# 银行个人金融业务工作总结（精选4篇）

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-07-22

*小编为大家整理了银行个人金融业务工作总结(精选4篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜...*

小编为大家整理了银行个人金融业务工作总结(精选4篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!!

银行个人金融业务工作总结(精选4篇)由整理。

第1篇：银行个人金融业务工作总结

银行个人金融业务工作总结

今年以来，全行个人金融业务认真贯彻落实省、市行工作要求，注重储蓄业务的基础地位，积极拓展理财业务市场，不断创新销售方式，加快推进营销渠道和队伍建设，个人金融业务呈现了良好的发展势头。

一、20××年个金工作成绩显著。

回顾20××年，在外部经营形势复杂多变的情况下，全行上下坚定信心，扎实工作，全行各项业务经营保持快速健康发展，特别个人金融业务为全行的业务发展作出了较大的贡献，个人金融业务各项指标呈现快速发展态势。

一是个人金融资产增势迅猛。今年以来，全行始终将储蓄存款作为重中之重工作来抓，把存款增量同业争先进位作为考核存款工作成效的基本标准，在全行扎实开展旺季储蓄存款竞赛、批量营销竞赛、代发工资专项竞赛等系列营销活动，加强个金与公司部门的捆绑营销，抓住市场信息，制定项目攻关计划，实现批量业务拓展日常化。同时，深化储蓄存款和理财业务的互动发展，大力营销灵通快线、第三方存管、存贷通等优势产品，实现客户资金在我行的封闭运作。全年，销售全口径个人金融资产额44935万元,同比增加20482万元，同比增幅为83.8%。其中：储蓄存款增加17380万元，在08年较快发展基础上保持一定幅度增长，同比多增964万元;销售基金14079万元，同比增幅为289%;销售人民币理财产品10355万元，同比增幅为588%;销售保险3121万元，同比增幅为7.1%。

二是个人信贷业务跨越发展。坚持抓住住房开发贷款龙头，关注

1 全县土地拍卖信息，加强与国土、规划、建设等部门联系，在对全县20多个项目筛选基础上，重点营销××、××项目，通过省行审批额度1.74亿元，开发贷款较年初净增13900万元。在个人贷款的发展上，始终坚持以客户为中心，以市场为导向的经营宗旨，调整充实营销力量，优化劳动组合，提高工作效率，实施限时服务。对重点房地产开发项目和重点市场，行领导带队营销，实现营销储备一批、评估报批一批、发放见效一批的梯次发展。同时，抓住房地产市场回暖的机遇，组成营销小分队，深入到各地房地产开发公司、开发楼盘、专业市场，营销开发贷款、个人住房贷款、个人消费和个人经营等贷款业务，主动出击，营销优质客户。全行各项个人贷款比年初增加12839万元，比××年多增12480万元，其中个人住房贷款增加12093万元、个人消费(含经营贷款)增加2746万元，个人信贷业务增长额占全行年度增量82%，余额占比较年初上升4.5个百分点。年度增量四行占比第

二、前三季度一直保持增量市场第一。

三是个人中间业务收入快速增长。为确保个人中间业务收入的快速提升，全行一方面继续加大个人结算业务收入的营销，在全行开展“开卡送好礼，牛年新惊喜”牡丹卡营销活动，并以信用卡分期付款业务带动客户持卡需求，有效激励持卡人刷卡消费，促进银行卡消费额、发卡量双提升，全年发放牡丹灵通卡17828张，年费收入达到79.5万元、个人结算业务收入达到370万元,同比分别增加28.5和107万元，信用卡分期付款业务在启动慢的情况下，全年实现收入30万元，其中四季度实现收入23万元。另一方面加强对优质客户的维护，积极运用灵通快线、货币基金、第三方存管、存贷通等优势产品

2 竞争和维护客户，做大客户“资金池”。为激发网点柜员和客户经理营销保险、基金等产品的积极性，将“直通式考核”和“销售产品兑换奖品”全部兑现到员工，激发了员工的销售热情。全年实现个人中间业务收入645万元，同比净增316万元，特别是四季度实现收入200万元，为全行利润目标顺利达成贡献作出重要支撑。

四是客户维护能力明显提升。为做好优质客户维护工作，根据市分行贵宾理财中心考核办法，落实行长、分管行长、网点主任和客户经理的日常对中高端客户的维护责任，并将中高端客户的拓展、建档等指标纳入网点主任和客户经理积分考核。通过赠送礼品、举办理财沙龙、健康增值服务等活动开展高端客户的维护工作。11月末，全行个人中高端户数量达到5191户，比年初增加916户，中高端客户资产达到68625万元，占全行资产总额的64.6%。当年新增私人银行客户4户、新增存款4506万元。

成绩取得来之不易，存款问题也不容忽视。

1、市场竞争力不强问题依然未能得到根本改观，一是较多的指标在同业竞争中处于弱势。二是持续发展的后劲不足，如储蓄存款在一季度排名第二的情况下，

二、三季度出现下滑现象。三是基础工作和基础性产品不够扎实，如客户维护工作不够系统和持续，维护的质量不高;灵通卡的发卡量，我行不仅排名第四，且占比很低，也影响了其它关联业务的发展。

