

中介工作总结(精选7篇)

总结的内容必须要完全忠于自身的客观实践，其材料必须以客观事实为依据，不允许东拼西凑，要真实、客观地分析情况、总结经验。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

中介工作总结篇一

xxx年上半年，个金业务收入完成进度仅为40.91%，在各业务条线里排名第三，缺口达到977万元，形势非常严峻。为了在下半年抢抓发展的黄金时间，为明年的发展奠定基础，现就xxx年上半年的个金业务发展工作进行总结，并对下半年的工作思路进行规划，具体如下：

1、 储蓄余额发展分析

(1) 储蓄存款增长严重乏力，“扭负”成为发展的主旋律。

上半年，我行储蓄存款日均余额新增1.13亿元，同比增长116%（xxx年同期日均新增5229万元），但多项指标在全省排名持续靠后，截至6月30日，全辖本年新增仅为1.14亿，点均增长422万，处于负增长的网点有七个，分布在城区、**、新会和**四个支行，其中，负增长最严重的是1月份高达1.35亿元，是近三年“开门红”下跌最多的月份。

(2) 余额发展抓手不足，未能实现常态化发展。

上半年，通过提高商贸结算优惠套装使用率和推广率，商贸客户结算走帐效果明显，商贸结算沉淀余额达到3000万元，但与此同时交易手续费流失严重。代收代付业务项目新增少，仅为43户，未能成为有效的增长来源。信贷联动有进步，但

还没形成在结算走帐的习惯，贡献率为2.35%（全省2.71%），其中最高的个商贷款是3.37%，最低的消费贷款是1.19%。

（3）客户维护工作有待深化，产品渗透率有待提升。

上半年，我行10万以上高端客户共新增633个，全省排名第一，20—50万元区间段客户账户比重0.3%，但上年年新增余额达到1.03亿元，已经成为我行存款增长的主要力量，但对该类客户维护工作手段单一，配套金融打包营销能力薄弱，没有完全落实分类管理和跟进发展。同时，没有充分利用我行大理财的优势发展新增优质客户，产品渗透率有待提升。

2、信用卡业务发展分析

（1）多措并举，多项指标得到有效提升。

信用卡业务通过锁定六大客群、侧重“抵押类消费信贷、侨汇、网格化营销等重点项目”、试点建立直销团队等创新发展模式，推动了发展，上半年，新增发卡5248张，同比增长150%，完成省分行下达的上半年进度的122%，在全省排名第一；累计净收入190万，同比增长55%；不良率为2.73%，比去年底下降0.35个百分点。其中，开平市支行有效进件1746份，同比增长176%；我行消费贷客群交叉营销的有效进件613份，开发率达65%；**支行侨汇卡发卡量近600张。

（2）发展心态不端正，导致发展不平衡。

我行信用卡的发展分化明显，城区、开平支行持续上量，每月完成指标，但其他四个支行没有完成转变发展思路，存在怕困难、不尽力的情况，未能形成常态化发展机制，发展不平衡，发卡量、激活率、用卡率、不良金额等指标没有如期完成，导致业务收入完成仅为计划调整后的23.75%。

3、 综合理财业务发展分析

(1) 发展整体向好，但短板明显。

我行通过与保险公司合作“薪火传递 激情一夏”等主题营销活动、落实网点转型的具体措施、开展理财沙龙等活动，推动了代理保险业务向好的发展，保费同比新增239万元，同比增长25%，业务收入同比多增57万、增长24%。

基金业务销售量同比新增1.47亿元，同比增长205%，其中在重点基金南方通利全国的销售竞赛中，我行销售金额达933万元，在全省排名第二，**环北支行，在全国4万个网点中排名第八，成为全省唯一一个跻身全国十强的网点，为全省、全辖加快业务发展树立了榜样。

