# 最新证券公司客户经理工作计划(5篇)

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2025-02-15

*证券公司客户经理工作计划一第一条 为了加强对营销团队的日常管理，指导营销团队的日常管理工作，建立一支高效、有序的营销团队，特制订本指引。第二条 各营销团队均应制订本团队的管理及薪酬标准实施细则报渠道管理部，经批准后执行。第三条 营销团队应在...*

**证券公司客户经理工作计划一**

第一条 为了加强对营销团队的日常管理，指导营销团队的日常管理工作，建立一支高效、有序的营销团队，特制订本指引。

第二条 各营销团队均应制订本团队的管理及薪酬标准实施细则报渠道管理部，经批准后执行。

第三条 营销团队应在每年初制订出年度工作计划，根据当地市场情况制订营销方案，并与相关合作银行签订当年的营销合作方案。新成立的团队，必须在筹办时列明一年内的工作计划与目标开户数。

第四条 渠道管理部负责对各营销团队营销方案等文件

进行指导和审核。营销团队的年度营销方案、人员招聘、考核办法等必须上报，经过总部相关部门会签审核后方可执行。报批流程：营业部将请示传真→经纪业务综合室→渠道管理部(注明必须会签的部门)→经纪业务综合室协助走完报备流程→主管副总裁等公司领导批示完毕→经纪业务综合室传真会签意见，流程结束。

第五条 营销团队在制定明确的工作目标与计划后，应

把工作分解给区域经理或客户经理。定期检查工作进度，根据业务进展情况对计划进行回顾，及时改正工作中的不足。

(一)客户经理在开展工作时，必须记录工作日志，团队负责人不定期对工作日志进行抽查，及时了解人员工作动态。

(二) 营销团队内部成员之间应有明确的分工，在开展

业务时要密切配合，开发客户和服务客户要紧密结合。

(三) 根据工作进度与时间安排，有步骤地实施计划，

逐一落实工作目标。

(四)客户经理在各网点的调整、调动应服从营销团队的统一安排。

第六条 营销团队要定期撰写月度、半年、年度业务分

析报告，分析业务进展情况，及时调整工作思路，以便顺利完成工作计划。

第七条 营销团队负责人负责本团队营销人员的日常管

理，并协调好组员之间的合作关系。客户经理必须服从本团队负责人的统一领导和管理。

第八条 营销团队必须执行严格的考勤制度，专人记录

每日的考勤情况，当月考勤按公司的相关规定比照执行。具体内容如下：

(一)客户经理必须准时上下班，不迟到、早退;不得无故旷工;不得无故擅自离岗，其上班时间与其所在网点的上下班时间一致。

(二)客户经理实行每天8小时工作制度，其他时间按自愿加班原则处理。

(三)客户经理必须参加本团队组织的培训、营销等活动。外出展业、访问客户原则上应该向团队负责人员说明，并填写《营销人员出访单》(见附件)，详细列明目的地、被访人及联系方法，交负责人员，负责人员应在事后进行抽查或全查。

(四)团队负责人应对辖区内的人员出勤情况进行巡查，向客户经理所在网点的相关负责人了解人员动态。

(五)客户经理请事假、病假等必须提前向团队负责人请假，同意后方可休假。

第九条 营销团队必须制定严格的例会制度，团队负责

人必须每周召集一次工作例会，每月一次月度总结例会。例会主要对工作进度进行回顾，解决工作中出现的问题，交流竞争对手的情况，及时对工作方法进行调整。

第十条 营业部的营销团队必须每日召开晨会，晨会内

容包括：

(一)通报当日市场信息，研判市场走势;

(二)由团队负责人对公司的最新精神进行传达，对新产品、新业务作简明介绍，布置新的工作任务;

(三)团队工作进度汇报;

(四)学习营销案例，交流营销体会;