2、网点的功能作用发挥不理想。表现在：一是较多指标的网均数在系统内排名靠后;二是大多数网点习惯于传统的被动营销方式，发展新业务、拓展新客户的意识和能力较弱，在一项新产品推出时，

3 不少网点会出现零销售或较低的销售水平，三是产品交叉销售意识不强柜员或客户经理在向客户营销产品时，往往是就产品卖产品，交叉营销意识不强。

3、大型商贸市场拓展不力。虽然我行对大型商贸市场的部分客户提供了部分金融服务，但工作远远没有到位，表现在：对各类商贸缺乏针对性的产品包装和组合营销方案，对市场的营销缺乏整体的规划和措施，同时，对个体经营者的融资需求，一直缺少对应和有效的信贷政策支撑，因此，没有真正将我行的业务产品渗透到大市场、个体经营者之中。

4、中高端客户维护工作还不到位。少数网点对中高端客户维护工作仍然不重视，思想上仍存在偏差，极少数网点主任对支行决策布置落实不到位，执行力有待进一步提升。

二、20××年旺季目标任务

当季新增储蓄存款33920万元、日均16960万元，季末增量四行占比确保第二;信用卡新增发卡2024张、代理保险销售1800万元;个人贷款净增7000万元，季末增量四行占比确保第一。市行专业考核确保前三。杜绝案件和重大经营事故的发生。

三、20××年工作安排

(一)抢抓机遇，促进个金业务再上新台阶

今年，我国经济已经企稳回升，预计今后一段时期我国经济仍将保持平稳较快发展，随着城乡居民收入水平的不断提高，居民投资理财需求也将进一步扩大，这为个金业务发展提供了巨大的市场空间和机遇，全行一定要从可持续发展的战略高度认识和定位个金业务。增 4 强机遇意识和紧迫感，要主动出击、大力竞争，花大力气提高我行的市场份额。支行将加大个金指标问责力度，确保提升市场位次和份额。

(二)开拓市场，夯实个金业务发展基础

结合本地区实际，要重点抓住以下几个方面：一是优质代发工资市场的营销。确保20××年把代发工资渗透率提高至10%。二是批量储蓄的营销。主要包括拆迁补偿款、企业改制安置费、社保资金、企业年金、公务用卡等。三是大型专业市场的营销。明年要成功竞争专业市场3个，投放个人经营贷款1亿元。四是个人住房市场营销。明年要营销两个以上的开发项目，确保每个项目实现按揭贷款目标。五是个人理财市场营销。20××年，个人理财产品销售额要达到1亿元。在重点做好以上五类市场拓展的同时，还要加强第三方存管市场、个人外汇业务市场、私人银行业务市场的拓展，不断提高客户满意度。

三、转变服务方式，丰富优质客户服务内涵

20××年是总行确定的“服务××年”，我们要充分发挥贵宾理财中心在人员、环境、流程等方面的优势，以专业的客户经理团队、温馨私密的服务环境、高效流畅的服务流程来提高客户的满意度，打造服务品牌。继续实施“客户服务精细化项目”，建立营业网点、客户经理服务检查工作机制，促进服务管理的常态化。

四、加强队伍建设，提升营业网点的竞争能力

要配足配强网点的营销人员，充实客户经理队伍。成立由对公、对私、个贷客户经理组成的专业团队，负责集群类市场的调研分析、上门营销、维护管理，保证我行集群式营销模式的有效实施。对网点管理人员强化经营管理、市场营销、队伍建设、风控管理等方面理论

5 与实务培训;对客户经理强化金融理财师资格、市场环境、营销技能、资产配置、客户关系管理与产品功能培训。通过系统化、专业化的培训来提高营销队伍的业务素质和实战能力。

五、强化风险防范，提高个金业务内控管理水平

在风险防范上，我们要警钟长鸣，全行要注重对客户经理行为动态管理，要定期召开个人客户经理行为动态分析会，全面、及时了解和掌握个人客户经理的日常行为动态，切实加强对个人客户经理的教育、管理，常敲警钟，防微杜渐，筑牢思想道德防线，防范案件的发生。要加强对个人理财业务和各项产品销售的合规性管理，做好客户风险评估、产品风险揭示、业务凭证管理、人员业务培训等项工作。积极探索建立客户回访制度，对重点业务、重点客户进行回访，对个人客户经理的工作进行评价和监督，防止客户的理的道德风险和操作风险。要将期房按揭后续抵押、违约贷款、不良贷款和档案管理作为个人贷款风险管理重点。加强合作机构准入管理，坚持落实双人见客、面谈面签、实地看房、换手操作等制度，按项目建立期房抵押登记台账，联合开发企业加大两证及他项权证催办力度，不断提升期房抵押办证率。完善贷后管理，明确职责，加强日常监测督导力度及频度，加快违约及不良贷款的清收处置进度，提升贷后管理工作质量，为个人金融业务的持续健康发展提供良好的经营环境。

