

金融公司融资计划书 金融工作计划(实用7篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

金融公司融资计划书 金融工作计划篇一

在自己手上已有的客户资源上深度挖掘，在完成公司拟定的20万目标的前提下，尽量大限度的超额，争取自己能早日转正。给公司带来效益的同时，也给自己带来更多的收益。同时，也不能够对开发新客户的工作有所忽视，每天的宣传工作仍然得认真对待。

学习是成功的第一要素，对于每个销售人员来说，在工作中不断学习，开拓视野，丰富知识，总结经验与不足，是丝毫不能懈怠的工作。只有在不断的总结与学习过程中，才能够使自己不断的成长。同时，加强金融行业其他行业知识的学习，包括银行、证券、保险、基金、期货、信托、私募等等，特别是自己证券、信托、私募等这些自己以前没有从事和接触过行业，加强其他行业知识及其理财产品的学习，深挖他们产品的特点，与我们产品进行对比，找出我们产品中的优缺点，做到知己知彼、百战不殆。当然，还需加强与同事之间的交流与学习，把自己以前的工作经验与同事们分享，同事虚心向身边同事请教，吸取他们的优点，改正自身的缺点与不足，达到整个团队的共同进步。

的拟定。

1. 坚持每天出去发单，保证每天发单量达到100以上，能够

和10个以上客户详谈，最少留下一个电话，保证大约有10万左右的资金量。

2. 每周完成10个左右的意向客户，同时保证这10个客户中有一、两个客户能投资。同时要知道其他未来投资客户的原因，是资金最近不足，还是觉得我们公司原因，亦或家里人不同意，还有是有其他的投资渠道等等，对每一个客户的原因都认真分析，通过不同的方法处理，有些客户还是可以争取过来的。

3. 每月完成40个左右的意向客户，6个客户能够投资，20万的资金量。

4. 每季度130个左右的意向客户，18个客户能够投资，100万的资金量。

把握好每一次值班机会，对每一个上门客户做到认真对待，树立好公司形象，从内心了解客户的深切需要，仔细对待客户提出的建议和意见，客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。当然最重要的是争取能够将上门客户都转换为有效客户。同时，在空余时间在门口发dm单，争取能让过路客户能进公司来全面了解公司及公司产品。

时刻做好老客户的维护工作。包括日常关系维护以及节日生日祝福等，对老客户进行再挖掘，尽最大可能加大老客户的投资金额。用慧眼去发现老客户身边的资源，做好“一带十，十传百”的联动营销的效果，同时这也是对公司最好的宣传方法。

每天都要对工作有个简单的计划安排，不能漫无目的的工作。每天按照计划，一步一步，踏踏实实的开展销售。同时在下班前对每天工作做个小结，思考自己工作一天来的所得所失。

分析这一天的优缺点，优点继续发扬，缺点尽量改正，让第二天的工作能够更好的开展起来。坚持总结工作的习惯，做到每周一小结，每月一大结。看看有哪些工作上的失误，及时改正，下次不要再犯。

我知道销售工作一开始不好做，但是我想凭借我这么多年积累的销售经验和能力，我是能够迎来一个不错的未来的，我相信公司的明天一定有属于我的一片明媚天空！

金融公司融资计划书 金融工作计划篇二

业务部作为公司的‘窗口’，直接面对客户，个人的一言一行代表着公司的形象，因此必须树立良好的个人形象和精神风貌，掌握全面的业务知识。我们给客户传递的不只是信任感，更是一种信赖感。担保行业不同于一些传统行业，我们不需要对客户卑躬屈膝，当然也不能唯我独尊。应该不卑不亢、坚持原则、自信、大方，建立一种互利、互信、平等的合作关系。熟悉公司每种业务的办理流程 and 所需资料，加强专业知识的学习，如财务、法律等，是我工作的第一要务；了解每个行业的发展状况、变化趋势，结合自贡本地经济结构特点，重点掌握化工、机械加工、塑料制品、建筑建材等传统基础性行业的现状和趋势，成为我第二阶段的学习目标。学会分析企业的经营情况，建立一套分析模型，从定性分析做到定量分析，使每个企业的真实经营情况得以还原，帮助我们更好的判断风险、评价风险、控制风险，成为我第三阶段的学习目标。

做业务离不开营销，一个好的业务人员不仅是会卖产品，更是会营销自己。树立良好的精神风貌和专业的个人形象，有道德、讲原则，在工作中游刃有余，展现自己独特的人格魅力，我想，营销的第一步已经成功了。怎样才能建立自己的营销体系，不仅能使客户找到你，还能与客户成为朋友，其中第一条就是得到银行、信用社、邮政储蓄等一系列金融机构的支持，与他们建立良好的合作关系，让他们为我们带来

