# 最新转岗客户经理心得体会(12篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2025-05-14

*转岗客户经理心得体会一首先，工作业绩方面，我在支行领导指导下，努力营销对公客户，成功主办了\_支行转型以来第一笔授信业务，截至20\_\_年末，总授信额度\_亿元，带动对公存款\_多万元，利息收入\_多万元，中间业务收入\_万元。个人管户企业\_成功申报为...*

**转岗客户经理心得体会一**

首先，工作业绩方面，我在支行领导指导下，努力营销对公客户，成功主办了\_支行转型以来第一笔授信业务，截至20\_\_年末，总授信额度\_亿元，带动对公存款\_多万元，利息收入\_多万元，中间业务收入\_万元。个人管户企业\_成功申报为总行级重点客户，并且正协助支行领导积极营销一批\_下游企业。在小企业营销方面，也成功营销了一家\_企业，利用交叉营销，年末新增对私存款\_万元。在对公客户经理小指标考核方面，我的成绩排在全分行前\_名。

其次，通过向领导学习、向产品经理学习、向书本学习，我较全面的掌握了我行信贷业务知识。一年前我刚转岗公司客户经理的时候，对公司业务和授信产品一知半解，通过一年的学习，我基本掌握了\_银行大部分授信产品的要素，能够通过跟客户交流，根据客户财务状况、担保状况和业务特点，为客户设计合理的授信方案和具体业务产品。此外，在熟悉业务产品的同时，我积极学习银行信贷风险控制措施，作为一名客户经理参加分行举办的第一次信贷审批人考试，顺利通过。在分行举办的合规征文中，我撰写《构建深入人心的商业银行合规文化势在必行》一文被评为总行二等奖。

最后，在业务营销过程中，认真学习、点滴积累，努力提高个人营销能力。作为一名客户经理，其职责是服务好客户，一方面要熟悉自己的业务产品，明白自己能够给客户带来什么，另一方面，要明白客户要什么，尤其是后一方面重要，明白了客户的需求，才能去创造条件满足。个人营销能力的提升很大程度在于了解客户、满足客户。因此，在与客户交流的过程中，我不断发掘客户的爱好，兴趣，特长，力争讲客户感兴趣的话题，解决客户急需解决的问题。

过去的一年对于我来说是充实的一年，是进步的一年，同时，这些个人成绩的取得与支行领导的关心、指导、鞭策是分不开的。当然，在过去一年里，我也犯过错误，有些不足，尤其是在维护存量客户，挖掘客户资源方面，我做的还不足，这也正是我将来需要努力的。

20\_\_年工作计划

首先是在目前信贷紧张的状况下，努力维护现有授信客户，用好资源，做好客户营销，实现授信额度的创利化。

其次是，紧紧抓住\_区域特色，开拓专业市场，做好中小企业授信营销，力争取得成绩。

第三是发掘存量结算账户的潜力，营销对公存款，方式是利用我行理财产品优势和加强上门服务力度。

第四是大力拓展\_支行周边的小企业结算户。第五是加强交叉营销，与对私客户经理一起，全方位服务客户。

20\_\_年即将来临，我决心更踏实工作，努力学习，争取在各个方面取得进步，成为一名优秀客户经理。

**转岗客户经理心得体会二**

今年九月份笔者从专卖部门调到客服部门。来到一个新部门后，面对陌生的地理环境，面对素未谋面的卷烟零售客户，我在思考：如何才能尽快适应新环境，迅速进入角色?

从专卖人员到客户经理，只有不断学习，才能在本职岗位上干得更好。尤其阅读营销方面的书籍，通过学习先进营销经验来不断充实自己。为适应新形势的工作要求，我还利用闲暇时间认真学习电脑业务操作技巧，并利用这些知识为所负责区域的所有客户建立了完整全面的档案。

我注重向那些经验丰富的同事学习，向原来的客户经理了解他们的基本情况，挤出时间跟他们一起出去跑市场，向他们学习如何与客户沟通、如何向客户进行品牌推介、如何指导客户进行库存管理、价格维护等。为了尽快适应新线路，我对区域内客户的卷烟销售状况进行深入的分析，并再一次了解客户尤其是重点客户的性格特点，讨教与他们相处的技巧等。

我所负责的区域包括两个镇，于是，我就照着地图对自己将要走访的区域画了一个模拟地图，以确定新线路的位置。对客户逐个走访定位。画出地图后，对于城镇密集型客户，我以街道为单位对其逐个走访定位;对于农村分散型客户，我以村为单位对其逐个走访定位。在此过程中，我在线路上标注了客户的姓名和商店的名称。我先对整个线路上的客户进行了大致的了解。打印一份标有区域分布情况的零售客户名单，作为走访时的参考资料。在走访时注意观察零售客户证件上的店名与户主资料，并将其与手中的名单挂勾，以形成初步印象。

同时，我注意沟通技巧，多与客户交流。为进一步加深对客户的印象，我增加了走访次数，延长走访时间，多与他们交流。在这过程中，我还注意通过某一零售客户了解附近其他零售客户的有关情况。记得有位客户问我：“自从客户经理换成了你之后，为什么烟草公司分配给我的卷烟少了?”其实，这是客户误解新客户经理的一个信号。针对这一情况，我当时就诚恳地向他解释卷烟的货源供应紧张的原因，而不是调换客户经理带来的。之后，我又向该客户推荐了其他品牌的卷烟。对此，该客户不仅对我没有意见，而且还产生了信任感。

