

# 最新证券工作计划书 证券工作计划(模板5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

## 证券工作计划书篇一

时间乘着年轮循序往前，我们的工作又将在忙碌中充实着，在喜悦中收获着，是时候开始制定工作计划了。但是你知道\* 写的好吗?下面是关于证券公司工作计划4篇，仅供参考，欢迎大家阅读。

展望未来□xx+1年又是中国证券市场寄予美好期望的一年，我们要抓住机会、迎头赶上，在公司的正确领导下，继续做好客户服务工作，开拓市场，加强员工队伍建设，我们工作计划如下：

一、增大宣传力度，加强银证合作。

xx营业部准备和县内各大银行网点进行牵手合作，与银行方进行沟通联系，并在银行柜口放置公司统一印制的宣传册，并且本着与银行方互惠互利，共同发展的基础，推出股民开户优惠政策，变被动营销为主动营销。

二、加强股民教育，提供投资咨询。

xx营业部针对新股民，赠送股民宣传手册和教育光盘，根据股民的差异化管理原则，对资金量较大的客户赠送了xx投资分析软件。

并且，营业部还要在每个星期组织股民收看公司的证券讲堂，增强股民投资参与的积极性。

### 三、重新细分与定位目标市场。

针对不同的客户群体，通过提高、改善服务方式及服务渠道，从而满足不同客户群体的不同需要，并且大力发展非现场客户，并积极吸引更多的优质客户。

四、继续完善日常工作。提升对存量客户的服务质量，在夯实基础的情况下，加大力量扩展业务，努力多吸收机构客户，提高市场占有率和资产保有率。

五、坚持客户为本的宗旨，科学设计服务工作流程，给客户提供一个方便快捷的投资环境。

加强员工的业务培训，提高工作能力和业务素养，建立一支高效团结的员工队伍。

在工作中加强服务意识，做到针对不同客户提供所需的投资服务，深化人性化服务理念，从而真正提高服务质量。

### 六、“开源节流、增收节支”。

明年□xx营业部将进一切努力，一方面，服务好原有老客户的同时，不断开发更多新客户，以增加各项利润指标。

另一方面，想尽一切办法控制费用指标，降低经营成本。

### 七、加强投资咨询力量。

新的券商之间的竞争，还体现在研发方面的竞争。

立足营业部实际情况，加强员工队伍的培养，在团队合作的

基础上逐步改变投资咨询薄弱的局面。

采用多种现代通讯方式，加强和客户的沟通与联系，开展多种快捷的服务，如业务提醒，研发报告推荐，等等，使营业部对客户的服务向纵深发展。

## 一、思想品德及自身素质方面

刚从校园走出来的我思想方面还不够成熟，经过在公司3个多月的学习和多方同事的帮助下，思想上有一定的提高。本人能够按照公司的要求按时上下班，不迟到不早退，要求加班的时候能够准时到岗，充分利用工作时间，有效地完成公司分配的任务。

在认真工作的同时，本人也努力提升自身的素质，不断提升职业道德，掌握证券从业规律，拓展证券知识，提高自身业务水平。本人本着多学习、多琢磨、多反思、多总结的原则，不断提升自己，超越自己。

多学习，学习先进的证券业务理论，学习同事的宝贵工作经验，学习专业知识。

多琢磨，学习到的业务知识反复的琢磨，实际业务中，遇到难点尽可能运用自己的业务知识解决，如有超越自己知识范围不能解决的，虚心请教同事。自我反思是提高业务素质的基本途径，对于自己工作中的成功或失败要及时反思和总结，不断为自己今后的工作积累经验。

## 二、工作能力及相关业务方面

通过3个多月的学习及实践，我对公司的工作流程有了一定的了解，对各个岗位业务有一定的认识。本人主要负责电话回访的业务。

（一）电话回访业务：进入年终第四季度，随着开户量的增加，电话回访业务也进入年度最繁忙阶段。在新开户电话回访中，话务量累计达到1599个，重要通知类回访113个，定期回访758个。在众多电话回访中，本人本着诚恳待人的态度为客户解答问题，没有一次受到过客户投诉。这也就表示，这三个月来，我和同事的辛勤工作换来的是客户的满意以及肯定。