更多优质的客户。第二、让客户为你带来更多的客户，认真对待每一笔业务，用心对待每一个客户，相信他就会给你带来更多的客户，你的财富就会源源不断。第三、通过网络、媒体等公共平台寻找你的目标客户，当然也包括你的亲戚朋友都会成为你的帮手，有效的利用身边一切可以利用的资源、整合资源，相信就能事半功倍。

通过这段时间跟随公司团队所做的几笔业务，我发现担保公司在执行反担保时比较被动，大多的反担保措施都只能在合同中约定，难以得到法律层面的支持。能否成功的设计反担保方案成为我们控制风险的关键。众所周知，各项指标都很优秀的企业都不会成为我们的客户，能与我们合作的都是存在某种瑕疵的企业，在这种情况下，我们既要控制风险又要开展业务，给我们提出了更高的要求。对客户的反担保要做到深入挖掘，重点分析，按照公司领导的核心要求“增大客户的还款意愿，增加客户的违约成本”，那么我们必须对客户进行深入、细致的调查，摸清企业的真实情况，特别是法人的个人资产要深入挖掘，不容客户隐瞒或虚构，只有这样才能对症下药，设计出最佳的反担保措施。其次，换位思考，从客户角度出发分析哪些反担保措施是客户觉得制约力最强的，在反担保设计中做到“覆盖面广，核心抵押物突出，执行难度低，变现能力强”。

虽然风险控制不是我们的工作重点，但作为业务人员的我应该尽自己所能把风险控制第一阶段。首先确保收集资料的详尽、真实、准确，其次在现场调查中做到客观、深入、细致，做到多渠道、重验证，全方位对企业进行了解调查，利用好工商部门、银行、税务部门、企业上下游关系等诸多渠道。业务人员也应该是一个多面手，对财务和风控也应该认真学习，建立一套定量的风险评价体现，使自己在工作中也能反复验证，不断改进。使自己的业务能力得到全面提升。

人不仅要会走路，而且应该学会不走寻常路。任何时期的墨守陈规、固步自封终将导致被淘汰，对于高速发展的现代企

业更是如此。担保业是一个受政策面和资金面制约力极强的行业，要在这个行业里立足、生存，必须要学会创新。

金融公司融资计划书 金融工作计划篇三

1、实行团支委例会制度：每周召开一次（与学生会例会同时进行）。

2、认真贯彻落实院团支部的工作部署，加大团委工作力度。

在院团委的领导下，以系为中心开展工作。第一时间落实院团委的有关工作要求，合理安排工作进程，同时反映系同学的工作意见和建议，做到上传下达的桥梁纽带作用。

每个学期团委工作的主要工作中心就是推优工作、团日活动、团费收缴、团干部考核这几大块。因此，我系团总支应配合完成团委日常工作安排

- a本学期推优工作，这学期的推优工作要以过去推优工作为借鉴，扬长避短。秉着公平、公正的原则，作好新一批入党积极分子的选拔工作;
- b监督《团支部工作手册》的填写进度、填写质量，并及时在开学初下发各团支部，在期末上交团委;
- c及时下达团日活动任务，督促各班按时完成并保证其质量，这学期的团日活动在符合院团日活动主题的基础上要灌入自己的独特思想，使团日活动更赋有生命力和互动性，体现“精”而不“滥”;
- d负责本学期的团费收缴工作，团费的收缴是团员义务的体现，系团总支在规定的时间内尽量高效率地完成
- e做好团干部的考核工作，系团干部的考核工作是提升我系团干部总体水平的一种有效手段，通过优胜劣汰，增强干部自身意识，最大限度发挥干部的自身才能，尽最大努力服务大众，从而规范与严谨考核制度就成了必要。团干部的考核是表彰优秀干部，勉励督促落后干部的一种重要措施
- f配合团委其他活动的开展。

3、协助系学生会各部门（包括宣传部）工作的开展，加强与

各部门的联系，使我部工作能够顺利开展。

1、健全本系独特的团总支工作制度:a进一步加强完善内部负责制度（一人负责两个班级日常工作的通知）。分团总支是院团委的重要组成部分，除了在能力上对团干部进行培训外，一套完整和严谨的工作制度也是体现团工作高效的关键。我系团总支以院团委为依托，在系组织委员的领导下，将在内部采取“统一领导，个人负责”的制度，将任务明确到人，人人都有单独负责组织活动机会，充分调动成员积极性。同时建立“表扬激励制度”，凡有突出贡献或进步者都进行与会表扬，增加其的自信心，进而挖掘个人能力□b实行例会、签到制度，进行会议记录并形成文。