但贵金属业务不受重视，没有找准客户群，导致发展严重滞后，同比大幅下降，拖了xxx年个金业务收入进度的后腿。

(2) 理财经理配备未达要求，队伍水平有待提高。

我行应配置理财经理人数为33人，实际配置专职理财经理人数为23人，完成率仅为69%，其中城区、新会、**和开平支行在每个网点配备一位专职理财经理，但**和**支行配备不足。专职理财经理中基金从业资格证的持证率仅为39%，其中城区支行8人、新会1人，其他支行为0。

4、 个人国际业务发展分析

(1) 发展平平，乏善可陈，业务收入缺口大。

我行通过个人国际业务“争先进位”竞赛活动等方式，推动业务发展，上半年，个人国际业务收入为241万元，完成调整后计划的40.11%，缺口仍然较大。个人国际汇款业务量同比减少5.49%，其中，**支行同比下降14.96%，成为本年度唯

一个国际汇款业务量同比减少的一级支行；个人结售汇同比减少6.60%，其中，**、**支行分别同比减少17.80%、15.90%；西联汇款电子渠道收汇替代率为3.95%，在全省排名靠后（电子渠道收汇替代率偏低，也成为个人外币储蓄日均余额不高、以及前台收汇压力大的重要原因之一）。

（2）邮银联动，严抓国际收支申报、结售汇统计质量。

上半年，我行先后组织5场国际收支申报、结售汇统计培训（含邮政代理专场培训），并印发《**市分行个人国际收支业务申报、结售汇统计管理办法（试行）》，对邮银双方发生差错的个人、二级支行、一级支行、主管部门均设置考核。经过努力，监管部门对我行的质量评价有所提升。

5、 电子银行业务发展分析

（1）多层面、多方式，促进电子银行业务新发展。

我行通过南航促销、手拉手活动、网商大赛等专题营销活动和加强考核、加强培训等方式，促进了电子银行业务的新发展。6月末，我行手机银行新增1.49万户，激活率48.29%，全省排名第五；个人网银新增1.33万户，新增激活率51.36%，全省排名第七；电子银行替代率为74.92%，全省排名第七。

（2）以活动和项目为切入点，试点探索电子化发展之路。

联合市分行工会组织开展手机银行“扫一扫，10元话费1元充”扫描二维码支付体验活动，培养员工使用手机银行的兴趣和习惯，全行手机使用量大幅提升，效果明显。我行成功开发中医药学校“一卡通”项目，开启了我行银校合作的新渠道，进一步拉动了存款，提升了我行的知名度。

6、 网点服务方面

上半年，我行协同大堂经理服务外包项目公司重点开展大堂经理轮训工作，结合每月的大堂经理巡查、市分行服务暗访和现场检查发现的问题，有针对性地在**市各地区分别召集大堂经理开展培训，通过开展每月的培训，使大堂经理的网点现场服务管理能力得到较大的提升。

个金业务是一项先投入、产出周期长的业务。个金增收的主要来自储蓄利差、综合理财、信用卡和个人国际业务；提升个金可持续发展和转型发展能力的重要抓手是电子银行、大客户维护和队伍建设。为确保上述目标的圆满完成，将认真做好以下工作：

1、以储蓄存款为基础，确保存款余额稳步增长。

（1）抓支行的业绩提升：一是抓新网点业绩提升，新网点将成为储蓄余额增长的主要抓手之一，新网点余额提升侧重柜台外市场开发；二是抓现有网点的业绩提升，要对“到访客户挖掘、存量大客户维护提升、柜台外市场开发和交叉销售”同步推进，让网点真正成为增长的发动机。

（2）抓好商贸客户开发：套餐营销式推进，结算促商贸客户拓展的同时兼顾效益，对未能达到我行优惠标准的客户及时引入推出机制。以商贸客户转账资费优惠，升级优化流程，精选潜力大客户，严守准入关为商贸拓展重点工作，加大宣传力度，与商家联合开发，提升商贸客户结算量与在我行的资金留存量，提高我行商易通机具使用率。

（3）以项目为切入点，抓好，做大，做强代收付业务的拓展和大客户维护开发：配合其他业务的开发推进工作，以公司、信贷客户资源作为开发点、关系人和关键人来拓展代收付业务，重点客户跟踪开发，突出代收付项目行业特点，制定专门的营销推进方案。同时要求网点加强对周边市场走访，因地制宜促发展：扫楼、扫铺、扫工厂；寻找关系人发掘需求批量发展；加强对现有代收付客户中的关键人、中高端管理