(五)激励团队士气等。

第十一条 营销团队负责人负责本团队电脑设备、办公

设备、宣传用具等实物的全面管理。

第十二条 客户经理具体负责所服务网点实物的保管。

第十三条 营销团队应设专人负责实物管理的具体工作，制订《实物管理明细表》，逐笔登记物品出入库情况，办理人员变动的实物交接手续。

第十四条 实物的损毁、丢失或被盗等形成的损失由相

关责任人承担。

第十五条 客户经理的业务统计：

(一)营业部每月根据crm系统中的数据及客户经理薪

酬标准计算出每位客户经理本月度业务明细数据，汇总表格由营业部财务部复核。

(二)营业部财务部在收到相关数据后，应核算出每位客户经理本月度的薪酬，并编制《营业部客户经理薪酬月报表》，由主办会计、副经理(经理助理)和经理逐级审核签字后，作为为营业部财务部发放薪酬的依据，同时报经纪业务综合室备案。

第十六条 营业部负责对营业部营销团队的考核工作。

考核分工作职责考核和业绩考核两部分。工作职责考核主要对客户经理日常工作的执行情况和客户服务工作标准的执行情况进行考核。业绩考核主要对其所开发的客户数量、所辖客户创造的净收入和客户资产总量进行考核。

第十七条 考核按月、季、年为周期来进行。业绩考核

每月进行一次，决定当月客户经理的业务提成数额;每三个月综合考核一次，决定客户经理级别的升降;年终对客户经理进行一次综合考评，调整客户经理的级别。

第十八条 营业部交易管理岗应对团队的人员档案、客

户经理营销客户确认单据、各类统计报表等资料进行整理，分别以电子文档汇总管理，原始资料进行存档形式保存。以下各类资料的存档形式相同。

第十九条 营业部应与聘用后的人员签订劳动合同(期

限一年)，与兼职人员签订营销合作协议(期限一年)。劳动合同和营销合作协议签订完毕，合同原件留档备查。

第二十条 对于客户经理的招聘工作，营业部应指定专

人负责检查各种证件的真实性，建立客户经理的管理档案(包括应聘及聘用后所需的个人一寸免冠照片、个人简历、身份证复印件、学历证书复印件、担保书、担保人身份证复印件、劳动合同或营销合作协议、合同期内的各期考核情况和奖惩文件等)，所有档案应妥善保管。

第二十一条 营业部交易管理岗要对客户经理每月的营

销客户明细、营销业绩建立电子档案进行管理分析，对《xxx客户经理营销客户确认单》等单据进行妥善保管，编制流水号，每月整理归档。

第二十二条 营销团队每月的业务月报，包括业务开展

数据及分析说明、人员变动、人员工资薪酬报表等资料要存档保管。

第二十三条 对拟聘客户经理的岗前培训、考查结束后，

由营业部根据拟聘客户经理的表现和考核情况，对其进行综合考评，对考评合格者予以试用，并办理相关试用手续。对拟聘客户经理的资料要留档保存，以做人才储备参考使用。

第二十四条 为了便于管理，营业部应建立《员工培训

档案》，并采用电子化管理。《员工培训档案》由培训组织部门指定专人在培训项目完成后填写，记录员工参加培训的时间、内容、考核结果等有关信息，以作为公司培训管理、员工绩效考核和干部任免的依据。

第二十五条 对于报批、报备到公司或者渠道管理部的

各类资料，营业部必须妥善保管，重要资料放入文件柜，做好表头，编制流水号，以便能快速查找。档案的查阅原则是团队负责人以上人员、公司相关部门人员、客户经理可以要求查阅与本人相关的资料。

第二十六条 本指引适用于营业部。

第二十七条 本指引由公司渠道管理部负责解释、修订。

第二十八条 本指引自公布之日起施行。

**证券公司客户经理工作计划二**

1、带着一颗“爱心”去工作。保持良好的礼节礼貌，要从服务他人的角度出发，让客户觉得你是真心地关心他，缩短经纪人与客户之间的距离，对客户思想形成正确方案的引导。

2、做好宣传，严格执行公司的服务规范，做好来电咨询和新客户的预约开户工作。定期联络客户做好客户的维护工作。

3、做好沟通汇报，工作无小事，对重要事项做好记录并传达给公司相关负责人员，做到不遗漏、不延误。

不断提升职业道德，掌握证券从业规律，拓展证券知识，提高自己的证券业务水平。

1、多学习、学习先进的证券业务理论，学习公司同事的宝贵经验，学习专业知识。

2、多琢磨、以便构建良好的客户关系。证券经纪人只有与客户之间相处得融洽，相处得愉快，才能更好更深入的完成任务!