2、加强系内文件整合和归档处理，建立相对完整的团日资料体系。

由于以前工作缺乏经验性，相关资料备份意识薄弱，缺少与院团委的交流沟通，造成系团日资料流失严重，各类资料参差不齐。在系团总支工作逐渐步入正轨的同时，加强系内文件归类整合成了规范系团总支工作的重中之重。

3、开展内部理论知识学习，从而提高各成员思想觉悟。

系分团总支工作的好坏是党建工作的基础，同时也是体现群众思想先进性的标志。为了更好的高效率落实团建工作，组织和培训系内干部工作就成了必要。培训工作不仅仅从思想理论上对干部进行教育，更侧重的是对干部实际工作行为培训。培训人员包括系学生会和金融系团总支的一切干事，以及各班班长和团支书，我们将定期定时对其进行培训、交流。这项工作将作为本学期团建活动的重点。

4、保持与古荡街道共建基地的长期合作，定期开展一些实践性活动（如：协助管理流动书亭、志愿服务日一走近敬老院或形成自愿活动等）。

5、做好内部考核，负责系学生各部的考评工作。

6、做好监督和评定工作，建立反馈意见系统，提高和完善我部工作水平。

系团总支工作的完善和改进需要有群众的密切关注与配合，我系团总支将建立健全我们的监督体系。让关心和支持我们的群众能及时有效地给我们提出宝贵的意见和建议，我们会在力所能及的范围内方便大家，提高工作力度，希望在大家共同努力下，我系的团建工作会开展的有声有色。

团建工作的成绩往往是要通过活动成果来体现的。金融系的团日活动的先进性，就是要体现金融系特色的创新，这也是干部培训成果好坏的最好体现。金融系团总支以打造自我特色的团日活动为宗旨，不断摸索，为使组织的活动能成为院优秀团日活动而不懈努力。

项目

活动内容

时间

参观学习篇-----筹备“参观证券公司”活动

详见附录内容

20xx年9月上半旬

参观学习篇-----开展证券公司的参观活动

带领队伍去华西证券公司（初定）参观学习

20xx年9月中下旬

进行推优工作

各班根据具体推优文件进行名单上报工作

20xx年10月上旬

推优审核工作

对推优人员进行确认

20xx年10月中下旬

对推优人员进行党课培训

党课培训课程设置

20xx年11月-----20xx年12月

对入党积极分子进行推优

各班上报名单

20xx年11月-----20xx年12月

对入党积极分子进行考核

确定名单，复审，谈话

20xx年11月-----20xx年12月

社区服务篇-----走进古荡街道的共建实践基地

以互动为主的服务系列活动，与宣传部共同开展干部培训之
服务社区

20xx年11月（初定，具体要与街道负责人协商后而定）

以上时间和内容安排，以学校安排为主。

参观证券公司的活动方案：

一、活动时间：9月18号星期二下午12点----16点

2) 证券知识访谈；

3) 有兴趣的同学可以进行业务咨询。

三、活动人数：控制在25人以内

2) 人员招募（面向全校师生）；

3) 全体人员车费问题（报销，估计100元）

4) 人员安全、纪律由组织部全体人员负责。

五、活动经费预算：100元

社区服务篇活动流程与系团总支宣传一致。

金融公司融资计划书 金融工作计划篇四

通过这个学期的培训，我了解许多有关金融企业会计的知识。这本书让我们进一步了解了金融机构及核算的方法等，这也对我们以后从事会计工作有很大的帮助。

培训这门课程，首先一定要了解什么是金融企业。金融企业会计是经营货币、信用业务的特殊机构，是资金融通的重要部门，在市场经济中充当重要的中介人。在我国，金融企业是以商业银行为主体，包括信用社、保险公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、租赁公司等在内的多种组织形式

的行业群体。

我觉得金融企业会计和我们以前培训过的会计知识大同小异。它是依照《企业会计准则——基本准则》和《金融企业会计制度》。由于金融机构体系是以中央银行为领导、商业银行为主体、政策性银行为补充、多种金融机构并存的。所以各个金融机构都必须根据自己的核算对象和经营管理特点来分别设置会计科目进行核算。它的记账方法与我们所学的会计是一样的，只是它根据的会计凭证没有企业会计的种类多。金融企业会计对凭证、账簿等的要求都与一般企业会计无异。

老师给我们上课讲了金融企业会计中各种业务的核算。存款业务的核算老师并没有重点讲解，因为之前我们有培训过。存款是商业银行的一项基本业务，是商业银行生存和发展的基础，是商业银行利用信用方式吸收社会闲置资金的筹资活动，是商业银行信贷资金的主要来源。而计算存款利息也是这项业务的重点，活期存款相对比较简单，而定期存款就麻烦多了，它要根据不同的支取方式来计算利息的。

