余额总计20\_\_万元，其中储蓄存款1650万元，对公存款362万元，个人名下贷款总计21250万元，其中按揭及消费类贷款11450万元，小微贷款9800万元，其中弱担保贷款2800万元，小微抵押贷款7300万元，较年初新增2250万元。

2、其他产品营销数据

同时20\_\_年中智能pos新增8户，借款人意外险销售12笔，总保费金额50000元左右，网乐贷新增6笔，金额106万元。

二、日常工作总结

1、新增业务营销方面

20\_\_年，个人方面将主要精力放在了小微抵押贷款的营销上，截至20\_\_年12月30日，小微抵押贷款共新增24户，审批金额总计3816万元，放款金额3097万元，但业务新增主要集中在前两个季度，反而三、四季度增长较少，同时20\_\_年客户流失也成为一个比较重要的因素，抵押贷款方面共流失8户，金额890万元，这个结果还是不尽如人意的，通过对之前工作的分析可以看出，抵押贷款的新增主要是通过存量客户的挖潜、老客户转介的方式获得，而缺乏长期稳定的新增获客渠道，所以下一步的工作重点也应在做好存量客户维护的基础上，开放思维，深入思考，寻找更加稳定、直接的获客途径。其次，就目前零售客户经理的考核办法而言，单纯的信贷业务增长已无法支撑目前的行员级别，对于存款的依赖越来越大，现在的零售客户经理更要往综合客户经理的方向去发展，在以信贷产品为基础的原则上，更应加强对客户的综合开发，通过对比可以发现，自己与分行优秀客户经理在客户价值挖潜上还存在这巨大差距，例如：借款人意外险销售，有贷户回存率、非储金融资产的开发都落后很多，这也是自己下一步需要努力的方向。

2、小微团队管理方面

20\_\_年7月初，分行成立小微直营团队，很有幸当选明湖支行小微团队长，但也意味着身上的担子也更重了，通过一年多的努力，支行小微业务也有了一定的突破，今年5月份，范纯阳加入明湖支行零售团队，同时9月份葛玲玉离开明湖支行，目前团队人员仍为3人，但人员的配置只是团队发展的第一步，接下来的重点工作就应该放在团队的发展和规划中去，团队成立初期，并没有设立完善的工作制度，团队成员的工作方式缺乏统一性、尤其在营销方面没有做到统一方向、固定动作，下一步我们支行的小微团队也要形成固有的工作制度，人员虽少，但也需要有完善的团队制度，这样每一位团队成员才能各司其职、尽其所能，整个团队才能往好的方向。

**建行营销主管总结篇4**

近几年来“新常态”一词成为经济界的知名词汇，当然它是区别于“旧常态”而出现的，其包含的意思非常丰富，目前的定义版本也较多，这些我们不去过多的探究。村镇银行从无到有、从小到大，经过几年的发展取得了了不起的成绩，大家有目共睹，作为村镇银行人我们感到无尚的自豪和光荣。但是任何事业的发展都不是一帆风顺的，目前我们所面临的营销环境已经发展成为“新常态”，我们唯有主动适应环境的变化，才能以变治变，而不可能让环境去因我们而改变，作为村镇银行的营销工作者应该如何应对和适应新常态呢，下面谈一下个人的几点感想。

首先、营销工作者思想上要主动适应新常态。做任何事情首先要有思想才会有行动，所以第一步要转变思想，就目前国际国内的经济发展情况看，我们不能盲目乐观，但是也不能过于悲观，必须辩证的认识和适应当下的经济形势，结合国家大政方针和村镇银行坐落的地域特点，因地因时的确定自身的营销方向和目标客户群，只有倒闭的企业没有倒闭的行业，新常态下机会对每家银行和每个营销人员来说都是均等的，关键看我们如何把握和应对。

第二、营销工作者行动上要主动适应新常态。思想转变了或者说修正完善了就要迅速付诸于行动，新常态下经济发展确实是瞬息万变，机遇稍纵即逝，确定的方案和计划就要紧密实施，并在实施过程中不断完善和改进，从而使结果更加符合我们的预期和目的。