3、多反思、多总结。自我反思是提高业务素质的基本途径。对于自己证券从业工作中的成功或失败，要及时总结，不断为自己今后的工作积累经验。从而不断进步，自己超越自己。在以后的日子中。我将勇于进取，不断创新，努力完成公司分配的工作和任务，争取取得更大的进步!望公司领导和同事多多帮忙和指正。我认为最重要的一点就是激励制度：那同样是家族企业，同样是“给自己干”的制度，为何有的干得好，有的干得差?xxx认为，家族企业的制度主要包括两个方面，一个是激励制度，它体现财富的分配规则，在经济学里，就是“为谁干”的问题。激励制度做得好，人们就愿意努力干。二是管理制度，主要解决“生产什么”和“怎么生产”的问题，体现财富生产的效率规则。激励制度的核心是调动人的积极性，管理制度的核心是使激励制度调动起的干劲科学化、高效率。

没有合理的激励制度，再好的管理制度也没有意义，但仅有好的激励制度，管理制度不科学，企业也很难成功。激励制度鼓励人们努力工作，激发人们心中向善的东西，主要是为大好人制定的，它使大好人工作更努力、更有创造性和自主性。而管理制度则是假设人都是自私的，从管理“坏人”的角度入手，它使坏人干不了坏事，被迫不断去干好事，长此以往把坏人变成大好人。在管住坏人的同时，也使大好人不至于在利益的诱惑下去干坏事，成为更好的人。因此，激励制度增加了大好人，管理制度减少了坏人。如果都像上面所说的，我相信没有干不好的工作。没有完不成的任务。

第二条各营销团队均应制订本团队的管理及薪酬标准实施细则报渠道管理部，经批准后执行。

第三条营销团队应在每年初制订出年度工作计划，根据当地市场情况制订营销方案，并与相关合作银行签订当年的营销合作方案。新成立的团队，必须在筹办时列明一年内的工作计划与目标开户数。

第四条渠道管理部负责对各营销团队营销方案等文件进行指导和审核。营销团队的年度营销方案、人员招聘、考核办法等必须上报，经过总部相关部门会签审核后方可执行。报批流程：营业部将请示传真→经纪业务综合室→渠道管理部（注明必须会签的部门）→经纪业务综合室协助走完报备流程→主管副总裁等公司领导批示完毕→经纪业务综合室传真会签意见，流程结束。

第五条营销团队在制定明确的工作目标与计划后，应把工作分解给区域经理或客户经理。定期检查工作进度，根据业务进展情况对计划进行回顾，及时改正工作中的不足。

（一）客户经理在开展工作时，必须记录工作日志，团队负责人不定期对工作日志进行抽查，及时了解人员工作动态。

（二）营销团队内部成员之间应有明确的分工，在开展业务时要密切配合，开发客户和服务客户要紧密结合。

（三）根据工作进度与时间安排，有步骤地实施计划，逐一落实工作目标。

（四）客户经理在各网点的调整、调动应服从营销团队的统一安排。

第六条营销团队要定期撰写月度、半年、年度业务分析报告，分析业务进展情况，及时调整工作思路，以便顺利完成工作计划。

第七条营销团队负责人负责本团队营销人员的日常管理，并协调好组员之间的合作关系。客户经理必须服从本团队负责人的统一领导和管理。

第八条营销团队必须执行严格的考勤制度，专人记录每日的考勤情况，当月考勤按公司的相关规定比照执行。具体内容如下：

（一）客户经理必须准时上下班，不迟到、早退；不得无故旷工；不得无故擅自离岗，其上班时间与其所在网点的上下班时间一致。

（二）客户经理实行每天8小时工作制度，其他时间按自愿加班原则处理。

（三）客户经理必须参加本团队组织的培训、营销等活动。外出展业、访问客户原则上应该向团队负责人员说明，并填写《营销人员出访单》（见附件），详细列明目的地、被访人及联系方法，交负责人员，负责人员应在事后进行抽查或全查。