个人金融业务部

20××年12月31日

6

第2篇：银行个人金融(零售银行)业务工作总结

个人金融(零售银行)业务工作总结

今年以来，全行个人金融(零售银行)业务认真贯彻落实省、市行工作要求，注重储蓄业务的基础地位，积极拓展理财业务市场，不断创新销售方式，加快推进营销渠道和队伍建设，个人金融(零售银行)业务呈现了良好的发展势头。

一、20××年个金工作成绩显著。

回顾20××年，在外部经营形势复杂多变的情况下，全行上下坚定信心，扎实工作，全行各项业务经营保持快速健康发展，特别个人金融(零售银行)业务为全行的业务发展作出了较大的贡献，个人金融(零售银行)业务各项指标呈现快速发展态势。

一是个人金融(零售银行)资产增势迅猛。今年以来，全行始终将储蓄存款作为重中之重工作来抓，把存款增量同业争先进位作为考核存款工作成效的基本标准，在全行扎实开展旺季储蓄存款竞赛、批量营销竞赛、代发工资专项竞赛等系列营销活动，加强个金与公司部门的捆绑营销，抓住市场信息，制定项目攻关计划，实现批量业务拓展日常化。同时，深化储蓄存款和理财业务的互动发展，大力营销灵通快线、第三方存管、存贷通等优势产品，实现客户资金在我行的封闭运作。全年，销售全口径个人金融(零售银行)资产额44935万元,同比增加20482万元，同比增幅为83.8%。其中：储蓄存款增加17380万元，在08年较快发展基础上保持一定幅度增长，同比多增964万元;销售基金14079万元，同比增幅为289%;销售人民币理财产品10355万元，同比增幅为588%;销售保险3121万元，同比增幅为7.1%。

二是个人信贷业务跨越发展。坚持抓住住房开发贷款龙头，关注

1 全县土地拍卖信息，加强与国土、规划、建设等部门联系，在对全县20多个项目筛选基础上，重点营销××、××项目，通过省行审批额度1.74亿元，开发贷款较年初净增13900万元。在个人贷款的发展上，始终坚持以客户为中心，以市场为导向的经营宗旨，调整充实营销力量，优化劳动组合，提高工作效率，实施限时服务。对重点房地产开发项目和重点市场，行领导带队营销，实现营销储备一批、评估报批一批、发放见效一批的梯次发展。同时，抓住房地产市场回暖的机遇，组成营销小分队，深入到各地房地产开发公司、开发楼盘、专业市场，营销开发贷款、个人住房贷款、个人消费和个人经营等贷款业务，主动出击，营销优质客户。全行各项个人贷款比年初增加12839万元，比××年多增12480万元，其中个人住房贷款增加12093万元、个人消费(含经营贷款)增加2746万元，个人信贷业务增长额占全行年度增量82%，余额占比较年初上升4.5个百分点。年度增量四行占比第

二、前三季度一直保持增量市场第一。

三是个人中间业务收入快速增长。为确保个人中间业务收入的快速提升，全行一方面继续加大个人结算业务收入的营销，在全行开展“开卡送好礼，牛年新惊喜”牡丹卡营销活动，并以信用卡分期付款业务带动客户持卡需求，有效激励持卡人刷卡消费，促进银行卡消费额、发卡量双提升，全年发放牡丹灵通卡17828张，年费收入达到79.5万元、个人结算业务收入达到370万元,同比分别增加28.5和107万元，信用卡分期付款业务在启动慢的情况下，全年实现收入30万元，其中四季度实现收入23万元。另一方面加强对优质客户的维护，积极运用灵通快线、货币基金、第三方存管、存贷通等优势产品

2 竞争和维护客户，做大客户“资金池”。为激发网点柜员和客户经理营销保险、基金等产品的积极性，将“直通式考核”和“销售产品兑换奖品”全部兑现到员工，激发了员工的销售热情。全年实现个人中间业务收入645万元，同比净增316万元，特别是四季度实现收入200万元，为全行利润目标顺利达成贡献作出重要支撑。

四是客户维护能力明显提升。为做好优质客户维护工作，根据市分行贵宾理财中心考核办法，落实行长、分管行长、网点主任和客户经理的日常对中高端客户的维护责任，并将中高端客户的拓展、建档等指标纳入网点主任和客户经理积分考核。通过赠送礼品、举办理财沙龙、健康增值服务等活动开展高端客户的维护工作。11月末，全行个人中高端户数量达到5191户，比年初增加916户，中高端客户资产达到68625万元，占全行资产总额的64.6%。当年新增私人银行客户4户、新增存款4506万元。

成绩取得来之不易，存款问题也不容忽视。

1、市场竞争力不强问题依然未能得到根本改观，一是较多的指标在同业竞争中处于弱势。二是持续发展的后劲不足，如储蓄存款在一季度排名第二的情况下，

二、三季度出现下滑现象。三是基础工作和基础性产品不够扎实，如客户维护工作不够系统和持续，维护的质量不高;灵通卡的发卡量，我行不仅排名第四，且占比很低，也影响了其它关联业务的发展。