我觉得贷款业务这章是最重要的。在讲这章的时候，老师告诉我们银行为什么要分类分级？是为了提取不同的银行贷款损失准备率，因为不同级别所提取的比例都不同。贷款，就是银行借款给单位或者个人，借款人要支付约定的利率和还本付息的货币资金。对商业银行来说，贷款就是其核心业务——银行贷款利率要远高于存款利率，其利差就是银行收入的主要来源。这项业务核算的重点是信用贷款发放、收回、计息，担保贷款等的核算。贷款利息采用按季结息的作法，按季结息需要使用余额表计算计息积数，而使用余额表，对贷款期限则是按实际天数计算。银行放出去的贷款并不一定都能按时收回，有时候会逾期。而对逾期贷款的利息就要复杂多了，一般逾期90天就应该单独核算，要采取分段计息。银行不可能不要担保就给你提供资金，出现比较多的是个人住房贷款，银行的信贷部门会对借款人和保证人的资信状况等等进行调查，确定无误办好手续才能放款。当然商业银行

的贷款不一定能及时足额的偿还，这样可能会影响信贷资金的正常运转，所以要对其计提减值准备。一般准备按季计提，其年末余额应不低于年末贷款余额的1%。呆账准备是按一定比例提取，用于补偿贷款损失的准备金。呆账准备金的提取是按照贷款五级分类规定不同的呆账准备金提取比例。银行的资金无法收回怎么办？银行会依法向债务人、担保人收取用于偿还债务的资产进行抵债，银行一般会将抵债资产采用公开拍卖。票据贴现业务在从业的书中就有提到，而贴现期限按照实际天数计算，作为银行的利息收入。

为什么人们会把钱存进银行，为什么会相信银行呢？因为银行代表着国家信用，并且还有保险公司的承保。银行是国家的经济命脉，像社会养老福利、住房公积金、低保补助、粮食补助金等等都是通过银行发放的。支付结算业务对于我们来说，算是很熟悉了，各种存款账户的核算内容都有明确的规定，尤其是对现金的存取有严格的限制。如果收付款单位不在同一银行机构开户的话，持票人可以到收款人开户行进账也可以到出票人开户行进账。联行是指共同隶属于一个总行的相互往来的两个银行。联行往来是一个有机的、完整的体系，核算的要求很高，一个环节出错就会造成混乱。这让我想起我们银行卡上的银联，银联可以跨行使用，方便快捷，但是要收取一定的手续费。不过各行之间还可以进行汇划，利用计算机的系统连接起来。像我们父母每个月给我们的生活费大部分是汇划的，这样给我们的生活带来了很多的便利。

中央银行、商业银行和其他非银行金融机构之间也存在着资金划拨账务的往来，金融机构往来都是由工作上、业务上、资金上发生往来关系引起的，它必须要按照制度规定办理，要保证统一性和衔接性，业务的凭证也应该及时的传送，资金也要及时的清算。

提到外汇，我的第一感觉就是外国的钱币。其实不是这样的，外汇包括外币，但是外汇不等于就是外币，外币也并非都是外汇，而且持有外汇就意味着对外汇发行国拥有债权。在这

章的课时，老师有给我们提到了比特币，比特币比特币是一种网络虚拟货币。它的整个网络由用户构成，没有中央银行。比特币的价格变动幅度特别大，在刚刚出现的时候，比特币几乎一文不值，1美元平均能够买到1309.03个比特币，但如今1比特币的价值相当于144美元。

说起证券公司，想到最多的就是炒股票。而炒股票一定要去证券公司开户，并开立资金账户，办理指定的交易。证券公司是依法设立、可经营证券业务的、具有法人资格的金融机构。它分为综合类和经纪类，其中综合类又分为证券自营业务和承销业务和其他证券业务。证券公司虽说是属于金融企业的范畴，但是其业务内容与其他的金融企业不同，它的业务的针对性强；价格变动频繁；清算关系复杂。不同的证券业务，其收益来源也不同。证券公司营业收入的主要部分是从事经纪业务收取的手续费，而证券的自营业务主要是获取证券买卖差价收入。承销业务则是指公司接受证券发行者的委托，代理发行人发行证券的活动。它包括全额承购包销、余额承购包销和代销三种。其中的全额承购包销也是从中获取买卖差价；余额承购包销是与发行单位结算发行价款时确认为手续费及佣金收入。