层的年末走访维护，促进年终代发。落实大客户跟踪维护工作，完善大客户□vip客户信息管理，做好中小客户开发和大客户的深化营销工作。

2、切实做好大客户维护工作，提升维护水平确保做出成效。

（1）切实把握四个“着力点”，做到三个“达成”：四个“着力点”：一是着力建立10万元以上vip客户与网点支行长和理财经理间的定向维护关系；二是着力加强对网点大客户发展指标的考核激励，建立并完善网点大客户发展考核激励机制；三是着力以大客户升级礼包为业务抓手，突出邮储银行的服务和产品优势；四是着力铺开省行组织的大客户营销活动，通过活动带动营销。三个“达成”：一是达成大客户维护关系不断优化；二是达成大客户结构优化；三是通过形成业务发展来带动大客户余额增长的模式，最终达成提高大客户数量和余额占比。

（2）将以大客户数量和资产量的增长为评价标的，推动维护工作出实效：一要加大营销礼包的升级推广；二要推进vip客户优惠产品的交叉销售，加强大客户情感维护和业绩提升。

3、信用卡要突出重点客群、重点项目，强化内部组织推动，优化外拓措施，促进快速发展。

下半年，我行信用卡业务将围绕“增发卡、促消费（分期）”两大重点来推动发展。增发卡整体思路为：强化三大主营措施，营造一种理念和战法，创新一种模式。

（1）强化三大主营措施：首先是持续强化网点阵地营销以提升基础产能，具体措施一方面持续开展网点破零竞赛，力争实现每个网点每天进两件，另一方面，组织网点深入开展名单制营销，将筛选清洗、符合条件的潜在目标客户开展针对性邀约营销；其次是深入开展抵押类消费信贷客户的交叉营销，力争将新增放款的消费贷客户整体开发率提高到80%以上

（上半年65%）；第三是与综合消费贷等业务联合对优质目标企事业单位、政府部门进行综合性、深度的、有组织的团办营销开发，通过网格化竞标等方式明确开发单位，通过多产品线联合上门营销实现开发效果最大化。

（2）强化树立以客户为中心理念，持续开展整合营销，发展“高价值目标客户”：借鉴同业正在实施的战略转型，强力推动交叉销售、整合营销，大力发展高价值关系客户（在本行办理了多项业务，稳定性高，对本行的综合贡献高），力争成为客户的主办行。

（3）深入实施直销团队、电话销售等专业化直销拓展模式：一方面，借鉴同业经验，总结提炼前期小规模试点经验，逐步扩大信用卡直销客户经理队伍的试点支行和人员数量，与名单制营销、团办营销等战法相结合，发挥直销客户经理“专业的人做专业的事”的力量，提高项目业绩；另一方面，扬长避短，充分发挥我行基础客户多的优势，探索开展信用卡发卡的电话营销，探索出一条可持续发展之路。

（5）强化提升条线的垂直管控能力：第一，在二级支行设立兼职的信用卡专员，让各层级都有人关注、推动信用卡，提升条线整体的经营管理能力；二是加强动态管理和发展督导，加大条线考核力度，推动一级支行切实发挥好属地指挥职能，强化过程管控；三是建好微信订阅号、信用卡qq群等交流平台，加强全辖条线的互动交流和经验、信息的及时传导，提高条线整体的合力和战斗力。

4、继续加大电子银行对外宣传渠道，同步加强“量质”共同抓，重点进行二次客户开发。

（1）是持续在上半年的基础上做好对外宣传推广。加大短信引导客户注册和使用。印制客户使用指南，重点放在如何指引客户的使用上。配合总行、省行优惠政策，推出项目营销及时推广专项活动，结合银信通、信用卡、个人外汇业务助

