

# 2023年停车场业务部季度工作总结(精选5篇)

围绕工作中的某一方面或某一问题进行的专门性总结，总结某一方面的成绩、经验。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 停车场业务部季度工作总结篇一

二是因额度计划制，将按揭客户分类，根据客户的轻重缓急程度，客户质量，客户贷款金额，把握放款节奏，额度口子一开就能马上组织对应金额的客户放款；三是在业务各部门的全力配合下，加班加点，抢抓了3月末的个贷批量集中投放，为完成个贷任务做紧要冲刺，截止3月底，零售团队累计发放个人贷款\*\*\*\*万，其中个人住房按揭\*\*\*笔，金额\*\*\*万元，商业用房按揭\*\*笔，金额\*\*\*万元\*\*完成年度个贷任务；四是加强新楼盘的营销储备，收集2017年上半年预计开盘的楼盘信息，前后走访了庭瑞u me□西湖林语、海联城市时代广场、金色港湾mini空间，目前正在跟进mini空间的营销方案，为后期个人按揭做储备。（四）积极营销，加快中间业务指标的推进。一是根据总行信用卡营销导向，提高过件率，组织机关及网点人员，于交通银行、湖北银行、汉口银行、建设银行等金融机构互办卡\*\*\*张，另对接按揭客户跟进营销信用卡营销\*\*\*张，油菜花节设点营销\*\*张、去财政学校、平安保险、开发区环卫、东本、社区居委会等单位上门营销优质客户，手工统计进件\*\*\*张；二是存量客户营销pos机一台，已激活使用；三是新营销理财客户2户，金额77万元。

一是每月头将本月将要到期或有分期还款计划的客户明细给客户经理，督促其提前做好催收工作，确保每笔贷款的按期收回；二是做好非应计的收回，本期通过走访客户所购房产

和小区物业，辗转联系借款人亲属等方式，终于收回了一笔非应计贷款，金额7000多元；三是做好前期有忘记过还款的客户记录，每月扣划提前通过短信或电话提醒客户按期存款到还款帐户，必须新的逾期产生。

目前零售团队所投放的个人贷款主要为个人住房按揭贷款，捷贷通、优易贷、装修贷、个人工商户贷等品种虽然也有做，但做得较少，占总贷款金额的比重也较少，特别是新客户营销较少，客户储备不足，如不积极营销拓展新客户新楼盘，后期将存在座山吃空，存量客户较少，新客户跟不上的问题。

一是今年零售客户经理下沉，原存款管户随之到原网点，导致系统存款数据倒挂严重；二是新存款客户营销较乏力，除新拓展了几个亲朋好友的存款户外，外出拓展的新客户较少；三是个人经营性贷款客户较少，资金流较大或能回款较多的客户不多；四是对现有贷款客户，包括按揭客户的存款挖掘培养不够。

从一季度来看，目前客户拓展、理财、企业网银等指标营销还停滞不前，特别是客户拓展指标，营销范围在思想上就较局限，认为客户拓展应主要依托于网点客户群体的提升和深度挖掘引户，未从按揭客户中努力的积极的去营销和发掘有潜力的有效客户，也没有想办法从外面拓展营销新的客户回来，包括理财和企业网银，从某种程度来讲，零售团队全员的营销激情还未被完全点燃，营销方向和思路还过于保守，需要更多的创新，全员的营销职能还需进一步被激发。

二是加大与开发商及装修公司的合作营销，加快个人消费贷的客户群营销；三是及时掌握辖区内各楼盘开盘情况，积极做好我行的按揭准入营销。

二是在按揭客户中发掘新对公客户或个人经营类客户，带动我行的对公有效户新增和企业网银指标；三是存量理财客户的深入营销，做好台帐，定期推送我行新的理财信息，加强

联络，力争将客户放在他行的存款或理财转至我行。

坚持工作日志制度，每天上午9点前工作安排到人，下班前工作完成情况及时反馈，并坚持周工作会议中的业务学习和各项任务指标的推进，提高全员的工作效率和紧迫感。另将客户经理各项指标的完成情况及时统计，按月上墙，按周点评，发现做得好的事项和存在不足的问题，及时在会上提出，采取零售团队内部有奖有罚的营销管理模式，激发全员的营销激情，加快各项指标的顺利推进。

