

银行营销技巧培训心得体会 银行营销培训心得体会(通用12篇)

学习心得的撰写可以培养自我反思的习惯，帮助我们更好地认识自己，发现自身的不足并做出改进。在下面的部分，小编为大家整理了一些实习心得的范文，希望能给大家写作提供一些启发与帮助。

银行营销技巧培训心得体会篇一

我从本次培训中的所感，所想：

- 1、热血沸腾的目标要拟定远期目标，并分别拟定近期的小目标。我的远期目标是充实自己的专业知识，认真学习完成公司每个部门的工作流程。近期目标是认真完成营销秘书的每一项工作，精益求精，无纰漏。
- 2、积极阳光的心态永远保持乐观向上的心态，不消极不抱怨，不传播负能量，正面的接受领导的批评与教导，相信自己可以做到更好。
- 3、超人般的行动力从思想上根本改变自己的惰性，只要列入计划的必须要按时完成，不拖延不推脱。第一时间认真完成领导布置的任务。
- 4、持续不断地学习不仅要学习专业知识，还要多读书充实自己，提高个人修养；学习方总的细心与细致认真工作的态度；多与身边的同事学习每个人的优点，处处留心皆学问。
- 5、计划时间管理坚持完成“日事日清”工作，是很有效的时间管理，每天都对自己进行一次自省，总结一天的工作时间是否合理分配，并时时提醒自己完成前一天未完成的工作。

6、高效的团队协作我们营销部是一个团队，我必须要积极配合方总以及部门全体人员完成工作。

7、坚持不懈永不放弃在接触到某个未做过的工作难免会觉得困难，想要退缩逃避，但这样无法实现自我突破与提高，越困难约要坚持。每次坚持完成一项困难的工作，都会看到自己的成长。

银行营销技巧培训心得体会篇二

当我们受到启发，对学习和工作生活有了新的看法时，应该马上记录下来，写一篇心得体会，通过写心得体会，可以帮助我们总结积累经验。到底应如何写心得体会呢？以下是小编帮大家整理的银行营销培训心得体会（精选3篇），希望能够帮助到大家。

【银行营销培训心得体会一】

机会参加这样高水平、高规格、超强度、超极限的提升班。在此向领导表示衷心的感谢！

培训班的课程紧张而有序，培训班的氛围严肃而又活泼。回首难忘的日日夜夜，收获良多，感慨万千，现将此次学习的心得向领导汇报如下：

一、态度决定一切，理念产生力量。从培训班的学习手册上我注意到了四个字——学习宣言。上面这样写着：“我承诺：以感恩的心情珍视每一次机会。为此，我将全情投入，积极思考，真诚交流，乐于分享，认真总结，学以致用。我将把所学知识积极运用于工作实践当中，巩固学习效果，提高工作技能。为学习，我将全力以赴！”一开始我就把它当作我的“小闹钟”，时刻提醒在心，把首先端正态度作为成功与收获的起步。米卢曾说过：“态度决定一切！”只有从心里认

同了学习的必要性和重要性，才能使行动变自发为自觉，才能产生良好和积极的效果。培训班为期一周的课程也有效地证明了这一点。培训课上老师曾要求我们认真思考这样一个问题：在培训班过程中如何学习，想学到什么，学习后对自己有哪些期望？我觉得，首先要明确目标，树立信心，理论联系实际，严格遵守纪律。从一点一滴的小事情做起，踏踏实实朝大目标走去。不仅要以饱满的热情，专注的精神来听好每一堂课，同时也要学习讲师的授课技巧，互动的丰采，也要与各个地区的同伴多沟通，多交流，从他们身上吸取更多的营养出国留学和灵感，每位同伴都是老师，每位同伴身上都有闪光的亮点，有着非常优秀的品格值得我去欣赏和学习。这样的机会，人生能有几回？有什么理由不去珍惜和努力呢？积极向上的态度是进步的根本保障，良好的心态本身就是一笔宝贵的财富。总比别人多付出一点，总比别人多努力一些，总比别人多学习一分，离成功总会近些再近些。这是培训班给我的感受之一。

二、养成良好习惯，体现培训风范。

所谓成功，就是功到自然成。成功就是从不习惯到习惯的过程。所以，良好习惯的养成对成功是至关重要的。一个人的辉煌，决不是偶然，决不是一朝一夕的事情，而是经过岁月的千锤百炼和人生的坎坎坷坷。而即形成的好习惯，可以陪伴其一生，一流培训的风范，要从培养良好习惯开始。在培训班里有许多细节上的规定，比如，为保证培训效果，请将手机铃声设计为振动或无声状态；课程期间，请严格遵守课程公约。保持四周整洁卫生，学员不得在休息室以外的公共区域内吸烟；着装整齐讲究，严格履行请假手续等，这些都充分体现了老师们的良苦用心。一支招之即来，来之能战，战之能胜的部队必然是一支习惯良好，纪律严明，作风过硬的部队。培训班*全封闭的学习和训练是紧张而又愉快的，大家都以追求竞争、追求卓越、追求挑战的全新精神来投入，整合旧知识，学习新技能是目标，同时，我认为，良好习惯的培养也是不可缺少的内容之一。良好习惯的养成是个漫长而又

