中国建设银行东营分行营业部坚持集约培育信用卡业务，通过大数据手段不断发力，推动信用卡指标稳步发展。5月份，该行营业部新增信用卡客户311户，居分行首位。

如果不采取几项深远措施，该行不可能取得如此亮眼的成绩：

一是高度重视、坚定信心达共识。

信用卡作为全行的支柱和稳定器，越来越关键。全行统一思想，高度重视信用卡发卡工作，形成人人营销信用卡的良好氛围。

二是充分利用上级银行的考核激励政策，促进业务主动性。

立即将上级银行的考核激励政策传达到网点，促进网点的重视。同时，信用卡经营业绩要与网点考核挂钩，让网点真正重视，带动全行营销积极性。

三是坚持在大堂打赢，确保日常工作中所要求的行动到位。

日常工作中，大堂经理应抓住机遇，大力开拓市场。一方面，根据提示，立即将每一个适销对路的产品推销给每一个在STM做生意的客户;另一方面，对于客户拿到号码之后信用卡预审批额度显示在号码纸之上的客户，利用客户的等待时间立即跟进营销，不浪费任何营销机会。

四是严格控制网络容量，重视流程引导。

利用全新一代系统挖掘商机数据，为网点精准营销提供数据支撑，严肃分析低效网点和每位员工的表现，找出低产的症结所在，做好流程引导，充份挖掘网点潜力。