## 停车场业务部季度工作总结篇二

今年零售团队大部分人员下沉到网点，想要完成好各项指标任务，对我们来说，是新的挑战，新的压力，新的成长，要人少出佳绩，必须要有新的工作要求和管理制度来作支撑，使队员们能更团结、高效、严谨有序的开展各项工作。一是总结和思考上年零售团队工作中存在的显著问题和不足，制定新的零售团队工作管理办法，严明工作纪律，强调工作要求，特别是工作时效性要求，做事不推诿，不讲条件，工作不散漫，营销要到位，服务要做好等等；二是严格执行周会制度，工作日志制度，工作要有计划，每天工作安排要合理高效，将各项指标任务落实到每一天推进完成，增加业务工作紧迫感；三是制定零售全年学习计划，提升团队整体业务水平；四是建立详细的按揭客户台帐，将按揭客户作为综合营销客户群体，从中培养更多的信用卡、手机银行、pos机、理财、对公、个人有效户客户；五是建立理财客户台帐，查找出每一个客户的理财到期日，到期前与客户联系，及时推荐我行最新的理财信息，确保理财购买的连续性。（二）抢抓揽存好时机，配合网点做好储蓄综合营销工作 一是以“春天行动”为契机，大力开展储蓄宣传营销活动。针对不同的网点客户群和地域特征，适时配合网点出谋划策，拿出一系列春天揽存主题营销活动方案供各网点参考，并配合开展活动的网点一起实施；二是全力配合社区银行开业，做好开业前相关的宣传准备，及开业期间的营销服务工作；三是配合支

行做好3.15金融消费者日宣传及营销活动，抢抓揽存好时节，加强宣传营销，提高我行品牌影响力，力促支行稳存增存的总目标。

一是将前期因政策原因未放款导致客户资料过期的客户，迅速重新收集资料，重新上报审批；二是因额度计划制，将按揭客户分类，根据客户的轻重缓急程度，客户质量，客户贷款金额，把握放款节奏，额度口子一开就能马上组织对应金额的客户放款；三是在业务各部门的全力配合下，加班加点，抢抓了3月末的个贷批量集中投放，为完成个贷任务做紧要冲刺，截止3月底，零售团队累计发放个人贷款\*\*\*\*万，其中个人住房按揭\*\*\*笔，金额\*\*\*万元，商业用房按揭\*\*笔，金额\*\*\*万元\*\*完成年度个贷任务；四是加强新楼盘的营销储备，收集2017年上半年预计开盘的楼盘信息，前后走访了庭瑞u me□西湖林语、海联城市时代广场、金色港湾mini空间，目前正在跟进mini空间的营销方案，为后期个人按揭做储备。

一是根据总行信用卡营销导向，提高过件率，组织机关及网点人员，于交通银行、湖北银行、汉口银行、建设银行等金融机构互办卡\*\*\*张，另对按揭客户跟进营销信用卡营销\*\*\*张，油菜花节设点营销\*\*张、去财政学校、平安保险、开发区环卫、东本、社区居委会等单位上门营销优质客户，手工统计进件\*\*\*张；二是存量客户营销pos机一台，已激活使用；三是新营销理财客户2户，金额77万元。

一是每月头将本月将要到期或有分期还款计划的客户明细给客户经理，督促其提前做好催收工作，确保每笔贷款的按期收回；二是做好非应计的收回，本期通过走访客户所购房产和小区物业，辗转联系借款人亲属等方式，终于收回了一笔非应计贷款，金额7000多元；三是做好前期有忘记过还款的客户记录，每月扣划提前通过短信或电话提醒客户按期存款到还款帐户，必须新的逾期产生。