（四）团队负责人应对辖区内的人员出勤情况进行巡查，向客户经理所在网点的相关负责人了解人员动态。

（五）客户经理请事假、病假等必须提前向团队负责人请假，同意后方可休假。

第九条营销团队必须制定严格的例会制度，团队负责人必须每周召集一次工作例会，每月一次月度总结例会。例会主要对工作进度进行回顾，解决工作中出现的问题，交流竞争对手的情况，及时对工作方法进行调整。

第十条营业部的营销团队必须每日召开晨会，晨会内容包括：

（一）通报当日市场信息，研判市场走势；

（二）由团队负责人对公司的最新精神进行传达，对新产品、新业务作简明介绍，布置新的工作任务；

（三）团队工作进度汇报；

（四）学习营销案例，交流营销体会；

（五）激励团队士气等。

第十一条营销团队负责人负责本团队电脑设备、办公设备、宣传用具等实物的全面管理。

第十二条客户经理具体负责所服务网点实物的保管。

第十三条营销团队应设专人负责实物管理的具体工作，制订《实物管理明细表》，逐笔登记物品出入库情况，办理人员变动的实物交接手续。

第十四条实物的损毁、丢失或被盗等形成的损失由相关责任人承担。

第十五条客户经理的业务统计：

（一）营业部每月根据crm系统中的数据及客户经理薪酬标准计算出每位客户经理本月度业务明细数据，汇总表格由营业部财务部复核。

（二）营业部财务部在收到相关数据后，应核算出每位客户经理本月度的薪酬，并编制《营业部客户经理薪酬月报表》，由主办会计、副经理（经理助理）和经理逐级审核签字后，作为为营业部财务部发放薪酬的依据，同时报经纪业务综合室备案。

第十六条营业部负责对营业部营销团队的考核工作。考核分工作职责考核和业绩考核两部分。工作职责考核主要对客户经理日常工作的执行情况和客户服务工作标准的执行情况进行考核。业绩考核主要对其所开发的客户数量、所辖客户创造的净收入和客户资产总量进行考核。

第十七条考核按月、季、年为周期来进行。业绩考核每月进行一次，决定当月客户经理的业务提成数额；每三个月综合考核一次，决定客户经理级别的升降；年终对客户经理进行一次综合考评，调整客户经理的级别。

第十八条营业部交易管理岗应对团队的人员档案、客户经理营销客户确认单据、各类统计报表等资料进行整理，分别以电子文档汇总管理，原始资料进行存档形式保存。以下各类资料的存档形式相同。

第十九条营业部应与聘用后的人员签订劳动合同（期限一年），与兼职人员签订营销合作协议（期限一年）。劳动合同和营销合作协议签订完毕，合同原件留档备查。

第二十条对于客户经理的招聘工作，营业部应指定专人负责检查各种证件的真实性，建立客户经理的管理档案（包括应聘及聘用后所需的个人一寸免冠照片、个人简历、身份证复印件、学历证书复印件、担保书、担保人身份证复印件、劳动合同或营销合作协议、合同期内的各期考核情况和奖惩文件等），所有档案应妥善保管。

第二十一条营业部交易管理岗要对客户经理每月的营销客户明细、营销业绩建立电子档案进行管理分析，对《xxx客户经理营销客户确认单》等单据进行妥善保管，编制流水号，每月整理归档。

第二十二条营销团队每月的业务月报，包括业务开展数据及分析说明、人员变动、人员工资薪酬报表等资料要存档保管。

第二十三条对拟聘客户经理的岗前培训、考查结束后，由营业部根据拟聘客户经理的表现和考核情况，对其进行综合考评，对考评合格者予以试用，并办理相关试用手续。对拟聘客户经理的资料要留档保存，以做人才储备参考使用。

第二十四条为了便于管理，营业部应建立《员工培训档案》，并采用电子化管理。《员工培训档案》由培训组织部门指定专人在培训项目完成后填写，记录员工参加培训的时间、内容、考核结果等有关信息，以作为公司培训管理、员工绩效考核和干部任免的依据。