2、网点的功能作用发挥不理想。表现在：一是较多指标的网均数在系统内排名靠后;二是大多数网点习惯于传统的被动营销方式，发展新业务、拓展新客户的意识和能力较弱，在一项新产品推出时，

3 不少网点会出现零销售或较低的销售水平，三是产品交叉销售意识不强柜员或客户经理在向客户营销产品时，往往是就产品卖产品，交叉营销意识不强。

3、大型商贸市场拓展不力。虽然我行对大型商贸市场的部分客户提供了部分金融服务，但工作远远没有到位，表现在：对各类商贸缺乏针对性的产品包装和组合营销方案，对市场的营销缺乏整体的规划和措施，同时，对个体经营者的融资需求，一直缺少对应和有效的信贷政策支撑，因此，没有真正将我行的业务产品渗透到大市场、个体经营者之中。

4、中高端客户维护工作还不到位。少数网点对中高端客户维护工作仍然不重视，思想上仍存在偏差，极少数网点主任对支行决策布置落实不到位，执行力有待进一步提升。

二、20××年旺季目标任务

当季新增储蓄存款33920万元、日均16960万元，季末增量四行占比确保第二;信用卡新增发卡2024张、代理保险销售1800万元;个人贷款净增7000万元，季末增量四行占比确保第一。市行专业考核确保前三。杜绝案件和重大经营事故的发生。

三、20××年工作安排

(一)抢抓机遇，促进个金业务再上新台阶

今年，我国经济已经企稳回升，预计今后一段时期我国经济仍将保持平稳较快发展，随着城乡居民收入水平的不断提高，居民投资理财需求也将进一步扩大，这为个金业务发展提供了巨大的市场空间和机遇，全行一定要从可持续发展的战略高度认识和定位个金业务。增 4 强机遇意识和紧迫感，要主动出击、大力竞争，花大力气提高我行的市场份额。支行将加大个金指标问责力度，确保提升市场位次和份额。

(二)开拓市场，夯实个金业务发展基础

结合本地区实际，要重点抓住以下几个方面：一是优质代发工资市场的营销。确保20××年把代发工资渗透率提高至10%。二是批量储蓄的营销。主要包括拆迁补偿款、企业改制安置费、社保资金、企业年金、公务用卡等。三是大型专业市场的营销。明年要成功竞争专业市场3个，投放个人经营贷款1亿元。四是个人住房市场营销。明年要营销两个以上的开发项目，确保每个项目实现按揭贷款目标。五是个人理财市场营销。20××年，个人理财产品销售额要达到1亿元。在重点做好以上五类市场拓展的同时，还要加强第三方存管市场、个人外汇业务市场、私人银行业务市场的拓展，不断提高客户满意度。

三、转变服务方式，丰富优质客户服务内涵

20××年是总行确定的“服务××年”，我们要充分发挥贵宾理财中心在人员、环境、流程等方面的优势，以专业的客户经理团队、温馨私密的服务环境、高效流畅的服务流程来提高客户的满意度，打造服务品牌。继续实施“客户服务精细化项目”，建立营业网点、客户经理服务检查工作机制，促进服务管理的常态化。

四、加强队伍建设，提升营业网点的竞争能力

要配足配强网点的营销人员，充实客户经理队伍。成立由对公、对私、个贷客户经理组成的专业团队，负责集群类市场的调研分析、上门营销、维护管理，保证我行集群式营销模式的有效实施。对网点管理人员强化经营管理、市场营销、队伍建设、风控管理等方面理论

5 与实务培训;对客户经理强化金融理财师资格、市场环境、营销技能、资产配置、客户关系管理与产品功能培训。通过系统化、专业化的培训来提高营销队伍的业务素质和实战能力。

五、强化风险防范，提高个金业务内控管理水平

在风险防范上，我们要警钟长鸣，全行要注重对客户经理行为动态管理，要定期召开个人客户经理行为动态分析会，全面、及时了解和掌握个人客户经理的日常行为动态，切实加强对个人客户经理的教育、管理，常敲警钟，防微杜渐，筑牢思想道德防线，防范案件的发生。要加强对个人理财业务和各项产品销售的合规性管理，做好客户风险评估、产品风险揭示、业务凭证管理、人员业务培训等项工作。积极探索建立客户回访制度，对重点业务、重点客户进行回访，对个人客户经理的工作进行评价和监督，防止客户的理的道德风险和操作风险。要将期房按揭后续抵押、违约贷款、不良贷款和档案管理作为个人贷款风险管理重点。加强合作机构准入管理，坚持落实双人见客、面谈面签、实地看房、换手操作等制度，按项目建立期房抵押登记台账，联合开发企业加大两证及他项权证催办力度，不断提升期房抵押办证率。完善贷后管理，明确职责，加强日常监测督导力度及频度，加快违约及不良贷款的清收处置进度，提升贷后管理工作质量，为个人金融(零售银行)业务的持续健康发展提供良好的经营环境。