力营销。加大存量和新客户开发力度，吸引新客户开通电子银行是流程也是规定动作。

(2) 整合做好工资代发类和校园项目客户电子银行开发。加大我行电子银行宣传力度，促进代发工资类客户尽量到网点开办，并与厂商沟通安排指定时间段加办，网点做好应对措施，开设方便通道、专窗和增加人手。针对远离网点的代发工资客户，实行上门营销，利用电子银行自助注册形式让客户体验，从而发展客户。分行已成功开发校园项目，可以利用各种方式加大电子银行的开发力度。

(3) 优化布局，提升设备的运行效率，支撑业务发展。按照上级要求，科学合理布局网点；与相关部门积极沟通，做好自助设备投放的计划，对存量运行不足的机具通过多种方式进行调整，提升非柜台的替代率。

5、以大理理财优化大个金结构，细化产品，促进均衡发展。

(1) 要继续加强“邮银理财、关爱未来”品牌宣传。通过理财产品告知短信、网点电视、网点橱窗、电台、平面广告的投放，理财产品销售推广活动等多层面向社会公众持续传达邮行理财业务的特点及理财品牌的内涵，同时逐步树立“邮银财富——慧理财”的品牌。

(2) 要加快理财类业务的发展。切实做大资金池产品“日日升、鑫鑫向荣”的销量，通过以量补价减少因理财产品收入让利给客户的影响大理理财的收入，重视资金池等常态化理财产品的销售，要作为拓展和维护客户的重要抓手，同时这也是我们改变存款余额增长方式、留住客户的一个有效手段，不能仅就理财业务而讲理财业务，要真正把理财业务作为战略业务来抓。

(3) 要把保险业务的销售回归保障、唤醒需求的方式方法上。顺应市场形势，精确定位客户需求，恰当匹配产品，产品转

型、销售转型，与保险公司加强合作，引入pts□联动营销)项目，整合客户资源，通过营销培训、实战操作等，提高团队的营销能力，推动业绩的提升；强化督导，加强网点晨会、夕会，及时辅导，化解营销人员畏难情绪，营造全员销售氛围。

(4) 要大力抓好贵金属业务发展。把这项业务作为一项长期的战略业务、创收业务来培育、推动，迅速发展外部大客户，快速做大贵金属规模。通过加大对理财品牌的塑造与宣传、理财产品的销售力度与考核，持续推进我行大理财产品销售领跑全省，进一步提高贵金属业务的综合贡献度。

(5) 要持续做好基金定投平稳发展。加强与基金公司合作，开展定投开户真情回馈（赠送礼品）；网点开展至少一场目标客户定投推荐会，利用基金公司资源，邀请同业专家等开展定投目标客户主题营销活动；加强对大堂经理基金业务、定投等知识培训，每个大堂经理在前台把握机会，凡是到前台办理业务的客户一律争取加办理财卡或开办基定投。

6、立足存量客户，细化分层，创新推动个人国际新发展。

(1) 注重现有个人国际客户维护的基础上，充分开发新客户群提充分利用我行银星速汇、瑞亚汇款、速汇金（总行预计下半年能开办）等新产品的手续费优势，充分吸引新客户群到我行办理个人外汇业务，同时引导老客户向我行介绍新客户群体，以老促新，高电子渠道收汇替代率体。

(2) 打造我行“出国金融服务中心”品牌。经过前期走访于调研，已初步确立**市东华支行为我市分行个人出国金融服务中心旗舰网点，后续将对网点进行一系列的装修、培训工作，同时继续走访相关出国留学中介机构、外语培训学校、旅行社等，确立合作机构，签订长期合作协议，实现资源、客户共享。

(3) 继续想方设法压降个人国际收支申报、结售汇统计差错率，逐步完善个人国际业务内控体系。计划下半年邀请**外汇局相关科室到我行进行国际收支申报、结售汇统计等进行授课。同时，市分行必须严格依照《**市分行个人国际收支业务申报、结售汇统计管理办法（试行）》（**邮银发□xxx□122号）对每月的差错数据进行整理、通报、考核，必须不遗余力压降差错率，促进我行个人国际业务的良性发展。