（二）前台业务：为了更好的了解公司，更有效地工作，在工作之余到前台学习相关业务。在学习前台具体岗位业务前，先要熟悉各项开户及特殊业务资料。各项资料可以说是所有业务中最基础的，也是最容易掌握的，是所有业务的铺垫。

只有掌握好各项业务相应的资料才能准确而有效的为客户提供资料，办理业务。

1、开户岗业务：主要为新客户开立资金账户，开立证券账户；为转户开立资金账户。在客户丢失股东卡的情况下想要办业务时，为客户补办股东卡。在客户转户时，发现客户股东账户被冻结，为客户办理激活业务。每天在结束当天业务后，负责把当天每个开户资料通过扫描形成电子档案传送给中登以及总部。

2、复核岗业务：对开户业务以及特殊业务审核后给予复核，负责每天闭市后把做完的业务归档。

3、特殊业务岗业务：主要针对客户办理修改密码、撤销资金账户、撤销指定标志、转托管、换行、创业板进行相应操作业务。对股票下跌到三板的客户进行三板业务。

对于客户长时间没有到营业部更新资料的给予补资料业务，\*升位，变更\*有效期等。客户亲属有逝世的，客户携带有效证明文件来办理继承业务的，给予相应的继承业务操作。

（三）积极配合it部门做好系统测试工作。

三、工作中存在的不足1、电话回访工作效率还有待提高，争取做到让客户百分百的满意，放心。

2、工作态度上还认识的不够深刻，工作积极性有待于提高。

3、业务方面仍有不熟练的地方，还需要自己多记多练。4、应变技巧缺乏，客户电话回访期间，遇到客户询问的相关问题不能给出的答案。

5、服务意识需要加强，对客户咨询的问题应耐心给予解答。

三个月的时间是短暂的，在公司领导的关怀和同事的关心帮助下我受益匪浅。

作为一个新人，我怀着一份积极的态度面对工作的压力，乐观的去解决工作中出现的问题，享受工作带给我的乐趣。即使知道今后的工作上还会有更多的困难更大的压力，但我会保持一分良好的心态积极去面对。

XXXX年，我会积极努力的学习其他岗位的业务，对公司的整体流程有一个全面系统的熟悉。按时完成公司领导分配的任务，替领导分忧解愁，做领导的好助手。关心同事，尊敬领导。在不断前进的道路上，为公司的无限发展而奋斗不息。

一、加强客户管理，优化服务流程 1、走访客户制度化，增进沟通促进共赢

建立走访客户制度，旨在进一步加强与客户之间的交流和沟通，为客户提供更优质的服务，向社会展示邮政部门崭新的形象和高层次的服务水平。

为了把走访工作做实，不流于形式，明年将把这项工作作为制度纳入服务规范。走访客户时，走访人需详细填写《客户

走访日志》，每月末交负责人核实处理情况，并填写意见。

在走访过程中，注重与客户开展面对面交流，积极倾听客户的意见和建议，把握客户需求的新导向，切实为改进服务收集材料和依据为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果。

## 2、积极推行客户经理制，规范大客户开发与管理流程。

在过去一年走访客户过程中遇到一些问题，比如，由于走访人之间缺乏交流和沟通，出现被走访人的重叠性，客户的难点问题以及意见、建议的处理没有得到很好监督，等等。

为此实行走访人督办制度，即遵循“谁走访谁督办”的原则，如由于客观原因不能当场答复的，或不属于本部门职责范围的问题应向客户说明原因并详细记录下被访用户的资料、用邮困难以及对方提出的意见建议，送交相关专业局处理，并协调督促实施，事后将处理结果告知客户；负责人负责对《记录表》的收集工作，每季度以报表的形式将走访结果报相关领导，并对近期走访工作进行梳理，并对客户意见建议的处理结果进行分析、评议。

## 3、对大客户实行分级管理，开发统一版本的客户关系管理系统

为了不断地深化、优化服务质量，大客户中心将从多方面着手改善、提高服务质量，以满足大客户的要求。

首先实行客户经理负责制，并对大客户实施分级管理制度，强调服务的时效性、及时性，以制度化保证客户服务工作得以顺利进行。同时开发统一版本的客户关系管理系统，在走访客户时关注企业、客户动态，了解新年新动向和搜集信息，以保证时时更新大客户档案，为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果，有助于提高