个人金融(零售银行)业务部

20××年12月31日

第3篇：银行个人金融(零售银行)业务工作总结

个人金融(零售银行)业务工作总结

今年以来，全行个人金融(零售银行)业务认真贯彻落实省、市行工作要求，注重储蓄业务的基础地位，积极拓展理财业务市场，不断创新销售方式，加快推进营销渠道和队伍建设，个人金融(零售银行)业务呈现了良好的发展势头。

一、20××年个金工作成绩显著。

回顾20××年，在外部经营形势复杂多变的情况下，全行上下坚定信心，扎实工作，全行各项业务经营保持快速健康发展，特别个人金融(零售银行)业务为全行的业务发展作出了较大的贡献，个人金融(零售银行)业务各项指标呈现快速发展态势。

一是个人金融(零售银行)资产增势迅猛。今年以来，全行始终将储蓄存款作为重中之重工作来抓，把存款增量同业争先进位作为考核存款工作成效的基本标准，在全行扎实开展旺季储蓄存款竞赛、批量营销竞赛、代发工资专项竞赛等系列营销活动，加强个金与公司部门的捆绑营销，抓住市场信息，制定项目攻关计划，实现批量业务拓展日常化。同时，深化储蓄存款和理财业务的互动发展，大力营销灵通快线、第三方存管、存贷通等优势产品，实现客户资金在我行的封闭运作。全年，销售全口径个人金融(零售银行)资产额44935万元,同比增加20482万元，同比增幅为83.8%。其中：储蓄存款增加17380万元，在08年较快发展基础上保持一定幅度增长，同比多增964万元;销售基金14079万元，同比增幅为289%;销售人民币理财产品10355万元，同比增幅为588%;销售保险3121万元，同比增幅为7.1%。

二是个人信贷业务跨越发展。坚持抓住住房开发贷款龙头，关注

1 全县土地拍卖信息，加强与国土、规划、建设等部门联系，在对全县20多个项目筛选基础上，重点营销××、××项目，通过省行审批额度1.74亿元，开发贷款较年初净增13900万元。在个人贷款的发展上，始终坚持以客户为中心，以市场为导向的经营宗旨，调整充实营销力量，优化劳动组合，提高工作效率，实施限时服务。对重点房地产开发项目和重点市场，行领导带队营销，实现营销储备一批、评估报批一批、发放见效一批的梯次发展。同时，抓住房地产市场回暖的机遇，组成营销小分队，深入到各地房地产开发公司、开发楼盘、专业市场，营销开发贷款、个人住房贷款、个人消费和个人经营等贷款业务，主动出击，营销优质客户。全行各项个人贷款比年初增加12839万元，比××年多增12480万元，其中个人住房贷款增加12093万元、个人消费(含经营贷款)增加2746万元，个人信贷业务增长额占全行年度增量82%，余额占比较年初上升4.5个百分点。年度增量四行占比第

二、前三季度一直保持增量市场第一。

三是个人中间业务收入快速增长。为确保个人中间业务收入的快速提升，全行一方面继续加大个人结算业务收入的营销，在全行开展“开卡送好礼，牛年新惊喜”牡丹卡营销活动，并以信用卡分期付款业务带动客户持卡需求，有效激励持卡人刷卡消费，促进银行卡消费额、发卡量双提升，全年发放牡丹灵通卡17828张，年费收入达到79.5万元、个人结算业务收入达到370万元,同比分别增加28.5和107万元，信用卡分期付款业务在启动慢的情况下，全年实现收入30万元，其中四季度实现收入23万元。另一方面加强对优质客户的维护，积极运用灵通快线、货币基金、第三方存管、存贷通等优势产品

2 竞争和维护客户，做大客户“资金池”。为激发网点柜员和客户经理营销保险、基金等产品的积极性，将“直通式考核”和“销售产品兑换奖品”全部兑现到员工，激发了员工的销售热情。全年实现个人中间业务收入645万元，同比净增316万元，特别是四季度实现收入200万元，为全行利润目标顺利达成贡献作出重要支撑。

四是客户维护能力明显提升。为做好优质客户维护工作，根据市分行贵宾理财中心考核办法，落实行长、分管行长、网点主任和客户经理的日常对中高端客户的维护责任，并将中高端客户的拓展、建档等指标纳入网点主任和客户经理积分考核。通过赠送礼品、举办理财沙龙、健康增值服务等活动开展高端客户的维护工作。11月末，全行个人中高端户数量达到5191户，比年初增加916户，中高端客户资产达到68625万元，占全行资产总额的64.6%。当年新增私人银行客户4户、新增存款4506万元。

成绩取得来之不易，存款问题也不容忽视。

1、市场竞争力不强问题依然未能得到根本改观，一是较多的指标在同业竞争中处于弱势。二是持续发展的后劲不足，如储蓄存款在一季度排名第二的情况下，

二、三季度出现下滑现象。三是基础工作和基础性产品不够扎实，如客户维护工作不够系统和持续，维护的质量不高;灵通卡的发卡量，我行不仅排名第四，且占比很低，也影响了其它关联业务的发展。