目前零售团队所投放的个人贷款主要为个人住房按揭贷款，

捷贷通、优易贷、装修贷、个人工商户贷等品种虽然也有做，但做得较少，占总贷款金额的比重也较少，特别是新客户营销较少，客户储备不足，如不积极营销拓展新客户新楼盘，后期将存在座山吃空，存量客户较少，新客户跟不上的问题。

二是新存款客户营销较乏力，除新拓展了几个亲朋好友的存款户外，外出拓展的新客户较少；三是个人经营性贷款客户较少，资金流较大或能回款较多的客户不多；四是对现有贷款客户，包括按揭客户的存款挖掘培养不够。

从一季度来看，目前客户拓展、理财、企业网银等指标营销还停滞不前，特别是客户拓展指标，营销范围在思想上就较局限，认为客户拓展应主要依托于网点客户群体的提升和深度挖掘引户，未从按揭客户中努力的积极的去营销和发掘有潜力的有效客户，也没有想办法从外面拓展营销新的客户回来，包括理财和企业网银，从某种程度来讲，零售团队全员的营销激情还未被完全点燃，营销方向和思路还过于保守，需要更多的创新，全员的营销职能还需进一步被激发。

一是加大外出商业写字楼、附近商业街道、商贸市场的扫街营销，拓展个人经营类贷款客户群，从而带动客户存款、客户拓展指标、pos机、企业网银等任务指标的实现；二是加大与开发商及装修公司的合作营销，加快个人消费贷的客户群营销；三是及时掌握辖区内各楼盘开盘情况，积极做好我行的按揭准入营销。

一是加强按揭客户的回头看，将按揭客户的台帐建立完全，并分到个人，一一电话或上门营销，并按日进行反馈每天的营销目标，按周推进成效和总结经验，主要营销信用卡业务、个人手机电子业务等；二是在按揭客户中发掘新对公客户或个人经营类客户，带动我行的对公有效户新增和企业网银指标；三是存量理财客户的深入营销，做好台帐，定期推送我行新的理财信息，加强联络，力争将客户放在他行的存款或理财转至我行。

坚持工作日志制度，每天上午9点前工作安排到人，下班前工作完成情况及时反馈，并坚持周工作会议中的业务学习和各项任务指标的推进，提高全员的工作效率和紧迫感。另将客户经理各项指标的完成情况及时统计，按月上墙，按周点评，发现做得好的事项和存在不足的问题，及时在会上提出，采取零售团队内部有奖有罚的营销管理模式，激发全员的营销激情，加快各项指标的顺利推进。

## 停车场业务部季度工作总结篇三

法务部严格按照阳泉公司《合同管理办法（试行）》的规定，2017年一季度，提交法务起草或审查的合同共42份，其中服务合同25份，保证合同3份，借款合同3份，维修合同1份，运输合同1份，买卖合同2份，租赁合同4份，安装合同1份，其他合同2份。法务部在日常的合同审查过程中，针对送审的每一份合同，结合每一份合同的特点及送审部门的要求，会同公司法律顾问对合同进行法律审查，出具律师函，并要求各单位、各部门按各自职责对合同进行业务审查，确保合同经过层层把关，做到以合同管理为主线，合同文本标准化，合同评审程序化，积极构筑合同风险防范机制。

在合同审查过程中发现以下问题：

- 1 组织等单位和不具有相应资质的单位签订经济合同。各业务部门是合同谈判的主体，在签订合同前应首先审查合同对方当事人是否具备相应的资质条件，以免在合同履行过程中产生法律问题。

依法订立的有效合同，应当体现双方的真实意思。而这种体现只能靠明晰的合同文字。就目前合同审核过程来看，一些合同内容表述不清楚，容易产生歧义现象仍有发生。

一些合同签订后会出现补充协议等情形，从而对原合同做了实质的变更，也使合同签订失去原有意义，大大降低了原合

同对双方的约束力。

在合同审查中发现一些合同版本为对方当事人提供，从而造成合同约定的相关条款大都仅从自身利益出发，未充分考虑我方利益，至某些条款对我方要求苛刻，而对合同拟订方却没有明确的义务及违约责任的相关约定。因此合同不存在违法，仅存在商务风险，法务也仅能做相关的法律风险提示。建议业务部门在开展业务的同时，根据在签订合同过程中自身实际所处的谈判地位加强对合同商务风险的评估工作，切实维护公司的权益。