艰辛的过程，培训班是个很好的提升机会和修正的基地，因为在这里有来自全辖伙伴们的友情提示和无私帮助，也有各位讲师的严格监督和热忱关心。浓厚的学习氛围和环境，无疑会使学习进步得快些再快些。

三、充实知识教育，提升专业技能

国内外多家公司的不断入驻，带给我公司全新的机遇，同时也让我们面临更高的挑战。如何加强营销管理，如何迅速有效地拓展市场，如何健全和完善基层管理体系，如何提高营销员队伍的整体素质，如何突破思维有所创新等等一系列的问题已成为摆在我们面前刻不容缓亟待解决的课题。事实和实践证明，只有通过专业培训和规范教育，提升一线主管的综合素质，从而提高公司营销业务的核心竞争力，才能从根本上保证业务的持续健康稳定发展。从公司的生存和发展的战略高度上讲，充实营销知识教育，提升各险种专业技能的培训，学习和吸收国内外先进的营销和服务理念是本次培训班的核要求，也是我参加本次培训班对自己的根本要求。

培训班的课程由浅入深，深入浅出，可以体会到是经过公司领导和老师认真考虑，周到安排和精心设计的。尤其是对mtp管理才能发展的培训，我真是受益匪浅。通过董栗序讲师的精彩讲演，我深刻意识到了自己在日常管理上的弱点与原则间的差距，在管理技巧和沟通技巧的学习中，弥补管理方面的不足。

竞争的结果无非就是优胜劣汰，市场如战场，要想赢得战争，光有勇气和胆识是不够的。保险营销正处于扬帆启航的大好时期，同时，营销市场也将狼烟四起，烽火连天。作为一名保险基层的管理者，除了自己本身要掌握丰富的知识，持有端正的态度，良好的习惯以外，实用的技巧是必不可少的。而技巧的提升，必须通过大量的实践和演练，最后让市场来检验可行度。

本次培训班虽然课程上已经结束了，但新的征程刚刚开始。我将以从培训班中学到的知识、态度、习惯、技巧等投入到紧张有序的实际工作中去，以持之以恒的精神、认真严谨的作风，立志为中国人保财险的光辉事业奋斗终身！

【银行营销培训心得体会二】

为期十天的省行培训转眼即逝，这里留下了我们静静聆听前辈教导的身影，这里留下了我们最真最灿烂的笑容。暮然回首，这样欢聚一堂的机会已然不多，我们即将浩浩荡荡的奔赴工作岗位，以全新的精神面貌迎接新的挑战，内心诚惶诚恐，却又满心欢喜和期待。

如果有人问我，培训期间给你留下印象最深刻的是什么？我想说，是榜样的力量。每一位为我们授课的省行领导，他们的做人准则、工作经历和体会都深深的感染着我们，他们博学多才，他们经历丰富，他们谦逊有礼，他们勤勤恳恳，兢兢业业，甚至连培训班每天与我们朝夕相处的老师，他们无微不至的关怀和服务精神，都令人为之动容。感谢培训班的老师为我们真诚而温馨的付出，感谢省行提供的培训机会，带给我们全新的精神洗礼。

如果有人问我，培训期间你的收获是什么？我想说，是实现了由菁菁校园的学生走向职业人的心态转变。在这里，我们了解了中国农业银行的发展历程、基本概况、业务模块、风险管理、公文规范、服务礼仪、薪酬管理体系，人才培养和晋升制度。通过系统的学习，学员们明确了自己的职业发展方向，规划人生蓝图，踌躇满志。

“违规就是风险，安全就是效益，合规创造价值”，依法合规的观念已经深入人心，银行业是个高风险的行业，在金融创新浪潮的推动下，金融业逐渐发展成为主要提供风险转移策略的银行，从某种意义上讲，商业银行就是“经营风险”的金融机构，以“经营风险”为其盈利的根本手段，健全的

风险管理体系能够为商业银行创造附加价值，在市场上获取盈利机会的风险承担能力，是现代商业银行核心竞争力之所在，风险存在于商业银行的每一个业务环节，全面的风险管理体系为每一个员工的习惯行为，因此，作为一名银行从业人员，我们应该时刻具有风险管理的意识和自觉性，主动预防工作中可能潜在的风险因素，同时，注意保护自己。

“欢迎加入*行大家庭!”这句温馨的话语不断地在每一位前辈的发言中得以重复，确实如此，培训期间，培训班通过组织各种文体活动，增进学员之间的沟通交流，其乐融融。

每天的行程都安排得很充实，上课学习，体育比赛，演讲比赛，文艺汇演排练等丰富多彩的活动，为新学员提供了一个展现自我，融入农行大家庭的舞台。特别是文艺汇演的排练，加深了学员们彼此的了解，我们肆意的挥洒青春的汗水，绽放最炫丽的青春，在文艺汇演这个活跃的大舞台上，充分地展现农行新一代员工的亮丽风采!在此，预祝20xx年中国**银行分行第三期新员工培训班文艺汇演取得圆满成功!

中国农业银行在成功上市之后，以市场为导向，以客户为中心，以效益为目标，努力把农业银行建设成一家面向“三农”、城乡联动、融入国际、综合经营、致力为最广大客户提供优质金融服务的现代化全能型银行。我们作为农行的新员工，本着爱岗敬业，勤勉尽职，依法合规的职业心态，踏上征途，追求卓越，共创辉煌!