第二十五条对于报批、报备到公司或者渠道管理部的各类资料，营业部必须妥善保管，重要资料放入文件柜，做好表头，编制流水号，以便能快速查找。档案的查阅原则是团队负责人以上人员、公司相关部门人员、客户经理可以要求查阅与本人相关的资料。

第二十六条本指引适用于营业部。

第二十七条本指引由公司渠道管理部负责解释、修订。

第二十八条本指引自公布之日起施行。

**证券公司客户经理工作计划三**

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》的收集整理工作，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，限度地减少内耗，实现客户资源的共享。

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。大客户中心将定期组织学习邮政业务，以成长为可以随时接受公司指令与大客户进行业务谈判的营销专家为目标，积极参加各专业局的业务讲座，并与各专业局保持高度沟通，不断提高自身业务素质。

2、美化言行举止，提升客户经理形象

客户经理不仅要有强烈的事业心、高度的责任感和高尚的职业道德，其一言一行还代表着邮政企业的整体形象，工作效率、服务质量和个人素质直接影响着客户对邮政企业的认知。为此，在新的一年里，我们将系统提升客户经理商务礼仪和沟通技巧，进一步美化客户经理的言行举止、提升客户经理形象，有助于赢得客户对邮政企业的好感，从而有利于营销工作的顺利开展。

3、丰富营销知识体系，提高营销水平

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。

证券客户经理工作不是一朝一夕的事，是一项长期的工作，需要足够的耐心，平时细心的工作，能够坦诚地与客户交流。为了20xx年能够有目标、有目的、有成效的工作，取得更好的成绩，特制定计划如下：

1、带着一颗“爱心”去工作。保持良好的礼节礼貌，要从服务他人的角度出发，让客户觉得你是真心地关心他，缩短经纪人与客户之间的距离，对客户思想形成正确的引导。

2、做好宣传，严格执行公司的服务规范，做好来电咨询和新客户的预约开户工作。定期联络客户做好客户的维护工作。

3、做好沟通汇报，工作无小事，对重要事项做好记录并传达给公司相关负责人员，做到不遗漏、不延误。

在认真工作的同时，我也会努力提高自己的自身素质。不断提升职业道德，掌握证券从业规律，拓展证券知识，提高自己的证券业务水平。

1、多学习、学习先进的证券业务理论，学习公司同事的宝贵经验，学习专业知识。

2、多琢磨、以便构建良好的客户关系。证券经纪人只有与客户之间相处得融洽，相处得愉快，才能更好更深入的完成任务!

3、多反思、多总结。自我反思是提高业务素质的基本途径。对于自己证券从业工作中的成功或失败，要及时总结，不断为自己今后的工作积累经验。从而不断进步，自己超越自己。

在以后的日子中。我将勇于进取，不断创新，努力完成公司分配的工作和任务，争取取得更大的进步!望公司领导和同事多多帮忙和指正。

那同样是家族企业，同样是“给自己干”的制度，为何有的干得好，有的干得差?郭凡生认为，家族企业的制度主要包括两个方面，一个是激励制度，它体现财富的分配规则，在经济学里，就是“为谁干”的问题。激励制度做得好，人们就愿意努力干。二是管理制度，主要解决“生产什么”和“怎么生产”的问题，体现财富生产的效率规则。

激励制度的核心是调动人的积极性，管理制度的核心是使激励制度调动起的干劲科学化、高效率。

没有合理的激励制度，再好的管理制度也没有意义，但仅有好的激励制度，管理制度不科学，企业也很难成功。

激励制度鼓励人们努力工作，激发人们心中向善的东西，主要是为大好人制定的，它使大好人工作更努力、更有创造性和自主性。

而管理制度则是假设人都是自私的，从管理“坏人”的角度入手，它使坏人干不了坏事，被迫不断去干好事，长此以往把坏人变成大好人。

在管住坏人的同时，也使大好人不至于在利益的诱惑下去干坏事，成为更好的人。因此，激励制度增加了大好人，管理制度减少了坏人。

如果都像上面所说的，我相信没有干不好的工作。没有完不成的任务。

**证券公司客户经理工作计划四**

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有1个好的销售人员。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的1个重点。在工作中建立1个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有较强的责任心，提高销售人员的主人公意识。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到1个成熟业务员的档次。

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

就是找出适合我们公司产品销售的模式和方法。

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。如出()现未完成时应及时找出原因并改正!