2 在合同签订时，尽量争取将争议解决管辖权约定在公司或公司下属各单位所在地。

法务部根据阳泉有限公司《法律纠纷案件管理办法（试行）》，始终坚持以事前预防、事中控制为主，事后补救为辅的原则。

当遭遇诉讼纠纷时，法务部一方面将相关纠纷事实化繁为简，系统整理后提供给外部律师；另一方面为外部律师提供“诉讼子弹”，按照外部律师的需求，整合企业相关部门提供的信息。使外聘律师充分快速的了解案情，争取胜诉的可能性。

3 裁、协商等方式，法务部积极配合处理，最大限度的维护公司的合法权益。

法务部将法律风险管控作为部门工作的重心，积极通过有效方法，加强法律风险的防控，力求将法律风险降到最低。

对于涉及公司重大决策、标的额较大的重大合同，要求必须经各单位“三重一大”决策程序通过，由外聘专业律师进行法律审查，出具法律意见书，揭示重大合同涉及的法律风险并提出相应的防范措施，重大合同的审查必须严格按照重大合同审查流程图进行审批。

在日常工作总狠抓落实，指导、检查、监督法务相关工作的开展，尤其是重大合同及诉讼类案件上报备案工作，同时，总结诉讼纠纷经验教训，防范法律风险。

#### 4

法务部根据市公司的会议精神，积极引进多家律师事务所，在法律纠纷案件处理过程中形成有效的竞争机制，有效降低外聘律师案件代理费用，增强外聘律师服务积极性，为公司在法律纠纷案件中选聘到合适的律师提供了保障。

在诉讼案件发生后，根据案情择优选择擅长该类法律关系的律师事务所进行相应咨询，选聘律师。要求律师积极准备各类诉讼及非诉讼案件需要的材料，做好开庭前准备工作。案件审理过程中，要求律师定期汇报有关案件的情况。

为提高我们运用法治思维及依法办事的能力，真正有效的防范公司法律风险，法务部专门邀请山西经济管理干部学院经理学院院长、法学教授朱忠良教授，针对公司及公司下属单位副科及副科以上领导干部进行“提升企业管理人员运用法治思维能力防范企业法律风险”的法律知识内部培训，同时印发了《法律风险早预防宣传手册》，这次培训使大家充分认识到在企业里加强法制宣传教育的重要性，以及大力提高企业经营管理人员的法律素质、牢固树立企业法制建设理念的必要性。

5 法务工作不仅承担业务合同的审查工作，而且承担合同管理制度检查、修订等法务工作。法务部除了加强自身法律专业基本功的学习之外，还应努力学习了解公司各项业务运营知识，以及财务管理等领域知识。克服“差不多，一般化，过得去”的思想，始终保持严谨细实的工作作风，秉承细节决定成败的理念，增强工作的主动性，时效性，积极调整好心态、完善自身的工作习惯及工作方式，在严格标准上提升水平，在细节管理上开拓创新。



## 停车场业务部季度工作总结篇四

各县支行：

一年之计在于春。近年来实践证明，谁抓住了一季度工作，谁就抓住了全年工作的主动权。为此，全行必须以一季度“两节”带来的各种机遇，以开展“迎新春”劳动竞赛活动为契机，认真组织，再接再厉抓好“三收一拓展”工作，力争使各项业务取得良好开端。

新理念，确保实现“开门红”