随着社会的不断进步，越来越多的人选择投保，经常挂在嘴边的就是五险一金的问题——“五险”讲的是五种保险，包括：养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险；“一金”指的是住房公积金。其中养老保险、医疗保险和失业保险，这三种险是由企业和个人共同缴纳的保费，工伤保险和生育保险完全是由企业承担，个人不需要缴纳。“五险”是法定的，而“一金”不是法定的。保险就是为了应付特定的灾害事故或意外事件，通过订立合同实现补偿或给付的一种经济形式，其实质就是由全部投保人分摊部分投保人的经济损失。当然保险也不都是好的，保险业务其实也有点咬文嚼字。比如说我们带了电脑等贵重物品放在寝室，觉得不安全，就去租用保险柜，并签下合同。假如某天这些贵重物品丢失的话，我们不能拿出证明是在这弄丢的话，那么保险公司也

就不会给我们补偿。要买保险就一定要交一定的保费，不同的保险就有不同的保费计算法。保险公司业务核算要按险种分别建账，分别核算损益；会计要素的构成的特殊性；会计计量需要运用保险精算技术；实行按会计年度和业务年度两种损益结算方法。经过这门课程的培训，我知道了金融企业会计与其他企业相比：它的核算内容具有广泛的社会性，核算方法具有独特性和多样性，具有严密的内部监督机制和制度，核算过程和业务处理过程一致性。中国作为发展中经济体，金融业发展的历史还比较短，金融人才还比较缺乏。所以现在国家高度重视金融人才的培养和队伍建设。金融是国家经济繁荣的重要指标，而金融企业会计又在金融这个领域起到了不可缺失的重要地位。金融企业的资金主要是来自吸收存款，而金融企业会计就是要对这种资金运动进行核算和监督。学好金融企业会计，就能更好的了解国家的经济发展程度，并促进其发展。

金融公司融资计划书 金融工作计划篇五

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要□20xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要

加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理；每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑到对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，

并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三) 加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

金融公司融资计划书 金融工作计划篇六

20--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、20--年个人金融业务经营管理策略

(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；2011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：2011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、相互呼应、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“第二个梯队”。2011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“第二个梯队”，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。

二、2011年个人金融业务工作要点

(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“千元”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，提高客户服务水平。

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2011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。
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2011—2015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“剃尾巴”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，带动以呼伦贝尔、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。

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。

三、2011年个人金融业务通报体系

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。2011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。

金融公司融资计划书 金融工作计划篇七

“经济学只能解决一个经济实体的问题；博弈论阐述了两个经济实体之间的合作或对抗的机制；而金融学则解决三个或多个经济实体之间利益分配的问题。”可见在金融市场活动中，我们要遵守另一套游戏规则。

首先看看金融市场有何与众不同吧。在实物交易的商品市场上，一物品最后的价格是由双方的供求关系所决定。而在金融市场上，资产的价值却是由投资人对资产的预期所决定的；实物交易市场上传递的是买卖双方关于商品的供求消息，这能帮助人们更好的满足自身的需求，而金融市场上传递的是关于资产自身价值的信息，这能帮助人们对资产进行更准确的预期。

由此看来，预期在金融市场中扮演了一个很重要的地位，它决定了金融市场上所有的资产的价格。这里就引入了一个重要的概念“有效金融市场”，因为它能直接影响人们的预期。这是一个理想的概念，在这种市场上，关于某项金融资产的相关确切信息，能够“有效地”、“及时地”、“普遍地”传递给每一个投资人，帮助投资人建立或修正原先的预期，而这些变化最终会体现到资产的价格上去。在这种市场上是无套利均衡的，可是之前就说过这是一个理想但不现实的概念。换言之，就是现实的金融市场是不均衡的，有利可图

的。当然这也正是如此多的人在金融市场上奋斗的原因。

金融市场上的这套游戏规则影响了金融市场上的各个方面。比如资产定价，人们加入了预期收益和风险，这都反映了人们对资产的预期；投资人的理性被认为与投资收益无关，这是因为预期并不是由理性决定的；m&m定理认为公司价值是由资产的盈利能力决定，而不是股本结构和融资方式决定，因为真正影响人们对公司定价的是公司的盈利能力。

在《金融工程学》书中，还有这么一句话我认为也是金融市场规则的一部分“两项具有相同的无法消除的风险的资产应该给投资人带来相同的收益，也因此应该具有相同的价格”。在这个规则下，无风险套利被避免了。人们对收益和风险的预期对资产价格的影响便统一了起来。

金融市场有货币资金融通功能、优化资源配置功能、风险分散功能、经济调节功能、综合反映功能。都是通过金融市场那一套机制和规则来实现的。