运行效率，降低运营成本，最大限度地减少内耗，实现客户资源的共享。

## 二、学无止境，全面提高客户经理整体素质

客户经理是企业与客户之间的桥梁和纽带，客户经理能否对客户 提供“标准化、个性化、超值化”服务，直接影响客户对企业的“信任度、满意度、忠诚度”。

大客户中心将把握机会，创造条件，致力于客户经理整体素质的提高。

1、强化邮政业务学习，提高业务素质作为客户经理，首先必须对邮政业务有着深刻的了解。

为了进一步提高营销水平，大客户中心将创造条件通过远程培训、优秀营销书籍等途径获得专业化销售流程的知识与技能，丰富营销知识体系，增强拜访与服务客户的能力、提升工作信心与客户服务的满意度。

通过学习，旨在对邮政业务有全面的了解，对市场营销和大客户管理也有更深刻的认识，培养客户经理的服务营销意识，同时开阔事业，提高觉悟，使客户经理认识到营销不仅要通过优质的服务让客户满意，而且要通过积极有效的客户关系管理培养客户的忠诚，并掌握培养客户忠诚的方法和技巧，为今后的工作打下了坚实的基础。

展望未来□xx+1年又是中国证券市场寄予美好期望的一年，我们要抓住机会、迎头赶上，在公司的正确领导下，继续做好客户服务工作，开拓市场，加强员工队伍建设，我们工作计划如下：

一、增大宣传力度，加强银证合作□xx营业部准备和县内各大银行网点进行牵手合作，与银行方进行沟通联系，并在银行

柜口放置公司统一印制的宣传册，并且本着与银行方互惠互利，共同发展的基础，推出股民开户优惠政策，变被动营销为主动营销。

二、加强股民教育，提供投资咨询□xx营业部针对新股民，赠送股民宣传手册和教育光盘，根据股民的差异化管理原则，对资金量较大的客户赠送了xx投资分析软件。并且，营业部还要在每个星期组织股民收看公司的证券讲堂，增强股民投资参与的积极性。

三、重新细分与定位目标市场，针对不同的客户群体，通过提高、改善服务方式及服务渠道，从而满足不同客户群体的不同需要，并且大力发展非现场客户，并积极吸引更多的优质客户。四、继续完善日常工作，提升对存量客户的服务质量，在夯实基础的情况下，加大力量扩展业务，努力多吸收机构客户，提高市场占有率和资产保有率。

五、坚持客户为本的宗旨，科学设计服务工作流程，给客户提供一个方便快捷的投资环境。加强员工的业务培训，提高工作能力和业务素养，建立一支高效团结的员工队伍。在工作中加强服务意识，做到针对不同客户提供所需的投资服务，深化人性化服务理念，从而真正提高服务质量。

六、“开源节流、增收节支”。明年□xx营业部将进一切努力，一方面，服务好原有老客户的同时，不断开发更多新客户，以增加各项利润指标。另一方面，想尽一切办法控制费用指标，降低经营成本。

七、加强投资咨询力量。新的券商之间的竞争，还体现在研发方面的竞争。立足营业部实际情况，加强员工队伍的培养，在团队合作的基础上逐步改变投资咨询薄弱的局面。采用多种现代通讯方式，加强和客户的沟通与联系，开展多种快捷的服务，如业务提醒，研发报告推荐，等等，使营业部对客户的服务向纵深发展。总之□xx营业部的全体员工将紧跟公司



的步伐，让管理和服务上一个新台阶，为公司树立良好的品牌形象，吸引更多的投资者，面对新的一年，我们充满信心。

内容仅供参考

## 证券工作计划书篇二

1、按照中国证监会《证券公司客户资产管理业务试行办法》规定，对代销机构进行资格审查，以促使代销机构的各项业务准备工作符合要求，确保集合资产管理计划的销售活动顺利开展。

2、获得批文前，销售管理组配合代销机构对其一级分支机构开展市场调研、业务培训，培训内容包括本公司\*\*证券“\*\*\*\*”集合资产管理计划简介、集合资产管理计划投资指南、本集合资产管理计划业务规则与业务流程以及客户服务介绍等。同时要求代销机构对其下一级分支机构开展业务培训。