最后，谨以下文与各位同事共勉：

知之非艰，行之惟艰，知难行易，知行合一，行我所信，信我所行。

【银行营销培训心得体会三】

今年我参加了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、转变市场营销观念，实施核心客户营销策略。

当前，银行业普遍认同一个“二八定律”，我认为“二八定律”针对我们邮政储蓄银行，尤其是县级以下及农村二级支行来说，这个定律尤为显得贴切和突出，即银行80%的利润来自于20%的客户。可见，20%的高端客户针对我们邮储银行带来的收益就可想而知，但是如何让这20%的高端客户真正成为我们的忠诚客户，那就需要支行自身利用和优化现有的资源，通过生日礼物、病期探视、各大节日特色祝福等等来拉近与客户的亲属感并通过交叉营销，让客户通过各种体验途径购买咱们银行自身的多种产品，以更优质更快捷的服务等等让20%的高端客户从心里产生对我们邮政银行的忠诚度。

二、转变经营思路，树立科学发展观。

1、要进一步增强存款工作的危机感和使命感，大力促进各项存款快速增长，全力提升存款业务的市场地位，加大储蓄存款竞争力度，全力提升市场份额。坚持“大个金”发展战略，运用我行点多面广，覆盖城乡的网点资源和营销潜能，做大储蓄市场。

2、着力推进中间业务和新型业务的全面、协调发展，通过代理保险、信用卡、以及下一步就要推行的ic卡、惠农卡等产品，抓好全年每个季度每个时间段。发展业务有的人说要分业务淡季旺季，我个人认为业务的发展与否不应有淡旺季之分，而是取决于一个支行，一个团队的思想意识之团队精神，我们发展业务也决不只能坐门等客，而是要走出去，走进市场，走进商户、农户之中进行有针对性、策略性的实质营销，不是有这样一句话嘛：时不我待，只争朝夕！我们不能把“与时俱进”当做一句空话，我们需要实际性地主动出击。

三、强化风险防范意识，提升内控管理质量。

随着银行业竞争的日益激烈，市场环境的复杂多变，商业银行经营面临着越来越多的风险，我们作为商业银行面临的主要风险包括信用风险、市场风险、操作风险，针对上述三个风险，我认为加强操作风险的防范尤为重要，通过观看四十五分钟的警示教育片，以及我们身边听说看到的很多案例，不难看出，绝大部分风险来自于*银行内部，比如银行监守自盗、违规操作等等，因此我认为在日常工作中应做好以下几个方面的内容：1、加强员工的思想教育和业务制度的学习，利用周例会、晨会，月经营分析会及网上下载警示教育片等把风险防范意识，结合今年的“合规执行年”制度的内容，深深灌入每位员工的思想灵魂深处，让合规的经营理念融入到工作的每一环节，争做遵章、守纪、知法、守法的邮政储蓄银行人。

四、搭建“以人为本”的发展平台，培育和谐企业文化。

针对支行员工应表扬先进，激励后进，和员工多沟通、少批评，坚持以人为本，利用现有的职工小家资源，通过和员工一起生日、节日聚餐，乒乓球、象棋、羽毛球友谊赛等，和员工每日保持一种愉悦的心情，良好的心态，同时也要进一步抓好网点柜面规范化服务，进一步加大服务检查力度，健全服务监督检查网络，要引导员工换位思考，站在客户的角度看待自己提供的服务，自动自发做好服务工作，树立良好的企业形象，提高社会知名度和美誉度。

五、强化执行力，提升管理能力。

何谓执行力?执行力“就是按质按量地完成工作任务”的能力。个人执行力的强弱取决于两个要素——个人能力和工作态度，能力是基础，态度是关键。所以，我们要提升个人执行力，一方面是要通过加强学习和实践锻炼来增强自身素质，而更重要的是要端正工作态度。那么，如何树立积极正确的工作

态度?我认为,关键是要在工作中实践好“严、实、快、新”四字要求。

1、要着眼于“严”，积极进取，增强责任意识。责任心和进取心是做好一切工作的首要条件。责任心强弱，决定执行力度的大小;进取心强弱，决定执行效果的好坏。

2、要着眼于“实”，脚踏实地，树立实干作风。天下大事必作于细,古今事业必成于实。虽然每个人岗位可能平凡，分工各有不同，但只要埋头苦干、兢兢业业就能干出一番事业。好高骛远、作风漂浮，结果终究是一事无成。

3、要着眼于“快”，只争朝夕，提高办事效率。“明日复明日，明日何其多。我生待明日，万事成蹉跎。”因此，要提高执行力，就必须强化时间观念和效率意识，弘扬“立即行动、马上就办”的工作理念。坚决克服工作懒散、办事拖拉的恶习。

4、要着眼于“新”，开拓创新，改进工作方法。只有改革，才有活力;只有创新，才有发展。面对竞争日益激烈、变化日趋迅猛的今天，创新和应变能力已成为推进发展的核心要素。

