随着时间流转的脚步，新年的钟声已经敲响。20\_\_年度已经悄然走过，我们辞旧迎新，在这喜悦的气氛中迎接了20\_\_年的到来。在20\_\_年度的工作中，我们虽具有缺陷，存有不足，但我们也颇具收获。为进一步提升20\_\_年的工作效绩，使我\_\_分行私人银行中心的工作绩效再创新高。现根据我银行上级领导要求，对我\_\_分行私人银行中心在20\_\_年度的主要工作内容作出具体总结，以为我分行私人银行中心的20\_\_年度工作打下扎实基础，现将总结报告如下：

一、业务经营主要绩效

跟去年相比，今年我分行发展已走向增速趋势，各项业务屡创新高，走出了一个发展的上升通道。其主要绩效如下：

一是存款理财快速增长。截止至2020\_\_年底本外币总存款余额预计超过\_\_亿元，比上一年度增加\_\_亿元。其中预计：黄金理财存储增加\_\_亿元、人民币储蓄增加\_\_万元、证券以及保险存储理财增加\_\_万元;外汇存款增加\_\_万美元。全年平均比去年平均增加\_\_亿;此外，截至十月底，我行1000万元以上私人银行客户673户，较年初新增177户;AUM值70.92亿元，较年初新增22.64亿元。

二是贷款扩大结构优化。年末各项贷款约超过\_\_亿元，比去年一年度增加\_\_亿元，主要增投于\_\_\_方面(可根据客户本行详情填写);信贷资产总体上仍保持较高质量，不良贷款占比低于\_\_%。综合收息率预计达\_\_%，收息水平较去年上升\_\_位。

三是经营利润将倍增长。至今年年末，我行创利水平预计可达\_\_万元，其中人民币利润约为\_\_万，外汇利润约为\_\_万美元，结售汇手续费收入约为\_\_万元。人均利润达\_\_万元。同过上一年度的创利水平相比，今年我行的利润水平实现了增速比例式的发展。

二、各项工作绩效以及措施：

(一、)统一思想调研，明确工作思路

自今年年初以来，我行深度落实“高目标引领、新位次拼争”的工作目标，贯彻全行“贾路爱个人银行体制机制建设，促进个人银行业务战略性调整“的主要思想，进一步深化全行人员对个人银行业务的思想认识。明确了“机制灵活、节约经营、高效管理”的个人银行业务整改发展思路。并确定了以产品建设和经营为核心的营销模式，以完善而优质的服务态度和高效的服务宣传为着力点，将我行的各个个人银行营销单位组织成为具有高效业绩，职能明确，工作协调，发展统一的个人银行业务营销体系。为进一步增强全行的个人银行业务绩效，带动全行个人业务的营销高效发展，我行紧抓名单制客户资源，积极营销扩展外资，并由各支行领导分别亲自带队，并积极组织我分行相关部门负责人和客户经理共同落实“走出去”的政策理念，到各个地区个人银行业务发展好的分行进行学习交流。进一步扩宽视野，取其精华。在分析对比下，发现本行的工作不足，结合本行的工作实际制定和改进了各相关营销方法，并有力而又稳健的推进了我行个人银行的机制体制建设。此外，我\_\_分行私人银行中心营业部还以及各个支行均紧密以城区各行的名单制为主要抓手，充分利用了岁末年初的良好时段，对我行的各资深客户进行了拜访。并对潜在客户展开了积极的营销，全力挖掘行外资金，并因此而取的了一定的成效。

(二、)坚持公私联动，动态营销团队

在20\_\_年，为进一步做好我行的私人银行营销工作。我行积极组织专业的个人银行营销团队，以公私联动为中心，迈动步伐，坚持“流动性”的营销策略，以争取最为优异的工作业绩。我行在成立个人银行业务营销团队的同时，依旧保留了原营销团队，并对其分别分配了相应的营销任务，让其能够充分发挥之职责，达到多效结合的营销业绩。

在20\_\_年度，我行组建了强有力的攻关小组，把全行攻关能力较强的人员集中起来组成强力攻关小组，对不同特点的企业选择合适的人员进行组合，集团作战，上下联动，精兵攻坚。突出竞争优势,抓住我行深入推行企业文化建设的契机，在服务上大做文章，以优质的服务吸引客户，大力营销总分行推出的新业务品种，为客户提供了一系列的服务方案，争取在服务的优质和规模上列显突出;我行领导以身作则，带头攻关，坚持合理运用自身时间用于走访客户，并保证对重点客户每月进行一次拜访，重视改善和提高银行与客户之间的关系。通过不懈的努力，今年我行新争取到了一批有潜力的项目，为我行实现20\_\_年的“开门红”业务打下了扎实的基础。