就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买;对潜在客户怎样进行跟进。

总结:根据我以往的销售过程中遇到的一些问题，约好的客户突然改变行程，毁约,使计划好的行程被打乱，不能完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费.我希望领导能多注意这方面的\'工作!

**证券公司客户经理工作计划五**

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;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。

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。

证券公司客户经理工作计划4

第一章营销团队的工作计划和目标

第二条各营销团队均应制订本团队的管理及薪酬标准实施细则报渠道管理部，经批准后执行。

第三条营销团队应在每年初制订出年度工作计划，根据当地市场情况制订营销方案，并与相关合作银行签订当年的营销合作方案。新成立的团队，必须在筹办时列明一年内的工作计划与目标开户数。

第四条渠道管理部负责对各营销团队营销方案等文件进行指导和审核。营销团队的年度营销方案、人员招聘、考核办法等必须上报，经过总部相关部门会签审核后方可执行。报批流程：营业部将请示传真→经纪业务综合室→渠道管理部(注明必须会签的部门)→经纪业务综合室协助走完报备流程→主管副总裁等公司领导批示完毕→经纪业务综合室传真会签意见，流程结束。

第五条营销团队在制定明确的工作目标与计划后，应把工作分解给区域经理或客户经理。定期检查工作进度，根据业务进展情况对计划进行回顾，及时改正工作中的不足。

(一)客户经理在开展工作时，必须记录工作日志，团队负责人不定期对工作日志进行抽查，及时了解人员工作动态。(二)营销团队内部成员之间应有明确的分工，在开展业务时要密切配合，开发客户和服务客户要紧密结合。

(三)根据工作进度与时间安排，有步骤地实施计划，逐一落实工作目标。

(四)客户经理在各网点的调整、调动应服从营销团队的统一安排。第六条营销团队要定期撰写月度、半年、年度业务分析报告，分析业务进展情况，及时调整工作思路，以便顺利完成工作计划。

第二章营销团队的考勤制度第七条营销团队负责人负责本团队营销人员的日常管理，并协调好组员之间的合作关系。客户经理必须服从本团队负责人的统一领导和管理。第八条营销团队必须执行严格的考勤制度，专人记录每日的考勤情况，当月考勤按公司的相关规定比照执行。具体内容如下：

(一)客户经理必须准时上下班，不迟到、早退;不得无故旷工;不得无故擅自离岗，其上班时间与其所在网点的上下班时间一致。

(二)客户经理实行每天8小时工作制度，其他时间按自愿加班原则处理。

(三)客户经理必须参加本团队组织的培训、营销等活动。外出展业、访问客户原则上应该向团队负责人员说明，并填写《营销人员出访单》(见附件)，详细列明目的地、被访人及联系方法，交负责人员，负责人员应在事后进行抽查或全查。

(四)团队负责人应对辖区内的人员出勤情况进行巡查，向客户经理所在网点的相关负责人了解人员动态。

(五)客户经理请事假、病假等必须提前向团队负责人请假，同意后方可休假。第三章营销团队的会议制度第九条营销团队必须制定严格的例会制度，团队负责人必须每周召集一次工作例会，每月一次月度总结例会。例会主要对工作进度进行回顾，解决工作中出现的问题，交流竞争对手的情况，及时对工作方法进行调整。

第十条营业部的营销团队必须每日召开晨会，晨会内容包括：

(一)通报当日市场信息，研判市场走势;

(二)由团队负责人对公司的最新精神进行传达，对新产品、新业务作简明介绍，布置新的工作任务;

(三)团队工作进度汇报;

(四)学习营销案例，交流营销体会;