以上是结合本次省行培训内容和从事本岗位经验的一些打算和体会，不妥之处敬请领导批评指正。

银行营销技巧培训心得体会篇三

注重营销方法讲究营销策略——对于如何提高市场营销能力的几点思考随着全球经济一体化的不断深入，金融业的竞争显得尤为激烈。市场营销能力的强弱直接关系到一家银行的成败与发展。笔者以为在市场营销的过程中关键是做到“整合资源配置、细化客户类别、注重营销方法、讲究营销策略”。

一、整合资源配置。在现有的人力和硬件资源下如何充分挖掘潜力。

1、选对人、用好人。

将一批真正想干事、能干事、会干事的人充实到客户经理营销队伍中来。把那些不想干事、干不成事人请出营销队伍。业绩是衡量的标准。真正做到以岗定人，以人定责，进行调整，用其所长，尽其所能，突出业绩导向，更好地发挥个人潜能。

2、着力构建全员营销体系。加强全体员工的营销理念教育。创建“人人参与营销、个个积极营销”的新型营销文化氛围。市场营销不仅仅是银行高层管理者和客户经理的工作，要使市场营销的观念成为全体员工的共识，培育全员营销意识，并转化为每位员工的自觉行动。保证上下通畅，左右协调，形成立体营销网络。

3、制定相关学习培训计划。

着力提高营销人员业务素质及营销技能，支行每周安排一个下午进行业务培训及现场演示，使其熟练掌握新兴业务，便于更好地开展营销工作。

4、充分发挥各网点为营销功能。

各网点可以利用自身优势通过进悬挂横幅、散发宣传资料和积极参与本行、地方政府的文明创建活动等形式，扩大本网点影响力。每逢节日可以举办活动，向客户赠送一些小纪念品，吸引客户。

5、网点组织进社区活动。

网点周边居民往往是分理处重要而以稳定的客户群。进社区活动可以提升网点美誉度，并可适时推出我行新产品。笔者认为这是一项重要举措，至少可以让周边老百姓知道有这

么一处网点存在。

二、细化客户类别。不同的客户有不同的需求，有针对性的对不同等级客户实行差别营销。

1、建立客户档案，邀请优质客户进行座谈，充分发挥以点带面的作用。

建立客户关系管理台帐，对客户信息进行搜集、积累、分析、整理，建立客户信息数据仓库，并适时对客户资源信息的价值、贡献度、成本、效益进行分析评价，为市场开拓与业务营销提供决策参考。2、成立长期性的目标客户调研小组。利用客户资源管理与价值分析评判机制，每月选定几个单位作为营销目标，对每一客户进行可行性分析后，找到营销的重点和难点，针对不同的客户采取灵活的营销方式，确定攻关客户经理和分管行级领导，制定了一对一的营销方案，再次是相关部门密切配合。

三、注重营销方法。共享客户资源强化联动营销。这是部门间相互协作，获取信息的重要途径。

1、在市场营销过程中，全面整合公司与个人客户资源，加强个人金融业务与公司业务部的合作，发挥整体资源优势 and 营销功能，充分挖掘和发现个人优质客户，不断创新服务手段，建立公、私客户经理联手制，实行一揽子服务，以公司业务带动个人业务、以整合营销推动市场拓展，积极竞争优质客户，确保客户质量。

2、个人业务科努力打造我行具有特色的品牌，在前期品牌形象宣传推广的基础上，有计划地开发、策划，组织形式多样的市场活动，及时了解和满足客户需求，扩大品牌内涵，吸引优质客户，为优质客户提供全方位、高质量的服务。

在服务的过程中同样可以把优质客户后面的企业反馈给公司

科，相互协调发展。四是讲究营销策略。对不时期、不同地点开展有针对性的营销活动。

3、在开学前，积极宣传“汇款直通车、同城汇款□e时代等业务”，大力宣传教育储蓄，定期一本通业务，可以有力地促进储蓄存款和中间业务的增长。

在我行网点所不能触及到的乡镇企业中，开展网上银行、电话银行等宣传。

4、展开强大的宣传营销攻势，积极抢占业务市常充分利用电视台、电台、报社等新闻媒体和印刷宣传资料，通过宣传报道、邮政广告、柜面资料、街头咨询等手段，全方位进行宣传、介绍特色业务品种，宣传我行近年来所取得的成就，有效提升我行的社会知名度和影响力，有力地推进业务市场的扩张。

总而言之，只要全行上下人人都做有心人，依托各项优势积极参与整合营销、分层营销、出国留学一体化营销的策略，想方设法做好优质客户的维护工作，营销成果一定会转化为经营结果，工行的明天一定会更辉煌。

银行营销技巧培训心得体会篇四

银行是一家金融机构，为人们提供存款、贷款、理财等服务。随着金融市场的竞争日益激烈，银行营销礼仪培训成为了必要的课程。在我参加银行营销礼仪培训的过程中，我深深地认识到了礼仪在银行业中的重要性，并获得了一些宝贵的心得和体会。

第一段：认识银行营销礼仪的重要性

在银行业中，服务质量和形象是影响客户忠诚度和选择的

重要因素。而礼仪作为服务行业中最基本的要求之一，对于银行的发展具有不可忽视的重要作用。银行营销礼仪培训通过培训员工的礼仪修养和职业操守，提高员工的服务水平和素质，从而提高银行的整体形象。在培训中，我了解到礼貌待人、规范用语、整齐着装等都是银行员工必须要具备的基本要求，同时也注意到了细微之处的影响力，比如微笑、行为举止等小细节。