走访客户的时候，我先有针对性地走访当天有卷烟订单的客户，以便直接了解他们的卷烟销售状况。走访回来后，我又通过客户关系管理系统调出他们的销售数据进行对比分析，进一步了解了他们的经营状况。对于特别难找的客户，我就多方打听。例如，向原来的客户经理、周围的零售客户或附近的居民询问等。

一般来说，客户对新客户经理抱有很大的期望。我严格要求自己，一定要言必信、行必果，在服务质量上下功夫，争取给客户留下一个干练的形象。在服务客户的过程中，我也收获了很多快乐。

**转岗客户经理心得体会三**

来到银行实习前，我是万万没想到原来实习是如此充实和忙碌的，而且能够学到很多东西。当然这归于我幸运的到业务八部和遇到很好的师傅。第一天报到，我就被安排了师傅，被师傅安排了任务——做易融通卡，做的过程我学会了做卡的整个过程，并同时学会了利用系统查找客户资料和积分，除此之外，连带的信用卡我也学会了如何填写。

接下来日子，由于师傅的指导，我又学会了系统录入，学会了如何查找客户信息和填写系统，当然包括客户积分查询。

我又陆续学会了续贷系统的录入和合同的签订，包括续贷合同，并且知道了合同包含的所有资料。

最重要的我了解了客户经理跟客户谈判的整个过程，这也是我感触最深的一点，一个优秀的客户经理要具备怎么样的素质，优势是说话技能，包括拜访陌生客户的技巧。同时了解到客户经理室如何跟客户打交道，如何维护客户关系和服务客户。

工作之余，部门娱乐也挺丰富的，冯总生日，周末大家一起吃饭聊天、k歌，打牌、其乐融融，生活丰富多彩。而且我们还遇上行庆，将要举行骑自行车比赛，期待…

学习的过程是辛苦的，但是有师傅和其他同事的帮忙和支持，我感觉学的很轻松愉快。在八部呆了一段时间，我感觉客户经理工作很积极，很有干劲，而且大家很团结，这也许是公司的文化吧。而且客户经理相处的很好，大家都以诚相待，互相帮助。当然，作为新生在学习过程中，我也犯了很多错误，在学习中犯错，在犯错中学习。

总之，在商业银行，作为客户经理的助理，我觉得我还是学的挺多的。首先我学会了做易融通卡和信用卡;其次我学会了做客户系统和续贷系统;最后我还学会签合同和了解客户谈判过程。当然最重要的我了解了一个最为银行客户经理的生活工作情况。

**转岗客户经理心得体会四**

自从到公司来的那天起，感觉每天都学习到很多以前不知道的东西，这段工作期间虽然还存在很多问题，但还是总结了很多经验，希望对自己工作上的不足能够得以早日改正：

一：观念的转变

观念可以说是一种较为固定性的东西，一个人要改变自己原有的观念，必须要经过长时间的思想斗争。我当初既然有勇气选择了离开三尺讲台，就要改变在学校时的一些观念，由原来的被动学习转变为现在的主动学习等很多观念。

二：做好自己的本质工作

一个人要做好自己的本质工作，就必须全面的认识自己，了解自己的职责是什么。我对自己的工作职责作了几方面的认识。

1 了解工作流程

客户经理实习总结客户经理实习总结初次面对这项工作，感觉非常复杂，我认为学习任何一样东西都好像在阅读一篇文章一样，先要了解其大概，然后理清其层次，再是深入到字词句的研究。因 此，我对我所做的这项具体工作作了一个简单的概括，我所面对的客体是什么，和谁有工作上的联系，联系的内容是什么，面对这一连串的疑问，我就把自己的工作 流程用列表的方式把它罗列出来。

2 注重细节

经过一段时间的工作后，基本流程已经熟悉，但是随之而来的小问题也就多了，比如说在核对订单时，有的经销商不传汇款底单，即使有的传了也不写明公司名 称，因为其中有很多汇款金额和订单不一致，很难辨别出是谁家公司的款，遇到问题就要学会用自己的思维去解决问题，对此，我首先想到的是把此类问题出现的情 况了解清楚，再是根据问题去找一个好的解决方法。于是，我就在qq群里连续发了几天的通知.(连续几天发的原因是考虑到不是每个经销商都天天上网).通知 的内容是根据数学选择题的格式来书写的,我认为这能有利于经销商更能清楚, 明了,简单,易懂的看清楚我所要达到的目的.后来又考虑到不是所有的经销商都上网,于是在出现同类问题时我都要特别的提醒他们要注意哪些问题.

任何东西的改进都是在原有基础上进行的,在开始的时候,我按照她们的记录方式来进行记录每天的定单情况,可后来发现有很多不便之处,我根据自己对工作的了解,做了一些改变,这样就减轻自己在工作中不必要的麻烦.

每当订单太多时,我必须要保持清醒的头脑,因为之前有由于订单太多而出现过一次当天没有及时签单的情况,这应该要引起我的注意,就是要注重细节,找出原因,进行改正.