2、网点的功能作用发挥不理想。表现在：一是较多指标的网均数在系统内排名靠后;二是大多数网点习惯于传统的被动营销方式，发展新业务、拓展新客户的意识和能力较弱，在一项新产品推出时，

3 不少网点会出现零销售或较低的销售水平，三是产品交叉销售意识不强柜员或客户经理在向客户营销产品时，往往是就产品卖产品，交叉营销意识不强。

3、大型商贸市场拓展不力。虽然我行对大型商贸市场的部分客户提供了部分金融服务，但工作远远没有到位，表现在：对各类商贸缺乏针对性的产品包装和组合营销方案，对市场的营销缺乏整体的规划和措施，同时，对个体经营者的融资需求，一直缺少对应和有效的信贷政策支撑，因此，没有真正将我行的业务产品渗透到大市场、个体经营者之中。

4、中高端客户维护工作还不到位。少数网点对中高端客户维护工作仍然不重视，思想上仍存在偏差，极少数网点主任对支行决策布置落实不到位，执行力有待进一步提升。

二、20××年旺季目标任务

当季新增储蓄存款33920万元、日均16960万元，季末增量四行占比确保第二;信用卡新增发卡2024张、代理保险销售1800万元;个人贷款净增7000万元，季末增量四行占比确保第一。市行专业考核确保前三。杜绝案件和重大经营事故的发生。

三、20××年工作安排

(一)抢抓机遇，促进个金业务再上新台阶

今年，我国经济已经企稳回升，预计今后一段时期我国经济仍将保持平稳较快发展，随着城乡居民收入水平的不断提高，居民投资理财需求也将进一步扩大，这为个金业务发展提供了巨大的市场空间和机遇，全行一定要从可持续发展的战略高度认识和定位个金业务。增 4 强机遇意识和紧迫感，要主动出击、大力竞争，花大力气提高我行的市场份额。支行将加大个金指标问责力度，确保提升市场位次和份额。

(二)开拓市场，夯实个金业务发展基础

结合本地区实际，要重点抓住以下几个方面：一是优质代发工资市场的营销。确保20××年把代发工资渗透率提高至10%。二是批量储蓄的营销。主要包括拆迁补偿款、企业改制安置费、社保资金、企业年金、公务用卡等。三是大型专业市场的营销。明年要成功竞争专业市场3个，投放个人经营贷款1亿元。四是个人住房市场营销。明年要营销两个以上的开发项目，确保每个项目实现按揭贷款目标。五是个人理财市场营销。20××年，个人理财产品销售额要达到1亿元。在重点做好以上五类市场拓展的同时，还要加强第三方存管市场、个人外汇业务市场、私人银行业务市场的拓展，不断提高客户满意度。

三、转变服务方式，丰富优质客户服务内涵

20××年是总行确定的“服务××年”，我们要充分发挥贵宾理财中心在人员、环境、流程等方面的优势，以专业的客户经理团队、温馨私密的服务环境、高效流畅的服务流程来提高客户的满意度，打造服务品牌。继续实施“客户服务精细化项目”，建立营业网点、客户经理服务检查工作机制，促进服务管理的常态化。

四、加强队伍建设，提升营业网点的竞争能力

要配足配强网点的营销人员，充实客户经理队伍。成立由对公、对私、个贷客户经理组成的专业团队，负责集群类市场的调研分析、上门营销、维护管理，保证我行集群式营销模式的有效实施。对网点管理人员强化经营管理、市场营销、队伍建设、风控管理等方面理论

5 与实务培训;对客户经理强化金融理财师资格、市场环境、营销技能、资产配置、客户关系管理与产品功能培训。通过系统化、专业化的培训来提高营销队伍的业务素质和实战能力。

五、强化风险防范，提高个金业务内控管理水平

在风险防范上，我们要警钟长鸣，全行要注重对客户经理行为动态管理，要定期召开个人客户经理行为动态分析会，全面、及时了解和掌握个人客户经理的日常行为动态，切实加强对个人客户经理的教育、管理，常敲警钟，防微杜渐，筑牢思想道德防线，防范案件的发生。要加强对个人理财业务和各项产品销售的合规性管理，做好客户风险评估、产品风险揭示、业务凭证管理、人员业务培训等项工作。积极探索建立客户回访制度，对重点业务、重点客户进行回访，对个人客户经理的工作进行评价和监督，防止客户的理的道德风险和操作风险。要将期房按揭后续抵押、违约贷款、不良贷款和档案管理作为个人贷款风险管理重点。加强合作机构准入管理，坚持落实双人见客、面谈面签、实地看房、换手操作等制度，按项目建立期房抵押登记台账，联合开发企业加大两证及他项权证催办力度，不断提升期房抵押办证率。完善贷后管理，明确职责，加强日常监测督导力度及频度，加快违约及不良贷款的清收处置进度，提升贷后管理工作质量，为个人金融(零售银行)业务的持续健康发展提供良好的经营环境。