第二段：培训的内容和方法

银行营销礼仪培训的内容主要分为理论学习和实际操作两部分。理论学习包括礼仪知识、服务技巧、职业道德等方面的学习；实际操作则是通过模拟场景进行角色扮演，让员工在实践中熟悉和掌握各项礼仪规范。培训还采用了多种教学方法，如讲座、小组讨论、案例分析等，使员工能够积极参与和思考，提高培训的效果。

第三段：培训过程中的心得收获

在培训的过程中，我深刻认识到了良好的服务态度对于银行工作的重要性。态度决定一切，只有以热情愉快的态度去服务客户，才能赢得客户的信任和满意。同时，我还学到了如何与客户有效沟通的技巧，比如倾听客户的需求、尽量给予帮助和建议等。此外，培训还强调了团队合作的重要性，只有和同事们紧密合作，才能更好地完成工作，并为客户提供高质量的服务。

第四段：影响银行营销的因素

银行营销的成功与否，除了员工的专业能力外，还与外部环境和内部管理密切相关。外部环境包括市场竞争、客户需求等因素，银行需要根据市场需求调整营销策略，从而满足客户的需求。内部管理则包括领导层的决策、员工之间的协作等方面，银行需要建立科学的管理体系，引导员工形成良好

的团队合作精神。银行营销礼仪培训不仅可以提升员工的个人能力，也可以增强银行的整体实力，从而更好地应对市场竞争。

第五段：有效的银行营销礼仪培训对于银行的重要意义

有效的银行营销礼仪培训不仅可以提高员工的服务质量和素质，还可以提升银行的竞争力和形象。在培训后，员工将更加注重细节，精益求精，在工作中严格遵守礼仪规范，与客户保持良好的互动，提高客户的满意度和忠诚度。同时，银行整体形象的提升也将为银行带来更多的机会和业务，促进银行的可持续发展。

总结：通过银行营销礼仪培训，我认识到了礼仪在银行行业中的重要性，并获得了一些宝贵的心得和体会。银行营销礼仪培训不仅可以提高员工的服务质量和素质，还可以增强银行的竞争力和形象，对于银行的发展具有重要意义。因此，我将继续倾听、学习和实践，提升自己在银行工作中的礼仪水平，为银行的发展贡献自己的力量。

银行营销技巧培训心得体会篇五

怀着无比的憧憬与渴望，我融入了客户经理培训的大集体。我觉得人生仿佛雨后的金色，开始展现出璀璨夺目的刺足光环。于是，和一同同样怀着梦想的同事一起，我们组成了第一期客户经理培训班——一个团结奋进的班级。

总以为培训过程是简单而又轻松的，没烦恼也没有有压力，可是，在经过了14天的培训过后，我发现这真的是一项艰苦的工作，需要不断的努力积极进取，需要有顶住压力发挥潜力，需要把自己全身心的工作热情全部满腔热情投入进去。

在这14天的培训当中，我学到了好多东西，比如如何审查中小企业报表如何做好贷前的审查（包括企业的环境、企业老

总的素质和贷款的违约风险等) 贷后的跟踪检查, 如何做好营销其他工作, 以及营销手段的技巧等等。在学习的过程中, 我体会到了前所未有的体悟, 这其中既有伤感也有甜蜜。

本次培训课程时间紧凑, 内容新颖, 条理清楚, 既有理论指导, 又有经验之谈。从培训的一开始, 我就被培训中的气氛所感染, 每一节课, 我都会想: 我该怎么去做, 我该怎么回答, 我能得几分。老师的一言、一行, 提出的每一个风险问题, 我都认真体会, 从而或使自己得到更多。整个的技术培训让我受益匪浅, 也有很有几点体会: 首先, 团队精神巴杜尔是我体会最深的部份。在培训之前, 所有学员就被归为五个组, 一开课, 先选出了组长, 班长, 每个组还定下了队名和队呼并进行了展示, 课内课外的每每, 我们都在通过团体和个人的精彩表现来获取积分, 为我们的团队争取最后的优胜, 在这个过程中, 每个人的创业团队意识都被充分调动了起来, 都在为着自己的团队而努力。

我, 很荣幸地得到了组员们的而成为了组长, 但愈加深刻感受到的, 是我肩上的重压和责任, 几天下来, 组员们心理素质得都很不错, 我想对组员们说: 你们都是十分优秀的。而我, 也愈加不足地看到了自己的不足, 以后我会更加努力地提高自己。“没有完美的个人, 只有完美的团队”, 我们每个人的能力都是有限的, 只有我们还原染料地结合在一起, 各自全面性地发挥自己, 为着一个共同的最终目标前进, 才能做的最好。在平时的工作中也是这样, 没有团队合作的精神, 就很难达到一个理想的其他工作效果, 只有通过集体的力量, 团队精神才能使工作做的更出色, 完成得更优秀, 我们要“建设一流的团队, 创造一流的效益”。其次我感受到, 在工作中, 我们要有强烈的客户服务责任意识, 站在客户的角度为客户服务, 要以客户的标准为标准, 匹敌并要有比肩客户的期望的标准, 要充分考虑到客户的消费需求, 急用户之所急, 想客户之所想, 冀望让客户得到超越期望的更加满意的答复, 只有这样才能捧得更多的客户。特别总要注重细节, 学会取用沟通的技巧, 任何一个微小的失误都