在这项工作中,有很多东西需要自己去发现,去不断的发现与改变.

三:沟通技巧

沟通是一门技巧,善于沟通是一门艺术,从心理学 的角度来讲,站在对方的角度去思考问题,可能会收到意想不到的效果,但在与客户沟通时,我忽视了自己的出发点,没有注意到张弛有度,还有在开始时我没有注 意到说话时内容上要讲求言简意赅.经过一段时间我发现了自己这方面的不足,既然发现了自己不足,就要找到方法进行纠正.

语气,在沟通时是一个很重要的环节.面带着微笑去和别人沟通,别人也会感受到你的微笑与阳光.

四:善于倾听

学会倾听是一个人所必须具备的素质,在生活工作中,我们往往忽视了这个环节.但后来经过提醒与反思,我注意到了这些方面的不足.在魅族工作的这段时间,我学到了很多的东西,可以说在思想观念上也有一个小小的改变。

**转岗客户经理心得体会五**

今年九月份笔者从专卖部门调到客服部门。来到一个新部门后，面对陌生的地理环境，面对素未谋面的卷烟零售客户，我在思考：如何才能尽快适应新环境，迅速进入角色?

从专卖人员到客户经理，只有不断学习，才能在本职岗位上干得更好。尤其阅读营销方面的书籍，通过学习先进营销经验来不断充实自己。为适应新形势的工作要求，我还利用闲暇时间认真学习电脑业务操作技巧，并利用这些知识为所负责区域的所有客户建立了完整全面的档案。

我注重向那些经验丰富的同事学习，向原来的客户经理了解他们的基本情况，挤出时间跟他们一起出去跑市场，向他们学习如何与客户沟通、如何向客户进行品牌推介、如何指导客户进行库存管理、价格维护等。为了尽快适应新线路，我对区域内客户的卷烟销售状况进行深入的分析，并再一次了解客户尤其是重点客户的性格特点，讨教与他们相处的技巧等。

我所负责的区域包括两个镇，于是，我就照着地图对自己将要走访的区域画了一个模拟地图，以确定新线路的位置。对客户逐个走访定位。画出地图后，对于城镇密集型客户，我以街道为单位对其逐个走访定位;对于农村分散型客户，我以村为单位对其逐个走访定位。在此过程中，我在线路上标注了客户的姓名和商店的名称。我先对整个线路上的客户进行了大致的了解。打印一份标有区域分布情况的零售客户名单，作为走访时的参考资料。在走访时注意观察零售客户证件上的店名与户主资料，并将其与手中的名单挂勾，以形成初步印象。

同时，我注意沟通技巧，多与客户交流。为进一步加深对客户的印象，我增加了走访次数，延长走访时间，多与他们交流。在这过程中，我还注意通过某一零售客户了解附近其他零售客户的有关情况。记得有位客户问我：“自从客户经理换成了你之后，为什么烟草公司分配给我的卷烟少了?”其实，这是客户误解新客户经理的一个信号。针对这一情况，我当时就诚恳地向他解释卷烟的货源供应紧张的原因，而不是调换客户经理带来的。之后，我又向该客户推荐了其他品牌的卷烟。对此，该客户不仅对我没有意见，而且还产生了信任感。

走访客户的时候，我先有针对性地走访当天有卷烟订单的客户，以便直接了解他们的卷烟销售状况。走访回来后，我又通过客户关系管理系统调出他们的销售数据进行对比分析，进一步了解了他们的经营状况。对于特别难找的客户，我就多方打听。例如，向原来的客户经理、周围的零售客户或附近的居民询问等。

一般来说，客户对新客户经理抱有很大的期望。我严格要求自己，一定要言必信、行必果，在服务质量上下功夫，争取给客户留下一个干练的形象。在服务客户的过程中，我也收获了很多快乐。

**转岗客户经理心得体会六**

本人近期参加了客户经理培训，现在谈一下自已的心得体会。工作一年多来，算是接触过了形形色色的各种零售客户，其中有些长者是原先读过些书、退了休的乡村老干部，虽然有时候他们的知识已经有些跟不上这个时代，但是他们的社会阅历异常丰厚，跟这样的老者交流起来，氛围如沐春风。他们的性格儒雅刚劲，对于卷烟的供应以及销售也有着自己独到的见解，很多方面很值得我们这样的后辈学习。细细想来，也许××××作为南宗孔氏胜地，儒家的思想一代一代多少熏陶了这里的人民。众所周知，源远流长的儒家思想对中国，对东亚乃至对世界的影响都非常深刻，其核心伦理观：“仁、义、礼、智、信、恕、忠、孝、悌”也依然是中国现当代主流思想基础。就像一坛上好的佳酿，历久弥香，耐人寻味。

那么，我想到作为一名烟草人、一名客户经理，儒家思想的学习可以提升自我的修养，如果一名客户经理在具备专业知识的同时又有儒家核心伦理观思想作为根基，对于提高服务客户的质量也一定有莫大的帮助，这两者又可相辅相成，岂不妙哉。

仁：意即博爱、宏爱、爱人，这种博爱体现在我们客户经理的服务性工作上就是要待人处事用一颗博爱的心，与零售客户交流态度上要和颜悦色，笑容灿若春风，面对客户的合理要求不推委，及时有效的完成，无论是怎么样的客户我们先把自己的态度放好。