个人金融(零售银行)业务部

20××年12月31日

第4篇：银行个人金融零售银行业务工作总结

WORD完美格式

个人金融(零售银行)业务工作总结

今年以来，全行个人金融(零售银行)业务认真贯彻落实省、市行工作要求，注重储蓄业务的基础地位，积极拓展理财业务市场，不断创新销售方式，加快推进营销渠道和队伍建设，个人金融(零售银行)业务呈现了良好的发展势头。

一、20××年个金工作成绩显著。

回顾20××年，在外部经营形势复杂多变的情况下，全行上下坚定信心，扎实工作，全行各项业务经营保持快速健康发展，特别个人金融(零售银行)业务为全行的业务发展作出了较大的贡献，个人金融(零售银行)业务各项指标呈现快速发展态势。

一是个人金融(零售银行)资产增势迅猛。今年以来，全行始终将储蓄存款作为重中之重工作来抓，把存款增量同业争先进位作为考核存款工作成效的基本标准，在全行扎实开展旺季储蓄存款竞赛、批量营销竞赛、代发工资专项竞赛等系列营销活动，加强个金与公司部门的捆绑营销，抓住市场信息，制定项目攻关计划，实现批量业务拓展日常化。同时，深化储蓄存款和理财业务的互动发展，大力营销灵通快线、第三方存管、存贷通等优势产品，实现客户资金在我行的封闭运作。全年，销售全口径个人金融(零售银行)资产额44935万元,同比增加20482万元，同比增幅为83.8%。其中：储蓄存款增加17380万元，在08年较快发展基础上保持一定幅度增长，同比多增964万元;销售基金14079万元，同比增幅为289%;销售人民币理财产品10355万元，同比增幅为588%;销售保险3121万元，同比增幅为7.1%。

二是个人信贷业务跨越发展。坚持抓住住房开发贷款龙头，关注..整理分享..

WORD完美格式

全县土地拍卖信息，加强与国土、规划、建设等部门联系，在对全县20多个项目筛选基础上，重点营销××、××项目，通过省行审批额度1.74亿元，开发贷款较年初净增13900万元。在个人贷款的发展上，始终坚持以客户为中心，以市场为导向的经营宗旨，调整充实营销力量，优化劳动组合，提高工作效率，实施限时服务。对重点房地产开发项目和重点市场，行领导带队营销，实现营销储备一批、评估报批一批、发放见效一批的梯次发展。同时，抓住房地产市场回暖的机遇，组成营销小分队，深入到各地房地产开发公司、开发楼盘、专业市场，营销开发贷款、个人住房贷款、个人消费和个人经营等贷款业务，主动出击，营销优质客户。全行各项个人贷款比年初增加12839万元，比××年多增12480万元，其中个人住房贷款增加12093万元、个人消费(含经营贷款)增加2746万元，个人信贷业务增长额占全行年度增量82%，余额占比较年初上升4.5个百分点。年度增量四行占比第二、前三季度一直保持增量市场第一。

三是个人中间业务收入快速增长。为确保个人中间业务收入的快速提升，全行一方面继续加大个人结算业务收入的营销，在全行开展“开卡送好礼，牛年新惊喜”牡丹卡营销活动，并以信用卡分期付款业务带动客户持卡需求，有效激励持卡人刷卡消费，促进银行卡消费额、发卡量双提升，全年发放牡丹灵通卡17828张，年费收入达到79.5万元、个人结算业务收入达到370万元,同比分别增加28.5和107万元，信用卡分期付款业务在启动慢的情况下，全年实现收入30万元，其中四季度实现收入23万元。另一方面加强对优质客户的维护，积极运用灵通快线、货币基金、第三方存管、存贷通等优势产品..整理分享..

WORD完美格式

竞争和维护客户，做大客户“资金池”。为激发网点柜员和客户经理营销保险、基金等产品的积极性，将“直通式考核”和“销售产品兑换奖品”全部兑现到员工，激发了员工的销售热情。全年实现个人中间业务收入645万元，同比净增316万元，特别是四季度实现收入200万元，为全行利润目标顺利达成贡献作出重要支撑。

四是客户维护能力明显提升。为做好优质客户维护工作，根据市分行贵宾理财中心考核办法，落实行长、分管行长、网点主任和客户经理的日常对中高端客户的维护责任，并将中高端客户的拓展、建档等指标纳入网点主任和客户经理积分考核。通过赠送礼品、举办理财沙龙、健康增值服务等活动开展高端客户的维护工作。11月末，全行个人中高端户数量达到5191户，比年初增加916户，中高端客户资产达到68625万元，占全行资产总额的64.6%。当年新增私人银行客户4户、新增存款4506万元。

成绩取得来之不易，存款问题也不容忽视。

1、市场竞争力不强问题依然未能得到根本改观，一是较多的指标在同业竞争中处于弱势。二是持续发展的后劲不足，如储蓄存款在一季度排名第二的情况下，二、三季度出现下滑现象。三是基础工作和基础性产品不够扎实，如客户维护工作不够系统和持续，维护的质量不高;灵通卡的发卡量，我行不仅排名第四，且占比很低，也影响了其它关联业务的发展。

2、网点的功能作用发挥不理想。表现在：一是较多指标的网均数在系统内排名靠后;二是大多数网点习惯于传统的被动营销方式，发展新业务、拓展新客户的意识和能力较弱，在一项新产品推出时，..整理分享..