3、获得批文后至发行前，营销策划组与代销机构确定整体宣传推广方案，并组织实施，在发行公告刊登日前将所有宣传材料送达代销机构指定营业网点。销售管理组为代销机构一级分支机构提供强化培训，配合各重点地区举办路演推介会，为发行工作进行市场策动。

4、发行期间，营销策划组与代销机构共同组织宣传推广活动；销售管理组负责各地区代销机构的巡查工作，现场解决销售过程中的有关问题，向本公司总部及时准确地传达相关信息；客户服务组为销售活动提供全面客户服务支持。

5、发行结束后，按照中国证监会的有关规定要求，由销售管理组与代销机构共同对整个集合资产管理计划销售活动进行总结，对各地区发行工作进行考核评价，总结内容包括发行组织安排、销售业绩及客户服务等。

三、直销活动组织安排 一组织安排 本集合资产管理计划发行期间，直销部分主要针对机构客户及资金量充裕的个人客户。本公司根据客户需求特征及地域分布情况，对直销组织活动安排如下：

1、机构设置 目前，本公司在全国设有24家营业部以及北京、上海2个地区管理总部，为直销客户提供高效、优质服务。公司集合资产管理计划工作小组负责直销业务的统一管理与协调工作。

2、人员安排 为做好本集合资产管理计划的直销工作，本公司将充分调动各方面资源，周密计划，统筹安排。在集合资产管理计划发行期间，从各部门抽调人员组成路演推介领导小组与各地区工作组，具体如下： 1路演推介领导小组负责对整个路演推介工作的统筹安排与监督实施。负责人：张跃； 2北方地区工作组负责华北、东北地区直销客户的路演推介、开发工作； 3华东地区工作组负责上海、江苏、安徽、浙江、福建、山东等地区直销客户的路演推介、开发工作； 4南方地区工作组负责深圳、广东、广西、湖南、湖北等地区直销客户的路演推介、开发工作； 5西部地区工作组负责重庆、四川、云南、贵州、甘肃、新疆等地区直销客户的路演推介、开发工作；。

## 证券工作计划书篇三

为确保本次集合资产管理计划顺利发行，本公司内部特成立“集合资产管理计划工作小组”，其中营销策划组、销售管理组、客户服务组具体负责本次计划的营销组织工作。营销组织架构 集合资产管理计划工作小组销售管理组客户服务组营销策划组。

### 一组织安排

本集合资产管理计划发行期间，对于代销活动的组织安

排，\*\*证券有限责任公司以下简称“本公司”拟定了以下基本思路：通过与代销机构建立良好的业务合作关系，充分调动代销机构的积极性，在为代销机构提供人员培训、市场推广、业务指导、客户服务等全方位支持的基础上，充分发挥代销机构现有的资源优势。将本公司代销业务管理体系与代销机构业务营销管理体系有机结合，形成一个资源共享、优势互补的集合资产管理计划代销业务营销体系。在本次计划的代销组织安排中，营销策划组负责整个代销活动的组织策划，与代销机构共同协商确定宣传定位、推广方式、宣传推广实施方案等，共同组织系列宣传材料，联合开展投资者辅导工作。销售管理组负责代销机构的市场调研，组织实施业务培训、业务指导与业务考评工作，及时准确地传达相关信息。在发行过程中与代销机构管理部门一起巡视各代销网点，督促销售活动的开展，就发现的问题及时提出整改意见。客户服务组负责为代销机构的客户提供全方位、优质的客户服务，收集客户的反馈信息，跟踪市场反应情况，及时准确地上报相关情况。

## 二协议签订

为规范代销机构的销售行为，保护投资者的合法权益，本公司根据中国证监会有关规定、《\*\*证券“\*\*\*\*”集合资产管理计划管理合同》及其他有关规定，本着平等自愿、诚实信用的原则，与代销机构签订了《\*\*证券“\*\*\*\*”集合资产管理计划销售代理协议》以下简称“代销协议”，明确了本公司与代销机构的权利义务关系。针对代销业务的日常管理工作，本公司还制定了一系列管理规章制度。在具体业务活动开展过程中，本公司将与代销机构密切合作，严格执行相关规定，并做好风险防范的事前、事中、事后控制工作。