义：是儒家思想中很重要的一个方面，主要强调人做事要讲究一个合理性，在思想体系上，儒家思想并不排斥人对自身利益的追逐，但强调自身利益要以“义”为前提。比如时下国内乳制品行业对乳制品中掺进三聚氢氨，饲料中掺进三聚氢氨等事件就是营销不道德，不符合义的思想，此为见利忘义。其实现代社会的发展越来越注重民生、民权，所有的团体都要在义的基础上来实现利，否则，利必不能长久，反受其害。我们的“义”其中一方面就是我们的烟草行业的“国家利益至上，消费者利益至上”的行业共同价值观，面对零售客户做到真情、沟通、增值，面向社会公众做到担责、有为、感恩。

礼：是指人的行为伦理，表现在现在是人们普遍认可的社会法律规范和人们普遍信仰的道德规范。不同的地域有不同的消费文化、宗教信仰和商业氛围。表现在我们客户经理的工作上就是应该网遵循这些信仰、消费文化和商业氛围，而不是对所有的零售客户都是千篇一律的工作方式，更不应该为了暂时的效益和成绩而违背了广大消费者以及零售客户普遍认可的行为伦理，这样必将被公众所否定，受损的只会是我们客户经理自身的工作，甚至危害到烟草行业。

智：在儒家思想上表示了解、知道、智慧，是指人的行为规范知识。表现在现代营销学上是指人的聪明才智和熟练的专业技能。以零售客户拜访工作流程为例，从查看拜访计划，收集可供信息的拜访前准备，到实地拜访，再到每日总结和工作例会。整个流程都处处体现“智”的光环。应该说“智”发挥的好往往对工作能起到事半功倍的效果，与零售客户难以避免的供需矛盾，很多时候是可以通过智慧来解决的。

信：指待人处事诚实无欺，言行一致。一个企业，从领导到普通员工都要遵循：“言必行，行必果”的原则，特别是我们客户经理，对零售客户承诺的事情一定要办到，否则，不要轻易承诺。一旦所承诺的事情没有做到，受损只会是我们自身的信誉，进而危害到我们烟草公司的信誉。

**转岗客户经理心得体会七**

外呼人员的管理

外呼人员在我中心完成的指标中占有一定的比率。电话营销的目标客户群选取针对性强，以及服务口径设计妥当和全体外呼人员的共同努力，xx年外呼人员在新业务的推广，全面推动新业务的增量增收中起到了很大的作用。外呼队伍人员在做市场调查.社会调查、服务关怀、挖掘潜力客户时，她们的服务质量就代表着我们公司的服务形象，所以我们培训外呼人员：熟练掌握公司个指标及各项业务，规范服务用语，应答技巧专业灵活，团队之间密切配合协作。使他们能在第一时间内将信息清楚明确的传递给目标客户。

是直接连接客户和公司的桥梁，所以对外呼人员的服务质量直接影响到客户

外呼人员进一步培育潜力型和竞争型业务，重点加强潜力，服务管理、服务人员管理。

投诉处理

为进一步提高客户满意度、保持服务持续领先，大客户中心在xx年里以客户价值为尺度，从加强投诉管理入手，建立起客户投诉快速响应机制。

首先，优化投诉处理流程,加强后台管理人员对前台客户经理投诉处理的支撑，设立投诉热线，建立管理层直接介入处理的应急响应机制，缩短投诉处理时限。其次，严格控制集团客户短信群发。再次，重要和重复投诉直接向公司专业部门或公司有关领导派单，管理人员及时支撑，处理解决方案。最后，完善客户跟进服务制度，提高移动公司的服务水平，从而达到投诉满意度100%。

日常工作

客户经理是集团客户和个人大客户服务的主要提供者，也是移动公司对外展示员工形象和工作风貌的重要载体，客户经理的职业形象和职业素质一直是公司领导和客户关注的焦点。在20xx年的日常工作中,我们着重系统培训客户经理的服务与业务双领先全面优化营销体系，实现客户经理规模最优化。大力推进新业务的规模发展，加快改进服务的步伐,全面优化营销体系，推动中心完成全年的营销指标.

x年我准备在工作中协助领导全面创新服务模式，提高新业务的市场占有率。协助领导全面提升客户服务，促进服务价值最优化。继续大力宣贯“正德厚生，臻于至善”的核心价值。

**转岗客户经理心得体会八**

由于大客户市场竞争压力加大，而大客户是公司收入和利润的主要来源，所以保留、拓展大客户，让客户经理为其提供满意的产品或服务，即深入细致分析客户信息，推出差异化的产品或服务显得至关重要。通过此次客户经理模板培训，我在大客户服务方面总结了以下四方面的内容：

一、树立以服务为主题的观念

服务是一个全方位的整体概念，技术再好，功能再多，对用户来说都是没有用的，客户需要的是能够满足其生产和生活需要的解决方案。对于有一定科技含量的产品，用户更多关注的是产品的品牌、质量及服务。用户愿意多花10%的价钱来购买服务好的同质产品。对公司而言，高水准服务不仅能使用户真正受益，也能为公司赢得更好的口碑、更大的市场份额和更多的经济效益。而高水准的服务首先需要客户经理自身摆正位置，建立“关怀客户”