第三、从业务结构上说应该首先稳定存量，同时兼顾增量。新常态下再想实现业务的超常规、跨越式发展可谓难上加难，那么我们就稳扎稳打，步步为营，把前期的业务来个回头看，总结经验，发现并改掉不足，有时候跑步跑的太快可能就会忽略了沿途的风景。增量业务必须有序稳步推进，逆水行舟不进则退，市场是无限的，关键是我们要在正确的时间和空间用正确方法去开发和培养市场。

第四、要用发展的眼光和辩证的思维去解决发展中遇到的困难和问题。新常态下市场营销肯定会遇到这样或那样的问题，有些问题甚至会盘根错节，这就是考验和锻炼我们营销人员的智慧的时候来了，一味的循规蹈矩、畏首畏尾是不符合辩证法思想的，但前提是要有底线和红线思维，底线、红线、顶线是任何时候、任何人不能碰的。

第五、用活用足担保方式。由单一担保方式向综合担保方式方向转变，尤其是扩大抵、质押担保的比例，增加对客户的信用约束机制，创新和丰富担保形式，防患于未然。

第六、村镇银行及营销工作者要牢记“立足县域、服务三农、支持小微”宗旨，扎根村镇，做小做散。面对各种类型的竞争对手，我们的业务规模、产品种类、科技支撑、抗风险能力等等我们都不占优势，因此我们必须细分市场，找准我们的目标客户群，有所为有所不为，经过近三年的乡镇支行工作经历和学习，我对村镇银行扎根村镇也有了新的认识和感触，县域、三农、小微事业是大有可为的。

经济既然已经进入新常态，那么村镇银行的市场营销工作就必须适应新常态，以变治变，只要我们紧紧围绕全行部署开展工作，全体职工上下一心，攻坚克难，我们的村镇银行事业定会在新常态下实现健康可持续的新发展。

**建行营销主管总结篇5**

转眼进入建行已经满一年了，时间让我对于建行有了更加深入的了解，也让我通过自身的学习、领导和同事的教育帮助，提高了自己的业务技能。这一年具体的收获

在业务上，我取得了巨大的收获，这一年使我在业务上能够熟练，并能驾轻就熟解决工作中的问题，

这一年来，除了做好每天日常本职工作外，还重点做了如下工作：

1、帐户年检。接到上级年检通知，对营业部所有性质为正常的帐户共418户做了年检工作，在时间紧、任务重的提前下，及时通知全部企业前来年检，并要求提供最新、最准确的单位信息资料，并对全部资料在人民银行帐户二期系统中做好登记。

2、新旧帐户变更。由于系统升级，系统要对所有20\_\_年前老帐号进行变更，这就需要与相关企业做好口头解释与书面交接工作。除为每户填写帐户变更告知书，还将基本户及预算专户的开户许可证收回，待变更。

3、电子开销户登记本。由于开销户登记本为连续使用，帐户年久使用已残损，故将所有开销户信息形成电子版本，待日后使用。

在思想上，20\_\_年部里的活动也很多，自己尽了最大能力完成了所有任务，如手机银行、短信签约、利得盈、姚明卡等等。虽然不是很突出，但我都是积极参与。如今，面临自己的是20\_\_年大干一季度活动，首先在存款上，自己会努力广泛开拓资源，挖掘客户，争取起到党员带头作用。其次是信用卡、基金等营销活动中，也会严格要求自己，迅速提高增长量。新的一年里，我为自己制定了新的目标，那就是要加紧学习，更加的充实自己，以饱满的精神状态来迎接新时期的挑战，明年会有更多的机会和竞争在等着我，我心里暗暗的为自己鼓励，要在竞争中站稳脚步，踏踏实实，目光不能只限于自身的小圈子，要着眼于大局，着眼于今后的发展，我会向其他同志学习，取长补短，相互交流工作经验，共同进步，争取更好的工作成绩。当然，在一些细节的处理和操作上我还存在一定的欠缺，我会在今后的工作中磨练自己，发扬长处，弥补不足。

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