(五)激励团队士气等。第四章营销团队的实物管理第十一条营销团队负责人负责本团队电脑设备、办公设备、宣传用具等实物的全面管理。

第十二条客户经理具体负责所服务网点实物的保管。

第十三条营销团队应设专人负责实物管理的具体工作，制订《实物管理明细表》，逐笔登记物品出入库情况，办理人员变动的实物交接手续。

第十四条实物的损毁、丢失或被盗等形成的损失由相关责任人承担。

第五章营销团队的业务统计与考核第十五条客户经理的业务统计：

(一)营业部每月根据crm系统中的数据及客户经理薪酬标准计算出每位客户经理本月度业务明细数据，汇总表格由营业部财务部复核。

(二)营业部财务部在收到相关数据后，应核算出每位客户经理本月度的薪酬，并编制《营业部客户经理薪酬月报表》，由主办会计、副经理(经理助理)和经理逐级审核签字后，作为为营业部财务部发放薪酬的依据，同时报经纪业务综合室备案。第十六条营业部负责对营业部营销团队的考核工作。考核分工作职责考核和业绩考核两部分。工作职责考核主要对客户经理日常工作的执行情况和客户服务工作标准的执行情况进行考核。业绩考核主要对其所开发的客户数量、所辖客户创造的净收入和客户资产总量进行考核。

第十七条考核按月、季、年为周期来进行。业绩考核每月进行一次，决定当月客户经理的业务提成数额;每三个月综合考核一次，决定客户经理级别的升降;年终对客户经理进行一次综合考评，调整客户经理的级别。

第六章营销团队的档案管理与使用第十八条

营业部交易管理岗应对团队的人员档案、客户经理营销客户确认单据、各类统计报表等资料进行整理，分别以电子文档汇总管理，原始资料进行存档形式保存。以下各类资料的存档形式相同。

第十九条

营业部应与聘用后的人员签订劳动合同(期限一年)，与兼职人员签订营销合作协议(期限一年)。劳动合同和营销合作协议签订完毕，合同原件留档备查。

第二十条

对于客户经理的招聘工作，营业部应指定专人负责检查各种证件的真实性，建立客户经理的管理档案(包括应聘及聘用后所需的个人一寸免冠照片、个人简历、身份证复印件、学历证书复印件、担保书、担保人身份证复印件、劳动合同或营销合作协议、合同期内的各期考核情况和奖惩文件等)，所有档案应妥善保管。

第二十一条

营业部交易管理岗要对客户经理每月的营销客户明细、营销业绩建立电子档案进行管理分析，对《xxx客户经理营销客户确认单》等单据进行妥善保管，编制流水号，每月整理归档。

第二十二条

营销团队每月的业务月报，包括业务开展数据及分析说明、人员变动、人员工资薪酬报表等资料要存档保管。

第二十三条

对拟聘客户经理的岗前培训、考查结束后，由营业部根据拟聘客户经理的表现和考核情况，对其进行综合考评，对考评合格者予以试用，并办理相关试用手续。对拟聘客户经理的资料要留档保存，以做人才储备参考使用。

第二十四条为了便于管理，营业部应建立《员工培训档案》，并采用电子化管理。《员工培训档案》由培训组织部门指定专人在培训项目完成后填写，记录员工参加培训的时间、内容、考核结果等有关信息，以作为公司培训管理、员工绩效考核和干部任免的依据。

第二十五条对于报批、报备到公司或者渠道管理部的各类资料，营业部必须妥善保管，重要资料放入文件柜，做好表头，编制流水号，以便能快速查找。档案的查阅原则是团队负责人以上人员、公司相关部门人员、客户经理可以要求查阅与本人相关的资料。

第七章附则第二十六条本指引适用于营业部。

第二十七条本指引由公司渠道管理部负责解释、修订。

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》的收集整理工作，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，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。大客户中心将定期组织学习邮政业务，以成长为可以随时接受公司指令与大客户进行业务谈判的营销专家为目标，积极参加各专业局的业务讲座，并与各专业局保持高度沟通，不断提高自身业务素质。

2、美化言行举止，提升客户经理形象

客户经理不仅要有强烈的事业心、高度的责任感和高尚的职业道德，其一言一行还代表着邮政企业的整体形象，工作效率、服务质量和个人素质直接影响着客户对邮政企业的认知。为此，在新的一年里，我们将系统提升客户经理商务礼仪和沟通技巧，进一步美化客户经理的言行举止、提升客户经理形象，有助于赢得客户对邮政企业的好感，从而有利于营销工作的顺利开展。

3、丰富营销知识体系，提高营销水平

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。

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！