的意识，和客户先成为朋友，再成为利益的双赢者。

二、从多个角度分析客户行为，寻找出其真正的驱动因素

使客户满意的关键是理解哪些东西对他们来说是重要的，并且尽力满足他们的期望。然而在很多时候，客户并不知道他真正需要的是什么，或者说客户还没有意识到对他来说最重要的是什么。因此，“学会听懂客户的话”是集团客户营销一项重要的要求。例如：客户经常会抱怨“价格太高了”，客户在乎的真的是价格吗?其实很多情况下是在产品同质的情况下，客户没有感受到因为价格差异给他带来的增加价值，而客户又很难从产品功能等深层次、专业的角度去分析这些问题。于是客户就把他最容易感受到的价格作为一个抱怨点。事实上，大部分集团客户对价格的敏感度是比较低的。换句话说，如果解决方案真正能够解决问题，带来好处，那么客户能够承受一定的价格差异。

因此我们应该引导客户看到解决方案能够带来的附加价值，在业务拓展、效率提高等方面所能够做出的贡献，让客户认识到使用我们公司产品能带来的直接好处。如果根据客户的要求很快承诺降低产品价格，他们反而往往会疑窦重生。更严重的是，客户会认为我们赞同了他们最初对价格的观点。

三、按客户重要程度细分，列一张工作先后次序的表格，真正把握重要客户

集团客户需求千差万别，客户经理工作千头万绪。如何从纷繁芜杂的事情中把握有价值的大客户也是不可忽视的问题，从而保证高度的“性价比”，也不至于老觉得自己整天很忙却没得到什么回报。

重要紧急

重要不紧急

不重要紧急

不重要不紧急

从上表看，我们应该优先解决重要紧急的事情，其次是重要不紧急，再次是不重要紧急，最后是不重要不紧急，每天下班前把明天必须完成的6件事写在便签上，并据此排出先后顺序遵照完成。通过把握重要和紧急的区别，实现利益最大化。

四、客户需求研究，超出客户预期

客户满意度是一个相对的概念，是客户期望值与最终获得值之间的匹配程度。要超出客户的需求，需要仔细分析客户期望值，因为客户最终获得的满意度只需略高于期望值，就能获得客户的满意。客户的期望值与其付出的成本相关，付出的成本越高，期望值越高。在提高客户满意度的过程中，尽量避免要求客户付出额外成本，否则客户期望值会随之升高，达到客户满意也就更加不容易。该过程应是在充分考虑成本投入的同时，尽可能通过产品、服务附加价值的发掘来实现。客户参与程度越高，付出的努力越多，客户满意度越高。所谓越难得到的便会越珍惜。因此在产品推介过程中如果能够争取客户的参与，一方面对客户需求的把握能够更为清晰明确，另一方面客户由于付出了努力，其满意度会更高。

**转岗客户经理心得体会九**

来到银行实习前，我是万万没想到原来实习是如此充实和忙碌的，而且能够学到很多东西。当然这归于我幸运的到业务八部和遇到很好的师傅。第一天报到，我就被安排了师傅，被师傅安排了任务——做易融通卡，做的过程我学会了做卡的整个过程，并同时学会了利用系统查找客户资料和积分，除此之外，连带的信用卡我也学会了如何填写。

接下来日子，由于师傅的指导，我又学会了系统录入，学会了如何查找客户信息和填写系统，当然包括客户积分查询。

我又陆续学会了续贷系统的录入和合同的签订，包括续贷合同，并且知道了合同包含的所有资料。

最重要的我了解了客户经理跟客户谈判的整个过程，这也是我感触最深的一点，一个优秀的客户经理要具备怎么样的素质，优势是说话技能，包括拜访陌生客户的技巧。同时了解到客户经理室如何跟客户打交道，如何维护客户关系和服务客户。

工作之余，部门娱乐也挺丰富的，冯总生日，周末大家一起吃饭聊天、k歌，打牌、其乐融融，生活丰富多彩。而且我们还遇上行庆，将要举行骑自行车比赛，期待…

学习的过程是辛苦的，但是有师傅和其他同事的帮忙和支持，我感觉学的很轻松愉快。在八部呆了一段时间，我感觉客户经理工作很积极，很有干劲，而且大家很团结，这也许是公司的文化吧。而且客户经理相处的很好，大家都以诚相待，互相帮助。当然，作为新生在学习过程中，我也犯了很多错误，在学习中犯错，在犯错中学习。

总之，在商业银行，作为客户经理的助理，我觉得我还是学的挺多的。首先我学会了做易融通卡和信用卡;其次我学会了做客户系统和续贷系统;最后我还学会签合同和了解客户谈判过程。当然最重要的我了解了一个最为银行客户经理的生活工作情况。

**转岗客户经理心得体会篇十**

为适应日趋激烈的银行间同业竞争，抢占某场份额，拉动效益增长，20xx年我行推行了客户经理制，组建了个人客户经理队伍，其核心是建立以某场为导向，以客户为中心，以效益为目的，以人才为桥梁，为客户提供全面、综合、高质量服务，有效防范风险，实现我行效益最大化。个人客户经理队伍的成立，是我行党委在商业银行深化金融体制改革、提高金融服务