## 三销售活动安排

1、按照中国证监会《证券公司客户资产管理业务试行办法》规定，对代销机构进行资格审查，以促使代销机构的各项业

务准备工作符合要求，确保集合资产管理计划的销售活动顺利开展。

2、获得批文前，销售管理组配合代销机构对其一级分支机构开展市场调研、业务培训，培训内容包括本公司\*\*证券“\*\*\*\*”集合资产管理计划简介、集合资产管理计划投资指南、本集合资产管理计划业务规则与业务流程以及客户服务介绍等。同时要求代销机构对其下一级分支机构开展业务培训。

3、获得批文后至发行前，营销策划组与代销机构确定整体宣传推广方案，并组织实施，在发行公告刊登日前将所有宣传材料送达代销机构指定营业网点。销售管理组为代销机构一级分支机构提供强化培训，配合各重点地区举办路演推介会，为发行工作进行市场策动。

4、发行期间，营销策划组与代销机构共同组织宣传推广活动；销售管理组负责各地区代销机构的巡查工作，现场解决销售过程中的有关问题，向本公司总部及时准确地传达相关信息；客户服务组为销售活动提供全面客户服务支持。

5、发行结束后，按照中国证监会的有关规定要求，由销售管理组与代销机构共同对整个集合资产管理计划销售活动进行总结，对各地区发行工作进行考核评价，总结内容包括发行组织安排、销售业绩及客户服务等。

## 一组织安排

本集合资产管理计划发行期间，直销部分主要针对机构客户及资金量充裕的个人客户。本公司根据客户需求特征及地域分布情况，对直销组织活动安排如下：

1、机构设置 目前，本公司在全国设有24家营业部以及北京、上海2个地区管理总部，为直销客户提供高效、优质服务。公

司集合资产管理计划工作小组负责直销业务的统一管理与协调工作。

2、人员安排 为做好本集合资产管理计划的直销工作，本公司将充分调动各方面资源，周密计划，统筹安排。在集合资产管理计划发行期间，从各部门抽调人员组成路演推介领导小组与各地区工作组，具体如下：

1路演推介领导小组负责对整个路演推介工作的统筹安排与监督实施。负责人：张跃；

2北方地区工作组负责华北、东北地区直销客户的路演推介、开发工作；

5西部地区工作组负责重庆、四川、云南、贵州、甘肃、新疆等地区直销客户的路演推介、开发工作；根据直销客户的特点，各工作组应由销售管理组及本集合资产管理计划相关投资、研究人员组成，从计划的产品、投资、研究等方面向机构客户进行推介。

## 二销售活动安排

1、获得证监会批文前前的直销客户走访工作 自着手本集合资产管理计划的发行准备工作开始，本公司便将核心客户群的培育作为工作重心，与重点客户保持密切联系。为确保本集合资产管理计划的顺利发行，本公司按照四大地区的分工对潜在客户进行了走访，介绍了公司的运作情况以及产品的投资理念等内容，同时与客户加强了沟通，了解了客户需求，为确定本集合资产管理计划的销售活动安排提供了决策依据。

2、获得证监会批文后的路演推介工作 1本公司内部进行各地区路演推介活动的动员工作，协调一致，合理安排； 2各地区路演推介工作组全面展开实际工作，加强对各地潜在客户的推介、开发工作； 3在各地区的路演推介活动，注意与代

销机构的协同配合，防止销售活动出现混乱。

### 3、本集合资产管理计划发行期间的直销活动

1在就近接受各地直销客户认购的基础上，深入挖潜在客户资源；

2对首次认购金额超过500万元的客户，本公司提供上门开户及认购办理服务；

3发行期间不断跟踪核心客户，落实认购意向；

4向本公司总部及时、准确地传达相关销售信息；

5路演推介领导小组根据各地区的销售情况，动态调配公司资源。

## 证券工作计划书篇四

根据营业部20xx年度业绩考核方案的要求，市场拓展组为更好、更有效率的开展工作，使小组内部继续发扬我们团队一直以来所秉承的协作、学习、进取的工作精神，形成不断开拓、持续创新的工作理念，现制定出以下具体的小组业务方案细则：