7、强化考核，全面提高网点服务管理水平

通过加强服务考核、明查（暗访、录像检查）、加强整改落实等方式，加强对网点的服务检查工作，对各一级支行的服务管理状况强化检查并提出指导意见，继续以开展服务主题系列活动，加强活动过程的执行力度，营造争先进位的活动氛围。开展多样式的服务培训活动，包括网点优质服务、投诉应诉技巧等，全面覆盖全区，来进一步的提高网点各项服务管理工作，强化客户投诉管理措施，全力压降客户投诉总量，进一步提升我行的服务质量。

展望xxx年下半年，个人金融业务仍然面临较大的挑战，但办法总比困难多，相信通过我们坚定的意志和坚决的执行力，个金业务必定能克服困难，向全年目标冲刺！

中介工作总结篇二

转眼间xxxx年就过去了，在过去的一年中是我职业生涯转折的一年。在这一年有很多收获和进步，也有些不足和缺点。

从xxxx年x月加入公司开始，主要参与了《比对平台》项目的相关工作。主要工作内容为：

大数据量的图片处理

核查系统的修改和完善

核查数据查重

统计报表开发

项目技术文档的编写

cmmi技术文档编写

参与投标书的编写

处理用户反馈意见

bug修复

1. 通过项目的进行，技术上得到了很大的进步。如oracle的开发和优化，mvc的使用。

2. 熟悉了项目开发的流程，对软件生命周期有了更深的了解。

1. 工作安排不是很规范。工作的变化性太大，没有整体的工作计划和安排。计划往往被打乱，整体进度很难把握。

2. 开发流程有待改进。开发没有经过严格的测试和评审，直接就上线使用，往往事后才发现问题，又要发很多精力去修改。

3. 客户需求控制不到位。客户说做什么就做什么，没有什么计划。突发性和变动性的工作很多。要合理控制客户需求，经过讨论和评审后，再决定做不做，避免走一些弯路。 来年计划：

1. 总结过去项目的经验和教训。在今后的工作中避免效率差的工作方式，提升自己的工作效率。

2. 参与新项目的工作，更多的了解项目从开始到结束的整个过程，提升自己的项目开发能力。

3. 更多了参与项目改进和方案选型的讨论中来，促进开发工作的质量和进度。

公司的软件项目还处于探索阶段，困难和缺点难以避免。希望通过项目的逐渐开展，能够形成一套良好的项目开发规范，开发流程步入正规，项目能力不断提升。同时也希望公司能够更多的关心员工的切身利益，项目结束后能及时回报员工，形成良性互动。

虽然过去的一年有了一些进步，但同时感觉到还有太多的东西等待我去探索和求知。希望在新的一年里能和公司一起进步，共同成长。

中介工作总结篇三

认真落实公司的工作总要求，认真把握工作总基调，不断提高服务集团主业能力，重点突破国电电力等优质客户，提升优质资产的业务占比。主要落地了国电电力内蒙古东胜热电、广东新能源等优质项目，同时，与其他区域单位保持良好长期合作关系，在当地区域形式转好的情况下，择机开展业务。20xx年度累计完成回租业务投放17.21亿元，国电电力系统内投放合计12.23亿元，占比超过70%。

在“营改增”政策全面铺开的一年里，切实把握直接租赁业务的核心实质，积极调整工作重点，研究吃透集团公司投资计划的新增项目及决策流程，携手国电联合动力公司，科学高效的推进直租业务开展。主要走访联系了国电宝鸡电厂、国电濮阳热电、国电电力朝阳热电、邯郸热电、北仑电厂等热力改造、环保技术改造需求的燃煤电厂，推进了国电电力云南新能源、山东新能源、和风风电等新能源项目。最终与国电电力舟山海上风电公司和山西新能源阳高公司签署直租

合同近12亿元。

研究行业相关政策，积极调整业务模式和范围，积极走访系统内单位，收集联系相关部门，统计业务重点需求，出具个性化的保理方案□20xx年度累计完成保理业务投放1.01亿元。