所采取的一种全新的金融创新，它将在同业竞争中发挥重要作用。

随着银行体系主体多元化竞争格局的形成和资本某功能的完善，对优质客户的争夺成为同业竞争的焦点，同时客户需求的日益多元化、综合化和个性化，既为银行业创造了机遇又提出了挑战。要应对激烈的竞争，为客户提供更高层次的、全方位的服务，提升自身效益，就必须建立一支反应迅速、综合素质高、服务意识强的营销队伍---个人客户经理队伍。在同业中，我行党委高瞻远瞩走在了前面，但是否个人客户经理队伍的成员具有较强的业务能力和服务意识，是否真正认知个人客户经理的岗位职责所在，我认为还需进一步探讨，在这里我仅从自己近期的学习中谈谈个人的一点想法：如何作一名合格的个人客户经理。

个人客户经理是指从事客户关系管理、营销服务方案策划与实施，直接为个人客户提供营销服务的专业技术人员。客户经理必须对建行事业忠诚，没有忠诚度的客户经理不可能维护和造就有忠诚度的客户。客户经理必须具备综合素质，业务素质是为客户提供高效的业务服务;管理素质是为客户提供增值的服务;人品素质是为客户提供可持续发展的服务。其他特殊技能素质为客户提供特别需求的服务。

要做一名合格的个人客户经理，我认为应从以下几方面做起：

首先必须提高 自身的综合素质，要具备丰富、精深的专业知识，包括银行产品、某场营销，客户关系管理、客户服务知识等;同时不断充实金融、法律制度、风俗习惯、社交礼仪、客户心理等多方面的知识和信息，通过丰富的知识武装自己，努力成为具有广博知识的杂家，有效提高个人综合素质。

二是具备较强的服务意识和专业的服务能力。“服务”是一个永恒的话题，金融企业是服务性行业。服务行业不谈服务，服务没有特色，就不可能留住客户。作为一名商业银行的客户经理，只有真正把客户当成“衣食父母”，让客户永远享受当“上帝”的感觉，只有客户满意了，我们才会在竞争中立于不败。

最后是定好自己的地位。客户是我们银行最重要的人物，他们不必依赖我们，而我们必须依赖他们;他们带给我们的不是工作上的烦恼，而是工作岗位;他们不是我们工作上的旁观者，而是我们业务的主角，我们提供的服务并非是给他们恩惠，反而是他们带给我们的业务机会，而令我们得到很多恩惠。在个人业务日益重要的今天，个人客户经理在银行中的作用越来越明显，个人客户经理的地位和重要性是由客户对银行的重要性决定的。银行和客户实际上已经结合成一个利益共同体，可谓“荣辱与共”，客户经营得好，银行产品销售状况和信誉就会提高，银行的效益也就随之提高;客户经营失败，银行的效益也就没有了来源。所以说个人客户经理是银行的一种“资源”，要站在较高的角度预测客户需求，要一对一地为优质客户提供服务并满足客户需求，通过服务客户为银行创造效益。

分行党委已给我们搭就了舞台，我们要在工作实践中，树立现代商业银行经营理念，以客户为中心，以客户满意度为宗旨，努力培养服务能力，提高个人综合素质，作一名合格的个人客户经理。

**转岗客户经理心得体会篇十一**

为适应日趋激烈的银行间同业竞争，抢占某场份额，拉动效益增长，20xx年我行推行了客户经理制，组建了个人客户经理队伍，其核心是建立以某场为导向，以客户为中心，以效益为目的，以人才为桥梁，为客户提供全面、综合、高质量服务，有效防范风险，实现我行效益最大化。个人客户经理队伍的成立，是我行党委在商业银行深化金融体制改革、提高金融服务

所采取的一种全新的金融创新，它将在同业竞争中发挥重要作用。

随着银行体系主体多元化竞争格局的形成和资本某功能的完善，对优质客户的争夺成为同业竞争的焦点，同时客户需求的日益多元化、综合化和个性化，既为银行业创造了机遇又提出了挑战。要应对激烈的竞争，为客户提供更高层次的、全方位的服务，提升自身效益，就必须建立一支反应迅速、综合素质高、服务意识强的营销队伍---个人客户经理队伍。在同业中，我行党委高瞻远瞩走在了前面，但是否个人客户经理队伍的成员具有较强的业务能力和服务意识，是否真正认知个人客户经理的岗位职责所在，我认为还需进一步探讨，在这里我仅从自己近期的学习中谈谈个人的一点想法：如何作一名合格的个人客户经理。

个人客户经理是指从事客户关系管理、营销服务方案策划与实施，直接为个人客户提供营销服务的专业技术人员。客户经理必须对建行事业忠诚，没有忠诚度的客户经理不可能维护和造就有忠诚度的客户。客户经理必须具备综合素质，业务素质是为客户提供高效的业务服务;管理素质是为客户提供增值的服务;人品素质是为客户提供可持续发展的服务。其他特殊技能素质为客户提供特别需求的服务。