主要包括市场拓展组的工作职能、发展方向：

客户开发，市场拓展方案的制定与实施；

开发渠道的建设、沟通与创新；

社区及各种场合的对外宣传、讲座

基金销售与其他产品的销售推广；

营业部形象推广与品牌建设；

营业部及上级领导安排的其他工作。

建立并继续完善理财交流圈，各个行业的研究细化，国际、国内经济形式研究

市场拓展组工作人员具体分工协作与工作职责的分类：主要包括督导岗位、综合岗位、渠道一组、渠道二组。

岗位的划分不仅明确了各自主要职责，更注重整体的协作，强化增强团队的凝聚力，集中力量办大事，提高市场拓展组的整体战斗力。

负责部署市场拓展组的工作方向、设定明确工作目标；

负责指导市场拓展组成员进行各个新渠道的开发；

负责综合组、渠道一组、渠道二组的工作进度管理；

负责协调小组成员之间的交流、沟通、学习、协作和提升开拓能力等；

负责引导、解决以上三个小组在拓展工作中的遇到的问题；

负责围绕达成下半年工作计划过程中及时处理其它问题。

负责网上预约客户的及时开户及服务工作；

负责和渠道一组、渠道二组进行配合，做好客户开发工作；

负责市场拓展组客户档案的建立；工作会议纪要及工作日志的整理；

负责市场拓展组各个营销主题活动的策划和实施工作；

负责新客户的及时回访、服务需求调研工作；

负责月度小组绩效考核总结及奖惩制度实施的记录；

负责完成市场拓展组每月量化的工作任务。

负责制定营业部形象宣传等营销活动的方案；

负责和综合岗、渠道二组，客户开发工作的配合；

负责市场拓展组每周进行一次学习讨论，如何更好开展工作；

负责完成市场拓展组每月量化的工作任务。

社区共建活动的策划、实施，做好营业部形象宣传、市场营销等工作；

负责社区各种公益活动的参与、宣传及客户服务；

负责配合渠道综合组、渠道一组的工作，在阶段营销主题活动中协同开发；

负责完成市场拓展组每月量化的工作任务。

原则上做到目标细分、责任到人。为了更好的发挥我们的团队协作精神，达成我们既定的工作目标，履行我们的工作职责，下面把工作任务分解到每个小组；使大家都有明确的个人目标，充满激情、充满动力的做好工作。

市场拓展组在围绕下半年工作规划开展工作时计划进行完善的流程控制，以密切关注整体目标进程为核心，通过总结、学习创新业务知识来持续增强我们的战斗力。

1、市场拓展组成员围绕工作任务实施目标管理



根据目标达成的进度合理安排好工作的时间，工作活动的区域、准客户的储备管理等一系列的流程控制。

## 2、团队提升管理

a□每周一晨会后市场拓展部成员举行例会总结上周工作进度；

b□交流工作中的心得体会，分享经验；

c□每人提出自己所遇到的问题，大家集思广益提供建议；

d□讨论下阶段工作的重要之处，更有效率的开展工作。

## 证券工作计划书篇五

一组织安排本集合资产管理计划发行期间，对于代销活动的组织安排，证券有限责任公司以下简称“本公司”拟定了以下基本思路：通过与代销机构建立良好的业务合作关系，充分调动代销机构的积极性，在为代销机构提供人员培训、市场推广、业务指导、客户服务等全方位支持的基础上，充分发挥代销机构现有的资源优势。将本公司代销业务管理体系与代销机构业务营销管理体系有机结合，形成一个资源共享、优势互补的集合资产管理计划代销业务营销体系。在本次计划的代销组织安排中，营销策划组负责整个代销活动的组织策划，与代销机构共同协商确定宣传定位、推广方式、宣传推广实施方案等，共同组织系列宣传材料，联合开展投资者辅导工作。

销售管理组负责代销机构的市场调研，组织实施业务培训、业务指导与业务考评工作，及时准确地传达相关信息。在发行过程中与代销机构管理部门一起巡视各代销网点，督促销售活动的开展，就发现的问题及时提出整改意见。客户服务组负责为代销机构的客户提供全方位、优质的'客户服务，收集客户的反馈信息，跟踪市场反应情况，及时准确地上报相