各行要牢固树立“总量就是实力，份额就是地位，增存就是增效，增量就是竞争力”的存款新理念，全面分析和研究当地资金组织及市场竞争的新动向及新特点，牢牢把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，大力拓展新的存款领域，努力提高市场份额。一要树立“服务增值、服务创效”理念，真正把规范化服务工作落[本文来源于好范文-[www.wwwnet.com](http://www.wwwnet.com)]实到基层、落实到柜台、落实到每个员工的行动上，不断加强和改进服务手段和服务措施，进一步提高服务质量和效率，针对元旦，春节前后城乡居民收入相对集中、劳务人员返乡、商品市场交易活跃等季节性特点，认真研究和探索揽存的新对策，突出抓好储蓄存款工作。二要着力提高对公存款综合营销能力。以资产业务为切入点，积极拼抢集团性、系统性优良客户，努力提高我行在能源、交通、电讯、电力、烟草、基础设施等行业的存款份额。要高度重视机构存款业务，以代理业务为突破口，有效扩大与行政事业客户的合作领域，提高资金留存率。三要继续密切同保险公司、农信社和其它商业银行的合作关系，扩大合作领域，力促同业存款稳步攀升。四要加大宣传力度，进一步

加强形象建设和“两节”期间的宣传攻势，尽可能全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造农业银行新的良好形象。

要以信贷新规则为前提，严把投放质量关，加大贷款营销力度，全力以赴拓展业务市场领域，达到早投放、早见效。一要强力公关，继续抓好大行业、大系统、大客户的营销工作，各行必须在龙头项目上做大文章，为全行一季度资金营运寻找新的出路。二是各行要继续加大对交通、通讯、电力、公路、烟草和科教文卫等行业性、系统性、垄断性客户的营销力度，确保取得突破性进展；同时，要高度注重个人质押贷款、消费贷款、贴现、住房等低风险贷款的营销，以营业网点为单位，结合实际情况，确定营销重点。三要继续建立和完善市场营销的组织保障体系，形成行级领导主攻系统大户，部门负责人主攻重点户，客户经理和员工主攻个人精品户的全员营销机制。四要依托“双节”，采取召开银企座谈会、联谊会、上门走访等形式，对现有大客户和重点意向客户进行回访维护，加强沟通，联络感情，为扩大合作关系奠定良好的基础。

二要对法人客户不良贷款继续实行领导和部门包挂责任制，各行领导和信贷人员要深入重点大户、重点企业进行连续跟踪清收，以点带面，大力推动全行清收管理工作扎实深入开展，在一季度取得新的突破。三要切实发挥资产经营部的专业清收作用，发扬连续作战精神，继续打好清收“攻坚战”。四要高度重视国有企业改革的新动向，加强与当地政府和司法部门的联系与沟通，主动参与企业破产改制的全过程，充分运用行政、法律等各种手段，坚决制止逃废银行债务的行为；要充分把握年末岁首的市场机遇，加大对各类抵债资产的处置力度。五要加大买断、打包清收力度，同时把“散、小、差”贷款作为外勤人员的主要清收对象，继续组织人力抓好清收工作，全面掀起不良贷款清收新高潮，大力开创“散小差”退出工作新局面。

同时，积极发展金融同业机构和企事业单位代理业务，加强对代理发行业务的维护，千方百计做好财政资金代理工作；重视对新业务品种的营销，做好基金、国债的代销工作，全方位拓宽中间业务收入渠道。

议精神的贯彻落实，把会议精神不折不扣地传达到基层营业网点和每一个员工，结合地分行提出的业务经营目标，拿出贯彻意见，早部署，早动手，早落实，早见效。二要实施“一把手”工程。各行“一把手”要切实加强组织领导，充分发挥组织、协调、公关、营销作用，切实加强组织领导，周密安排开展劳动竞赛活动，为全年开局工作起好步。三要统一思想，提高认识，使全行员工深刻领会首季就是旺季，关系到全行整个年度的业务经营，积极主动投入“四收”活动，并迅速掀起高潮。四要继续完善激励机制，强化对各项业务经营的考核，做到任务到人，责任到人，奖罚到位，增强旺季“四收”工作的发展动力。五是一如既往地抓好安全保卫工作。“两节”是各类案件的高发期，要做到业务经营和安全工作两不误，在节前进行一次全方位的安全大检查，把“安全”二字真正落到实处，为全行业务经营创造一个良好的环境。