要做一名合格的个人客户经理，我认为应从以下几方面做起：

首先必须提高 自身的综合素质，要具备丰富、精深的专业知识，包括银行产品、某场营销，客户关系管理、客户服务知识等;同时不断充实金融、法律制度、风俗习惯、社交礼仪、客户心理等多方面的知识和信息，通过丰富的知识武装自己，努力成为具有广博知识的杂家，有效提高个人综合素质。

二是具备较强的服务意识和专业的服务能力。“服务”是一个永恒的话题，金融企业是服务性行业。服务行业不谈服务，服务没有特色，就不可能留住客户。作为一名商业银行的客户经理，只有真正把客户当成“衣食父母”，让客户永远享受当“上帝”的感觉，只有客户满意了，我们才会在竞争中立于不败。

最后是定好自己的地位。客户是我们银行最重要的人物，他们不必依赖我们，而我们必须依赖他们;他们带给我们的不是工作上的烦恼，而是工作岗位;他们不是我们工作上的旁观者，而是我们业务的主角，我们提供的服务并非是给他们恩惠，反而是他们带给我们的业务机会，而令我们得到很多恩惠。在个人业务日益重要的今天，个人客户经理在银行中的作用越来越明显，个人客户经理的地位和重要性是由客户对银行的重要性决定的。银行和客户实际上已经结合成一个利益共同体，可谓“荣辱与共”，客户经营得好，银行产品销售状况和信誉就会提高，银行的效益也就随之提高;客户经营失败，银行的效益也就没有了来源。所以说个人客户经理是银行的一种“资源”，要站在较高的角度预测客户需求，要一对一地为优质客户提供服务并满足客户需求，通过服务客户为银行创造效益。

分行党委已给我们搭就了舞台，我们要在工作实践中，树立现代商业银行经营理念，以客户为中心，以客户满意度为宗旨，努力培养服务能力，提高个人综合素质，作一名合格的个人客户经理。

**转岗客户经理心得体会篇十二**

短暂的6天客户经理培训，使我获益匪浅。这次培训，通过系统学习市场营销、客户关系管理等服务营销知识，使我原有的工作思维有了很大的转变，知识视野进一步宽阔，业务理论得到了夯实。下面，就本期学习体会向老师和学员们做以汇报：

一、创新了卷烟营销知识体系，切实转变了自身思维观念

以往，我认为卷烟营销就是把烟卖出去就行，没有对营销整体概念科学的把握。通过培训，老师为我们讲解了什么是数据库营销，什么是整合营销，这为我提了个醒，过去我们客户经理为商户建立了经营台帐，也就是定期查询商户的卷烟进货量，以便进行对比，用课堂上话，讲就是数据库营销，通过这些我们能够对辖区商户销售水平做到心中有数，特别是结合其销售特点进行密切的、持续的宣传活动，与客户保持经常性联系，了解客户的想法，及时地根据客户的需求，制定卷烟销售的计划，并为每个客户量身订做好经营方案，通过搜集和积累商户的大量信息，为客户提供更有价值的服务。 6天的培训，使我们清楚的了解到市场营销的相关问题，更清楚了如何做市场营销，怎么去营销。特别是更加清楚的了解了前三年、目前和过去三年我们卷烟商业企业的发展方向，也为我今后的工作内容做出了进一步要求。

二、对行业的现状，以后的发展有了一个系统的认识

在工作将近三年的时间里，虽然对现状和发展有了一定的认识，但都是狭隘和浅薄的，从来没有系统地学习和整理过。通过理论学习也给我的工作指明了方向，使自己明确了日后\*企业发展的方向，更了解到客户经理的重要性，客户经理是与商户连接的桥梁与纽带，更是公司利益的直接创造者，明确了重要性也使自己树立一种强烈的责任感，在今后的生活中我会将学到的东西全部应用到工作中，使自己所学为公司日后的发展打好基础。

这次系统培训，使我明白了公司为什么要求我们转变思想观念?为什么要改革现有的经营管理模式?公司未来的发展目标是什么?将来我们会采取那些营销战略等等?这些问题在我头脑中打下了深刻的烙印，明确了自己以后工作需要改进和加强的重点，对于今后开展具体工作有了方向性的轮廓，对于提升自身素质有了根本性的规划。

三、对客户经理的地位、作用有了一个新的认识

从表面上看，客户经理的工作就是下去拜访商户，拿订单，搞好卷烟售后服务。但实际上，它有着更深层次的内涵。“客户经理”代表的是\*公司，客户经理表现出来的形象就是\*公司的形象，客户经理表现出来的素质就是\*公司的素质，也是零售户是否主动积极与\*公司合作、共同缔造规范化卷烟市场的一个重要因素，是影响卷烟价值链上不可缺少的一个环。我认为：客户经理是公司销售策略的执行者;是客户服务团队的组织协调者;是零售户利益的代言人;是提升客户满意度工作的直接责任人;是市场营销活动的组织者和推动者。

四、对客户经理应具备的素质有了清晰的认识

通过培训，我进一步了解了客户经理需要具备的基本素质，归纳起来，我认为主要有以下几点：

1、沟通、组织协调能力。客户经理要当好销售服务团队的组织核心，组织协调好自己片区内电访员、配送员及专卖管理员各个环节的衔接，定期与“三员”召开座谈会、碰头会，做好各部门之间的意见反馈，充分调动销售服务团队中每位人员的积极性，发挥各自优势，达到市场信息资源的最大化共享。