WORD完美格式

不少网点会出现零销售或较低的销售水平，三是产品交叉销售意识不强柜员或客户经理在向客户营销产品时，往往是就产品卖产品，交叉营销意识不强。

3、大型商贸市场拓展不力。虽然我行对大型商贸市场的部分客户提供了部分金融服务，但工作远远没有到位，表现在：对各类商贸缺乏针对性的产品包装和组合营销方案，对市场的营销缺乏整体的规划和措施，同时，对个体经营者的融资需求，一直缺少对应和有效的信贷政策支撑，因此，没有真正将我行的业务产品渗透到大市场、个体经营者之中。

4、中高端客户维护工作还不到位。少数网点对中高端客户维护工作仍然不重视，思想上仍存在偏差，极少数网点主任对支行决策布置落实不到位，执行力有待进一步提升。

二、20××年旺季目标任务

当季新增储蓄存款33920万元、日均16960万元，季末增量四行占比确保第二;信用卡新增发卡2024张、代理保险销售1800万元;个人贷款净增7000万元，季末增量四行占比确保第一。市行专业考核确保前三。杜绝案件和重大经营事故的发生。

三、20××年工作安排

(一)抢抓机遇，促进个金业务再上新台阶

今年，我国经济已经企稳回升，预计今后一段时期我国经济仍将保持平稳较快发展，随着城乡居民收入水平的不断提高，居民投资理财需求也将进一步扩大，这为个金业务发展提供了巨大的市场空间和机遇，全行一定要从可持续发展的战略高度认识和定位个金业务。增..整理分享..

WORD完美格式

强机遇意识和紧迫感，要主动出击、大力竞争，花大力气提高我行的市场份额。支行将加大个金指标问责力度，确保提升市场位次和份额。

(二)开拓市场，夯实个金业务发展基础

结合本地区实际，要重点抓住以下几个方面：一是优质代发工资市场的营销。确保20××年把代发工资渗透率提高至10%。二是批量储蓄的营销。主要包括拆迁补偿款、企业改制安置费、社保资金、企业年金、公务用卡等。三是大型专业市场的营销。明年要成功竞争专业市场3个，投放个人经营贷款1亿元。四是个人住房市场营销。明年要营销两个以上的开发项目，确保每个项目实现按揭贷款目标。五是个人理财市场营销。20××年，个人理财产品销售额要达到1亿元。在重点做好以上五类市场拓展的同时，还要加强第三方存管市场、个人外汇业务市场、私人银行业务市场的拓展，不断提高客户满意度。

三、转变服务方式，丰富优质客户服务内涵

20××年是总行确定的“服务××年”，我们要充分发挥贵宾理财中心在人员、环境、流程等方面的优势，以专业的客户经理团队、温馨私密的服务环境、高效流畅的服务流程来提高客户的满意度，打造服务品牌。继续实施“客户服务精细化项目”，建立营业网点、客户经理服务检查工作机制，促进服务管理的常态化。

四、加强队伍建设，提升营业网点的竞争能力

要配足配强网点的营销人员，充实客户经理队伍。成立由对公、对私、个贷客户经理组成的专业团队，负责集群类市场的调研分析、上门营销、维护管理，保证我行集群式营销模式的有效实施。对网点管理人员强化经营管理、市场营销、队伍建设、风控管理等方面理论..整理分享..

WORD完美格式

与实务培训;对客户经理强化金融理财师资格、市场环境、营销技能、资产配置、客户关系管理与产品功能培训。通过系统化、专业化的培训来提高营销队伍的业务素质和实战能力。

五、强化风险防范，提高个金业务内控管理水平

在风险防范上，我们要警钟长鸣，全行要注重对客户经理行为动态管理，要定期召开个人客户经理行为动态分析会，全面、及时了解和掌握个人客户经理的日常行为动态，切实加强对个人客户经理的教育、管理，常敲警钟，防微杜渐，筑牢思想道德防线，防范案件的发生。要加强对个人理财业务和各项产品销售的合规性管理，做好客户风险评估、产品风险揭示、业务凭证管理、人员业务培训等项工作。积极探索建立客户回访制度，对重点业务、重点客户进行回访，对个人客户经理的工作进行评价和监督，防止客户的理的道德风险和操作风险。要将期房按揭后续抵押、违约贷款、不良贷款和档案管理作为个人贷款风险管理重点。加强合作机构准入管理，坚持落实双人见客、面谈面签、实地看房、换手操作等制度，按项目建立期房抵押登记台账，联合开发企业加大两证及他项权证催办力度，不断提升期房抵押办证率。完善贷后管理，明确职责，加强日常监测督导力度及频度，加快违约及不良贷款的清收处置进度，提升贷后管理工作质量，为个人金融(零售银行)业务的持续健康发展提供良好的经营环境。

个人金融(零售银行)业务部

20××年12月31日

..整理分享..

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