(三)开展有效措施，实施营销举措

在20\_\_年度，我行细分市场，准确定位，抓住重点，积极营销批发业务。并明确了重点的定位目标，建立出一套具有灵敏反应、快速决策、攻关有力、服务到位的市场营销机制，创造性地开展了各项工作，全方位的拓展市场。

今年我行坚持品种的创新和服务的创新，多方位的发展营销业务。紧抓代客理财资金归集、农村乔迁入户存续、推行VIP服务等重点工作，抓好本外币储蓄存款攻坚战，以争取有价值的私人客户为重点，大力营销各项新型业务。开拓了规范化服务流程标准，全面提高了服务水平，为储户提供温馨而又诚信的业务服务;此外我行好加大了吸收理财资金力度，抓住理财资金的营销特点，动员全行人员共同针对周边的商企、农村新户和资深客户，开展具有吸引力的理财推销，进一步展开有效地理财资金吸收活动。为加大客户的忠诚度，我行还推出了私人业务VIP服务方案，开设了VIP优先通道，建立了VIP客户档案，形成了实施差别式服务，为有价值的私人大客户提供一系列的理财服务工作，并对此加大宣传力度，借农村改造拆迁这一契机，开展“沟通拜访”活动，各支行均积极参与，以此来加深了我行对农村业务市场的渗透力度，宣传了我行的理财业务，提高了我行的诚信力度和良好形象。通过一系列的努力与策略实施，截止至今年年末，我行的业务水平得到了大幅度的提高，增幅比较去年增加了\_\_%。

(四)、增强贷营力度，优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我行从年初开始就非常重视加快贷款营销工作，积极争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。在今年，我行推出了优良客户的贷款营销，针对我行长期服务的重点企业和私人客户，加大了授信额度，开展了主动的营销贷款。此外，我行还强化了项目贷款的营销，加大了按揭贷款和个人消费贷款等低风险贷款的投放力度。通过扩大增量，把更多的贷款投向双优客户，从而带动存量的优化，实现贷款结构的有效调整。在贷款管理的基础工作中，支行以严格实施预警预报制度为核心，全面提高信贷资产管理水平。此外，我行还严把贷款准入关，贷款发放坚持双优战略，对可贷可不贷的坚决不贷;其次，我行坚持贷款客户的分类管理，实行主动退出，逐步压缩一般客户，主动淘汰劣质客户。我行利用严格的信贷管理的制度，使我行信贷营销工作成为得到了良好的绩效表现。

(五)、强化内部管理，创新管理思路。

自今年以来，我行首先健全了全行的规章制度建设，完善了执行、监督、检查机制。首先是在全行范围内严格执行了我行的员工管理制度，使全行人员皆能建立起一个遵章守纪的习惯;其次我行还加大了工作监督检查力度。定期实行了基层工作检查，并规定机关职能部门对我行基层工作进行全面检查，以此来加强我行的社会督查力度。此外，我行还坚持每月出一份内部管理通报，把内部管理水平与效益工资相挂钩。并建立了管理干部惩罚机制，对与在工作中存在有管理不力、业务停滞或其他问题的管理阶层干部进行书面警示，并实行其他实质性惩罚。同时,重视加强财产管理、和办公用品招标采购，控制管理成本，减少费用支出。

在20\_\_年度，我行还重点创新了制度管理方法，充分将严格的管理制度和科学管理理念相结合，力争管理上的再创新高。我行成功建立了一系列的高效内部管理体系，实现内部管理一体化、绩效评估数据化，促进管理全面化。

(六、)突出工作举措，落实营销效绩。

在今年我行的各个支行人员用强烈的责任心和使命感、坚忍不拔的毅力，找准工作的切入点。实际思考，研究措施，并与相关人员展开了积极的交流，从中获取了有价值的信息，并根据实际情况不断调整了营销策略;真正做到将“走出去”营销的要求落实于工作实际，挖掘出了一批高端客户资源，为年末岁初的收官与“开门红”做出了良好的铺垫。为做好我行的营销工作，我行的工作人员均发挥自身全部价值，在工作中找准信息，并找出相关人员对具体负责人作出重点营销策略进行对象化的分头营销，通过与他们的沟通、协调，确保我行的营销工作施展成效。此外，我行人员还充分落实了资金到账制度，实际提升了我行的信誉度。