关情况。

协议签订为规范代销机构的销售行为，保护投资者的合法权益，本公司根据中国证监会有关规定、《证券集合资产管理计划管理合同》及其他有关规定，本着平等自愿、诚实信用的原则，与代销机构签订了《证券集合资产管理计划销售代理协议》以下简称“代销协议”，明确了本公司与代销机构的权利义务关系。针对代销业务的日常管理工作，本公司还制定了一系列管理规章制度。在具体业务活动开展过程中，本公司将与代销机构密切合作，严格执行相关规定，并做好风险防范的事前、事中、事后控制工作。

- 1、按照中国证监会《证券公司客户资产管理业务试行办法》规定，对代销机构进行资格审查，以促使代销机构的各项业务准备工作符合要求，确保集合资产管理计划的销售活动顺利开展。
- 2、获得批文前，销售管理组配合代销机构对其一级分支机构开展市场调研、业务培训，培训内容包括本公司证券“ ”集合资产管理计划简介、集合资产管理计划投资指南、本集合资产管理计划业务规则与业务流程以及客户服务介绍等。同时要求代销机构对其下一级分支机构开展业务培训。
- 3、获得批文后至发行前，营销策划组与代销机构确定整体宣传推广方案，并组织实施，在发行公告刊登日前将所有宣传材料送达代销机构指定营业网点。销售管理组为代销机构一级分支机构提供强化培训，配合各重点地区举办路演推介会，为发行工作进行市场策动。
- 4、发行期间，营销策划组与代销机构共同组织宣传推广活动；销售管理组负责各地区代销机构的巡查工作，现场解决销售过程中的有关问题，向本公司总部及时准确地传达相关信息；客户服务组为销售活动提供全面客户服务支持。

5、发行结束后，按照中国证监会的有关规定要求，由销售管理组与代销机构共同对整个集合资产管理计划销售活动进行总结，对各地区发行工作进行考核评价，总结内容包括发行组织安排、销售业绩及客户服务等。

1、机构设置目前，本公司在全国设有24家营业部以及北京、上海2个地区管理总部，为直销客户提供高效、优质服务。公司集合资产管理计划工作小组负责直销业务的统一管理与协调工作。

2、人员安排为做好本集合资产管理计划的直销工作，本公司将充分调动各方面资源，周密计划，统筹安排。在集合资产管理计划发行期间，从各部门抽调人员组成路演推介领导小组与各地区工作组，具体如下：

1路演推介领导小组负责对整个路演推介工作的统筹安排与监督实施。负责人：张跃；2北方地区工作组负责华北、东北地区直销客户的路演推介、开发工作；3华东地区工作组负责上海、江苏、安徽、浙江、福建、山东等地区直销客户的路演推介、开发工作；4南方地区工作组负责深圳、广东、广西、湖南、湖北等地区直销客户的路演推介、开发工作；5西部地区工作组负责重庆、四川、云南、贵州、甘肃、新疆等地区直销客户的路演推介、开发工作；根据直销客户的特点，各工作组应由销售管理组及本集合资产管理计划相关投资、研究人员组成，从计划的产品、投资、研究等方面向机构客户进行推介。

1、获得证监会批文前前的直销客户走访工作自着手本集合资产管理计划的发行准备工作开始，本公司便将核心客户群的培育作为工作重心，与重点客户保持密切联系。为确保本集合资产管理计划的顺利发行，本公司按照四大地区的分工对潜在客户进行了走访，介绍了公司的运作情况以及产品的投资理念等内容，同时与客户加强了沟通，了解了客户需求，为确定本集合资产管理计划的销售活动安排提供了决策依据。

2、获得证监会批文后的路演推介工作1本公司内部进行各地区路演推介活动的动员工作，协调一致，合理安排；2各地区路演推介工作组全面展开实际工作，加强对各地潜在客户的推介、开发工作；3在各地区的路演推介活动，注意与代销机构的协同配合，防止销售活动出现混乱。

3、本集合资产管理计划发行期间的直销活动

4、在就近接受各地直销客户认购的基础上，深入挖潜客户资源；

5、对首次认购金额超过500万元的客户，本公司提供上门开户及认购办理服务；

6、发行期间不断跟踪核心客户，落实认购意向；

7、向本公司总部及时、准确地传达相关销售信息；

8、路演推介领导小组根据各地区的销售情况，动态调配公司资源。