可能决定成败，在日趋激烈的竞争中客户随时可以离开我们，而选择其他人。产品与服务是制胜的关键，客户服务是非常重要的产品的极其重要组成部分。服务和产品本身品牌都是竞争力的重要组成。在市场竞争日趋激烈的今天，银行产品在价格和性能上的表现得越来越不明显，要想突出产品的个性化，打响自己的品牌，获得客户的青睐，新颖和完善的客户服务是我们致胜的法宝，客户服务的差异性形成个体差异了产品的差异性，所以客户服务是至关重要的，我们要令人瞩目用卓越的服务来赢取客户。还有一点，“均衡的要求是训练，不合理的要求是凭着”，在培训课程中我们是这样要求自己的，而在工作中，往往也存在着某些惯常习惯性的合理的或不合理的东西，我们都要保持一种积极的心态去持续保持关照，抱着更大的热情的去面对挑战。要注意调节自己的市场情绪。面对工作压力时，应该将每次的困难当作不该一种考验，当作是再次体现自身价值的一个机遇。在每次对新的考验机会的期待中，使自身的价值得以提高，也就将压力转变成前进的动力。如果没有今次培训，我不知道我在接触客户时会有怎样的表现；但是通过培训，尤其是亲身准备并参与演练之后，我清楚地知道自己应该如何面对客户，实际到每一个环节。专业的销售流程是一个循环的过程，从准客户开拓到准备、约访、接洽、初次面谈、商品说明、拒绝处理、促成告之到售后服务，售后服务不算结束，而是另一个准客户开拓的开始。通过演练，不仅掌握了具体流程，更重要的’是我因此而获取的面对挑战攫取的勇气和自信。尽管还有很多太少，但走下讲台，听到前辈赞许的鼓励，油然而生的喜悦不可言喻。还有一点感想，就是要做好准备工作抓住机会。机会很多，却总有从手缝溜走中溜走的可惜。不能怨天尤人，而应该自我反省，是不会给我机会吗，还是因为我自己准备的充分准备不够充分？机会只给有抓紧时间的人，这样的遗憾，下不为例。培训带给我很多教诲，很多东西值得我们一下坚持：一份好心态，一颗上进的心、积极的态度；培养团队精神、创新精神；合理安排时间，树立良好的时间观念；重视细节，战略上举重若轻，战术上举轻若重等等。

这14八天的时间是艰苦的，因为没有休息，我沮丧了西点军校的严厉。但就是因为如此，才使我们仅仅利用14天的时间就学习掌握了可以称作是不可能完成的任务。简直就像奇迹一样。我觉得觉得这折射出了一个极经典的哲理，那就是人的潜力，真的是无限的。

总的来说，这次培训使我向更深的层次迈进，对我在今后的社会当中立足有一定一定的积极意义，但我也认识到，要想做好这方面的工作单靠这半个月的培训是不行的，还需要我在平时的学习和其他工作中一点一点的积累，不断更新自己的经验才行。在今后的工作中，我要努力做到戒骄戒躁，坚定信念，加强学习，积累经验，不断调整自己的思维方式和工作方式，在实践中磨练自己，我坚信通过了一发展阶段的实习，所获得的实践经验对我终身受益，在今后的工作中将飞速不断的得到验证，我会不断的和体会实践中所学到的知识，并结合理论知识不断的应用到实际教育工作渐次去，充分展示自我的个人价值和人生价值。为实现自我的理想和光明的前程而努力。

银行营销技巧培训心得体会篇六

俗话说：“一年之计在于春”。三月是温暖的季节，也是我们开始奋斗的季节。在这个充满希望的日子里，我走进了中信银行这个大家庭，进行了两周的跟岗实习，在营销过程中，我留下很多耐人寻味的回忆，同时也得到很多刻骨铭心的体会。

第一：具备专业的业务知识。我们是用设点营销的模式，当我们在家乐福摆点时有客户前来询问相关信用卡使用情况，需要我们营销人员具备良好的专业知识，为客户答疑解惑，无论是从办卡条件、激活还是使用、还款，都必须了如指掌，然后才能指导客户完成之后的操作。

第二：具备充分的自信，瞬间获得客户的信赖。一名合格的

营销员首先要具备充分的自信，只有对自己充满信心，才能给自己一个清晰的思路，把产品通过流畅的语言介绍给客户。在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自己有好感。与客户初次见面时的说辞非常重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体现在初次见面，交谈时客户可能在很长时间对营销员是无动于衷的，但在一些细节上的改变或许可以赢得客户的倾心。

信的明天更加辉煌。

银行营销技巧培训心得体会篇七

为期十天的培训转眼即逝，这里留下了我们静静聆听前辈教导的身影，这里留下了我们最真最灿烂的笑容。暮然回首，这样欢聚一堂的机会已然不多，我们即将浩浩荡荡的奔赴工作岗位，以全新的精神面貌迎接新的挑战，内心诚惶诚恐，却又满心欢喜和期待。