(七)、开展创新服务，提升服务档次。

自年初以来，我行十分重视加强和改进服务工作，多次研究和部署改进服务的有效措施，通过形式多样的活动，加强了全行诚信优质服务的工作理念，使我行今年的整体服务水平有一进一阶层的提高。我行继续坚持了去年“一流服务工作报告”总结出来的一些行之有效的措施，如推行针对可提升的私人银行潜力客户和重要的高净值客户，开展形式多样的不同主题的财富营销活动。积极组织客户参加总行、省行开展的高尔夫、品鉴经典、海外游学等各种主题活动，各行也可充分利用客户资源建立各类沙龙和俱乐部，增加客户吸引能力和凝聚能力，丰富客户维护手段。并坚持深入开展服务技能比赛、以及定期开展座谈研究会、企业财务人员培训、业务宣传等行之有效的高效优质服务主题活动。今年以来，我行营业部通过推行重点的创新服务和营销工作，如：在重大节日开展强化营销，建立[生日祝福](https://www.diyifanwen.com/fanwen/shengrizhufu/)制度，为客户配备适宜、特色化礼物，如包装后的黄金、纪念币、全套版本人民币、集邮册。定期开展高端专题沙龙等活动，为客户提供养生、美容、保健、医疗、理财咨询等专家讲座，为客户提供适合的增值服务等。获取了良好额成绩，为我行储蓄工作开辟了新思路，提升了我行的竞争力。

(八)、细化工作要求，强化中心业绩。

在20\_\_年度我行以业务经营为中心，突出重点，采取切实有效的措施，全方位推进各项业务工作快速发展。紧密落实了“三大一高”和“综合化、多功能、集约化”的经营战略。主要深化了我行私人银行的客户发掘，提升了我行客户经理的专业能力，为更好地维护客户的利益打下基础，深度实现了倒灶私人银行第一品牌的奋斗目标。为使得我\_\_分行私人银行中心工作得到进一步的规划与发展，我行具体细化制定了如：网点经理要带头拜访客户,安排相关业务营销活动,城区行每周四在私人银行中心组织召开,各行要做好存量客户的保有、提升工作,守土有责;开展形式多样的主题营销活动,增进与客户的联系,让客户来体验和感知建行私人银行服务，增加客户的认知度和满意度等相关的工作要求，并在20\_\_年度的工作中加以落实，使得我行的工作业绩得到了实质性的提升。

(九)、落实高端群营，完善策略手段。

对个人高端客户，我行在20\_\_年度坚持了“客户需求驱动”、“综合化营销”的原则，深入挖掘优质潜力客户。大力发展了个人类账户POS客户，强化了对POS机主结算通卡的配备考核。并持续推进了潜力贵宾卡、财私卡的预先发卡工作。此外，我还督导个人客户经理还及时将潜力客户纳入了OCRM系统进行维护与提升工作。加大了对个人高端客户的全方位、立体化、多层次的日常拜访、维护力度。加强了我行的资产配置，积极主动授信。并开展了案例剖析，逐一梳理私人银行客户财富贷营销和主动授信情况，继续积极推进优质单位优质个人消费贷款批量性授信，多渠道提升个人高端客户的信用卡额度。为推动个人条线在各中心之间的联动，进一步深化我行的个人高端客户发展业绩，我行的个贷中心、信用卡中心打破了单一的业务范围和业务模式，加强了向私人银行中心和支行的大客户推荐工作，并将此项工作列入了中心考核的范围。

(十)、创新团队管理形式，增强专业团队建设。

在20\_\_年度，我行重点强化了专职队伍的建设。通过鼓励客户经理自学，开展培训、竞赛等形式增加了个人客户经理队伍，提升了客户经理素质。此外，我行还强化了对个人客户经理定级的考核、设定了排名变动奖罚、网点经理对网点变动情况的考核。明确了个人高端客户的“分户到人、分层维护”的责任机制，通过对私人银行客户新增实行重奖，对AUM值500-1000万的客户新增每个奖励个人0.5万元，AUM值1000万以上的客户新增每个奖励个人1万元等方式，鼓励了员工促进工作绩效;并将私人银行客户指标与支行一把手和分管行长绩效挂钩，组织签订了私人银行客户达标责任书。创建了对零余额网点主要负责人采取分行分管领导谈话制度，确保了至20\_\_年度年底零余额网点的突破性实现。