《2006年银行业务经营季度工作计划》，欢迎阅读2006年银行业务经营季度工作计划。

## 停车场业务部季度工作总结篇五

### 一、深入开展解放思想大讨论活动

“工欲善其事，必先利其器”，作为前台的公司业务部，主要是做好贷款营销工作，为客户提供更加方便、快捷、优质、高效的服务，这就要求我们必须不断提升思想认识，同时还要熟悉应知应会的知识，为此，根据总行统一安排，我部组织全体员工深入学习经典政治理论，重点学习十九大以来习

总书记的重要思想，同时加强对法律法规、内部规章、信贷制度、管理办法的学习，着重学习了《员工异常行为管理实施细则》、《员工违规行为处理办法》，通过以上活动的开展，公司部全体员工更加坚定了扎根三农、服务小微的信念，查摆了不足、补齐了短板、提振了精神、凝聚了合力，强化了担当意识、增强了工作信心。

## 二、全力以赴推动业务开展

### （一）业务总体情况

截止9月24日，公司部各项贷款余额为48490万元，较年初下降1242万元。

### （二）开展园区企业大走访，着力提升金融支小力度

针对我县中小企业客户市场狭窄，客户营销力度薄弱，中小企业贷款不足的情况，我部通过税收、环保等渠道搜集企业信息，对辖内企业尤其是化工园区企业进行拉网式摸排梳理，从而掌握市场营销第一手资料，制定走访计划，突出重点，有针对性的开展业务拓展。自7月份至今，我部共计走访54户企业，其中存量客户42家，新客户12家。

8月，我部新开办履约保函业务三笔，营销存款150万元。

### （三）化解化工贷款风险，维护本行债权利益

三季度，公司部化工企业贷款到期共4户2820万元，另有一笔700万元为11月到期，此5户均不在复产名单之内。为防范出现风险，我部提高企业回访频率、拓宽贷后检查事项，强化对存量化工企业的贷后检查，重点关注企业账户资金流向、账款回笼、资产变动、关联企业生产、主要负责人动态等，同时加强与企业负责人的沟通，鼓励企业按期还款，建立良好信用评价。通过提前催收，以上5户共3520万元贷款全部提

前归还，无一笔发生逾期欠息情况。

#### （四）不良贷款化解紧盯不懈

#### 四季度工作计划：一、持续推进园区的宣传走访

持之以恒的组织部门客户经理开展一对一的走访活动，充分利用现有的纳税信息资源，针对纳税正常的企业，制定走访计划，下派走访任务，不仅要宣传对公信贷产品，也要宣传结算业务、中间有业务以及个人金融业务，做到整体一盘棋，达到对公、对私整体营销目的。

#### 二、深入推进与第三方的通力合作

一是推进与担保公司的合作。加强与省农担及县担保公司的交流和沟通，全面推广“农保贷”、“连易贷”产品，着力解决部分企业无担保融资难题，拓宽获客渠道。

二是有效利用中小企业金融平台。通过前期积极准备，近期我行将接入市中小企业金融平台，我部安排专人负责平台的对接和信息维护，积极通过平台搜集有融资需求的企业客户，主动联系客户，对符合本行授信条件的，限期办结业务。

三是推进与三大园区管委会的联系。经了解，各园区均有几名负责人直接分管辖内园区数家企业，主要负责解决企业在投资建设过程中遇到的困难，他们对企业状况了如指掌，通过他们可以快速了解企业大体状况，促成我行与企业的对接，大大降低我们的营销难度。

四是充分利用其它社会资源。充分利用税务资源，税务部门不仅可以提供企业真实的、连续的纳税信息，且其与企业财务负责人接触较多，甚至私交甚密，通过税务部门达到与企业财务人员建立联系，为企业营销打开突破口。

### 三、继续追收不良贷款