2、市场信息的收集和分析能力。在瞬息万变的市场形势中，客户经理要提高市场信息的收集能力，要有捕捉市场信息的敏锐性，正确把握住市场信息的特点和收集信息的规律。收集市场信息时要坚持“五性”原则，即真实性、相关性、时效性、价值性、全面性。客户经理对收集的各类市场信息要认真进行筛选，再结合零售户卷烟销售报表定期进行市场分析，对零售户的销售数量、销售金额、产品结构比例等指标定期进行纵向和横向比较。在分析研究的基础上，积极向上级提出具有参考价值的意见、办法，为上级决策提供依据。

3、学习和创新能力。客户经理应树立学习意识，不断提高自身综合素质，除掌握扎实的业务知识外，还应加强对专卖法律法规的学习，增强法律意识，提高对真假烟的辨别能力;业余时间可以通过多种学习途径，来扩大自己的知识面，丰富知识量，用知识武装自身头脑，用知识提高自身业务技能。在激烈的市场竞争中，客户经理面对的是需求各异的零售户，这就需要客户经理有一定的创新意识，勤于思考，善于探索，不断提高自己的创新能力，根据营销环境的变化，不断更新营销观念，用新观念去指导经营，为零售户提供更优质的服务。

4、磨炼自身个性的能力。客户经理是客户的经理，\*公司的客户服务工作主要由客户经理来承担、完成，是联系公司与零售户的桥梁和纽带。要想成为一名合格的客户经理，就必须加强对自身个性的磨炼。客户经理要有一定的亲和力，工作要有信心，具备乐观的性格，不能为了小小的挫折或失败而手足无措;要讲诚信，不能自我吹嘘，不可自我夸耀，要讲求真实，言行一致;要有恒心，客户经理每天走访市场，要始终坚持“客户满意才是我们的最大追求”;对工作要有责任感和奉献精神，要尽自己的最大努力把工作做到最好。

五、加深了对服务营销的深层次认识

在以往的工作中，简单的认为替商户窜窜烟，帮助商户存存钱、写写订单这就是服务，没有过多的考虑一些方法和策略，千篇一律。通过培训，才明白了服务营销的更多内涵。按客户经理的工作内容，我认为服务应做到以下几项：

1、卷烟陈列整齐美观。卷烟上柜品种比较多，在固定陈列空间里，要使卷烟产品取得尽可能大的销量和广告效果，客户经理就要用自己认真负责的态度、诚实可信的热情和零售户共同维护管理好卷烟商品陈列，达到上量增效的目的。 因为产品只有放在零售终端柜台里才能获得更多的销售机会，所谓“货卖堆山”就是这个道理，牌号上柜率上去了，才能保证卷烟销量持续稳定增长。

2、宣传促销形式多样。一是宣传行业的方针、政策及法规。二是宣传名优卷烟和企业重点培育的卷烟品牌。具体工作包括协助烟厂在零售户店铺内放置宣传工具，并尽量和货架上的卷烟陈列相呼应，以达到预期的展示效果;用于阶段性促销的宣传工具在促销活动结束后必须及时换掉，以免误导消费者，引起不必要的纠纷;宣传促销要保持整洁、协调、美观，注意维护企业形象。

3、进货渠道规范有序。由于受利益的驱动，部分零售户可能会从非法渠道进货、区域外之间串货、甚至假、冒、伪、劣问题的出现，这不但危及\*企业和消费者的利益，而且直接削弱了专卖对市场的控制能力，因此必须规范零售户的进货渠道。对于没有从\*公司进货的零售户，要向他们言明利害，使他们充分认识到从非正规渠道流入的卷烟是非法的，会使他们遭受经济损失。从而规范其经营行为。

4、信息收集反馈及时。开展市场调查，搜集市场信息，做好市场分析，监督三员服务质量，及时反馈信息;积极引导社会消费，宣传引导、分析区域消费群体情况，指导客户购进有针对性的品种牌号，积极主动引导社会消费; 努力当好客户参谋，按照日程表对零售客户进行定期拜访和分类服务;帮助客户提高辨别真假卷烟的能力，及时帮助客户解决困难;为客户提供销售技巧、服务技巧、推销策略等指导，推广客户销售经验，帮助指导销售滞销烟;提供合理的周转量，建立合理库存，帮助零售户合理运用资金和获取最大效益。

5、客户关系良好稳定。与零售户建立和保持良好的经营伙伴关系，是客户经理顺利完成各项终端工作的基本保证。因此在与零售户进行交流和沟通时，要妙运用圆润的语言、热情的态度、真诚的行动与他们建立和维系良好的经营伙伴关系，只有这样才能有助于卷烟的正常销售，同时可以在客户心目中保持一种良好的企业产品、个人形象。

以上就是我在这次培训中的主要理论收获，在以后的工作当中，我将把自己在培训班学到的理论知识，切实融入到具体实际工作当中，奋发进取、开拓创新，努力促使自己的本职工作出现新局面，为\*公司卷烟经济持续快速健康协调发展贡献自己的一份力量。

最后，我要告诉大家的是：“只要你努力去做了，没人会拒绝你的服务”。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！