如果有人问我，培训期间给你留下印象最深刻的是什么？我想说，是榜样的力量。每一位为我们授课的领导和老师，他们的做人准则、工作经历和体会都深深的感染着我们，他们博学多才，他们经历丰富，他们谦逊有礼，他们勤勤恳恳，兢兢业业，甚至连培训班每天与我们朝夕相处的老师，他们无微不至的关怀和服务精神，都令人为之动容。感谢培训班的老师为我们真诚而温馨的付出，感谢银行提供的培训机会，带给我们全新的精神洗礼。

如果有人问我，培训期间你最大的收获是什么？我想说，是实现了由菁菁校园的学生走向职业人的心态转变。在这里，我们了解了常熟农商行的发展历程、基本概况、业务模块、风险管理、公文规范、服务礼仪、薪酬管理体系，人才培养和晋升制度。通过系统的学习，学员们明确了自己的职业发展方向，规划人生蓝图，踌躇满志。

“违规就是风险，安全就是效益，合规创造价值……”，依法合规的观念已经深入人心，银行业是个高风险的行业，在金融创新浪潮的推动下，金融业逐渐发展成为主要提供风险转移策略的银行，从某种意义上讲，商业银行就是“经营风险”的金融机构，以“经营风险”为其盈利的根本手段，健全的风险管理体系能够为商业银行创造附加价值，在市场上获取盈利机会的’风险承担能力，是现代商业银行核心竞争力之所在，因此，作为一名银行从业人员，我们应该时刻具有风险管理的意识和自觉性，主动预防工作中可能潜在的风险因素，同时，注意保护自己。我作为信贷部的一员深知信贷业务是商业银行最重要的资产业务，也是商业银行主要的收入来源和主要的风险所在。因此，我们应该时刻具有风险管理的意识和自觉性，主动预防工作中可能潜在的风险因素，同时，注意保护自己。

好高骛远是我们这代人的通病，要脚踏实地，树立实干作风。虽然每个人可能岗位平凡，分工各有不同，但只要脚踏实地，兢兢业业就能干出一番事业。这次培训让我有很多体会，银行的工作不仅要一丝不苟的对待，更要突出重点，抓住关键。要根据企业发展的需要，让我们共同努力把我们的企业转化为健全、科学、有生命力、有竞争力的现代金融企业文化。我们作为银行的新员工，本着爱岗敬业，勤勉尽职，依法合规的职业心态，踏上征途，追求卓越，共创辉煌！

最后，谨以下文与各位同事共勉：知之非艰，行之惟艰，知难行易，知行合一，行我所信，信我所行。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

银行营销技巧培训心得体会篇八

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、非常漂亮的信用卡。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。

3类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。

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。我通常会先问他，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。

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，并且经常互相交流经验的话，我相信20__年我行的信用卡任务一定能够

完成。

银行营销培训心得体会

银行营销技巧培训心得体会篇九

俗话说：“一年之计在于春”。三月是温暖的季节，也是我们开始奋斗的季节。在这个充满希望的日子里，我走进了中信银行这个大家庭，进行了两周的跟岗实习，在营销过程中，我留下很多耐人寻味的回忆，同时也得到很多刻骨铭心的体会。

第一：具备专业的业务知识。我们是用设点营销的模式，当我们在家乐福摆点时有客户前来询问相关信用卡使用情况，需要我们营销人员具备良好的专业知识，为客户答疑解惑，无论是从办卡条件、激活还是使用、还款，都必须了如指掌，然后才能指导客户完成之后的操作。

第二：具备充分的自信，瞬间获得客户的信赖。一名合格的营销员首先要具备充分的自信，只有对自己充满信心，才能给自己一个清晰的思路，把产品通过流畅的语言介绍给客户。在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自己有好感。与客户初次见面时的说辞非常重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体现在初次见面，交谈时客户可能在很长时间对营销员是无动于衷的，但在一些细节上的改变或许可以赢得客户的倾心。

第三：给自己制定一个力所能及的计划。因为设点营销是很多同行惯用的模式，客户见多了也就觉得并不那么新鲜了，点摆在那里，关键要能把客户吸引过来。在营销的过程中，我一直在积极的引导客户，虽然其中有过不少挫折，但同时也掌握了不少方法。而为了避免一种盲目性的积极，我需要制定相应的计划。只有合理安排每一天的工作，才能事半功半。

第四：在营销失败中学到新知识。常言道：“失败乃管理才能发展的培训，我真是受益匪浅。通过董栗序讲师的精彩讲演，我深刻意识到了自己在日常管理上的弱点与原则间的差距，在管理技巧和沟通技巧的学习中，弥补管理方面的不足。竞争的结果无非就是优胜劣汰，市场如战场，要想赢得战争，光有勇气和胆识是不够的。保险营销正处于扬帆启航的大好时期，同时，营销市场也将狼烟四起，烽火连天。作为一名保险基层的管理者，除了自己本身要掌握丰富的知识，持有端正的态度，良好的习惯以外，实用的技巧是必不可少的。而技巧的提升，必须通过大量的实践和演练，最后让市场来检验可行性。

本次培训班虽然课程上已经结束了，但新的征程刚刚开始。我将以从培训班中学到的知识、态度、习惯、技巧等投入到紧张有序的实际工作中去，以持之以恒的精神、认真严谨的作风，立志为中国人保财险的光辉事业奋斗终身！

微营销培训心得体会

营销课程培训心得

银行外出营销方案技巧

银行中秋活动营销方案

银行职工培训心得

银行委托培训合同

银行营销活动策划方案

银行金融营销分析的论文

银行营销技巧培训心得体会篇十

时间匆忙而过，转瞬为期一周的营销标杆网店打造培训结束了，我信任每一个人都和我一样受益匪浅。首先我要感谢联社给我们支配的学习机会，其次感谢倍垒学校老师辛勤的付出和指导。这次培训我觉得可以分为三个板块，一是营销打算，二是营销实战，三是总结提高。在这个过程中我们收获了营销观念的变更，营销的技巧极高以及阅历的积累。培训是短暂的，但收获的以上东西必将贯穿于我今后的工作，并且会随着时间的推移发挥的更加精彩。

首先关于理论学习与晨会。这两者都是在为我们营销工作做打算。一天之计在于晨，我们须要支配好一天的工作，“破零加一”就是要让我们知道我们今日要做什么。仪容仪表的整理和团队氛围的带动是要求我们一有一个良好的工作面貌，摒弃工作以外的心情，以饱满的工作热忱去迎接我们工作。金融市场日新月异我们也要与时俱进，晨会中财经新闻播报环节也只是抛砖引玉，我们须要不断为自己充电。话术演练以及营销技巧的学习是让我们更好的面对客户，高效率完成营销工作。由于每天面对客户较多，所以我们须要快速引起客户的爱好，突出产品优势及卖点，促成交易，事先的打算工作显得尤为重要，足够的打算必将事半功倍。

其次关于营销实战。随着银行竞争加剧，我们不能再等客上门而是主动出击。开口营销真的有想象中那么困难吗？就拿手机银行来说，开口并不是那么困难我只是将一种更便利快捷的方式介绍给客户并教会他们运用，针对年轻人来说接受度还是很高的。针对客户较多时，培训老师交给我们“三角站位”，高柜、低柜及大堂经理的.相互协作各司其职，既缓和客户心情，又争取了营销机会。这个时候充分展示团队的执行力和协作实力才能良好的完成我们的工作。培训老师还传授了一些常用的营销技巧。一用微笑和赞美打破和客户之前的生疏感，二抓住细微环节，了解客户需求，选择一种产品突出卖点进行营销，三用故事、礼品等方式客户促成销售。

最终，关于总结提高。每一个客户都是个案，既有相像之处，也有特别状况，所以营销技巧是可以复制的，但又不仅仅是复制，要不断总结积累创新。学习的方式也是多样的我们可以多听多看别人是怎么做的，取其精华去其糟粕。而我们自己每一次的营销阅历也是特别珍贵的，哪里做的不够好，下次我们该怎么做，这些须要在我们每天结束工作后细致思索。

以上是我此次参与犍为联社关于打造营销标杆网点培训的心得体会，再次感谢联供应的培训机会以及老师的教育。

银行营销技巧培训心得体会篇十一

第一位办理存定期2万元的客户时，专业知识联合营销本领，简洁不失重点，成功营销出

第二、三天的基金营销也赢得满堂彩，总额达323000元；虽然

第五天的保险相对单薄，但营销意识已慢慢融入我们工作中。“习惯不是一天养成的，果实不是一朝成熟的。”培训师朱xx将此言于我农行桐琴分理处的全部工作人员共勉，我分理处所有工作职员必将付诸行动，创建“人人参与营销、个个积极营销”的新型营销文化氛围，依托各项优势积极参与整合营销、分层营销、一体化营销的计谋，想方设法做好优质客户的维护工作，营销成果一定会转化为谋划效果，农行的来日诰日肯定会更光辉。

银行营销技巧培训心得体会篇十二

参加信合工作已经四年，我就像一棵春天的幼苗，通过联社的一次次培训，不断成长，不断的汲取知识，让自己的业务素质和服务能力不断提升。培训是一个思想系统化和深入化的过程，它是我提高思想认识水平，提高实践水平的一个重要途径。4月12日，我又一次暂别柜台，来到联社接受为时一

天半的阳光心态与主动服务营销培训，让自己接受了新的知识，又一次对自己进行充电。这次培训，时间虽短，但感受颇深，特别是对自己心态调整与主动服务营销的认识和理解上，彻底改变了我的愚见，受益匪浅。

1、做人要有才，更要有德。培训老师第一节课就为我们归纳出这么一句话：“人分为四种：有才有德之人，称之为**人财**；有德无才之人，称之为**人材**；无德无才之人，称之为**人‘裁’**（总是被裁）；而最后一种则是最可怕的，有才无德之人，称之为**人灾**。”金融行业是一个高风险的行业，从事金融工作，最重要的是坚守职业操守和职业道德。作为金融职业人，必须在对自身的品德进行修养提升的前提下，对自身的专业业务素质通过培训和自我学习进行提高。

2、作为职业人需要有团队意识。这次培训，我们分成了六个团队进行**pk**并且培训老师专门的对团队的概念和团队精神进行了深入的讲解，并通过搭建“希望之塔”，锻炼了我们的团队合作能力与团队创新能力。