在国家“三去一降一补”的供给侧改革战略退出后，全国各区域电力发展的不平衡现象逐步显现，通过重点研判电力行业及宏观经济走势，增强与国电电力等优质内部单位的业务谈判力度，有效挖掘和分析各家资金需求，精挑细选优质区域业务，规避落后产能集聚的区域，高效推进业务投放工作。

“营改增”政策对于融资租赁行业产生的巨大冲击，逼迫着各家融资租赁公司探索一条自己的业务发展路线。国电联合动力公司自身浓厚的产业背景与融资租赁公司的业务属性高度契合，融资租赁公司自身的资金实力是联合动力回款的有效保障，联合动力更是融资租赁公司开拓市场、拓展客户的有效渠道。通过联合动力业务人员的具体引荐，有效的与国电电力云南新能源、山东新能源、山西新能源等多家公司取得了联系，更为未来业务走向市场储备了充足能量，从而走出了一条产业和金融深度融合的业务发展新思路。

业务承租人的经营财务状况是不断变化的，贷后管理是控制风险、防止不良贷款发生的重要一环。无论是行业政策还是上下游等外围环境，或者客户自身引起的经营财务状况波动，都对我们的贷后管理提出了更高的要求。不再是简单的催收租金、发票寄送、报表收集等，更多的是针对诸如都匀电厂、国兴国强煤业等不同企业所处的区域、行业遇到不利于租金按时归还的问题，提出包括但不限于股东借款、内外部银行贷款、票据融资等多种切实有效的解决问题措施。本年特别关注濮阳公司和豫源公司的到期业务对接集团委贷资金续借工作，提前谋划，多重沟通，做好各个环节衔接工作，保证5亿元资金的按时回收。

中介工作总结篇四

中国已成为世界上最大的留学生输出国，去年出国留学人员总人数接近40万，估计今年将超过45万人。

在首届留学趋势与服务创新研讨会上，教育部留学服务中心国际合作处处长车伟民作了“留学热与教育国际化发展趋势”的主题演讲，公布了这一数字。

车伟民说，中国留学生规模最大，居世界首位。1983年全国高校一共招收的学生只有40万人，现在已经超过600万人。现阶段中国出国留学的人数大概相当于1983年全国高校招生的总数。

出国留学人员迅速增加的同时，回国人员数量也在快速增长。教育部留学服务中心发布的相关报告显示，去年全年受理回国人员登记15万人，而今年上半年就已经超过这个数字。从人员特征来看，24-30岁区间人群比例最高，占80%；硕士比例最高、一年期硕士研究为主；女性明显高于男性。从留学回国人员的就业情况来看，主要是国企、民企和外企，做公务员的还不是特别多。车伟民说，随着教育交流和信息的透明度的扩大，中国自费留学的途径正趋于多样化，有个人申请，也有通过留学中介办理，还有通过中外合作办学、预科课程这种途径留学。值得一提的是，因为很多学生和家長希望出国前能有所准备，所以留学预科和培训项目比较受欢迎。车伟民表示，中国留学人员遍布100多个国家和地区，留学生出现低龄化趋势。同时，安全问题日益凸显，现在大多学生都是独生子女，能不能顺利学成归来，是许多家長都关心的问题。

教育部留学服务中心通过公布境外合法资质院校名单和国外学历学位认证等帮助公众认清文凭造假、滥发文凭等不规范的国外私立院校。据统计，该中心20xx年受理国外学历学位认证人数达95000多人。

这是美国某知名教育集团做的上海教育市场调查的部分内容，为内部资料。是在该集团实习的员工发到网上的。不同于媒体按赞助费广告费给的评比标准，是最全面最真实的上海美国留学中介排名。对中国学生找留学中介很有帮助。

中介工作总结篇五

为切实加强消费者权益保护工作，增强消费者知法、学法、用法、维权意识，根据中国银行业协会《关于开展20xx年度“普及金融知识万里行”活动的通知》统一安排，上海银行牵头组织开展“消费者权益保护宣传服务月”活动。现将有关情况报告如下：

为确保本次“消费者权益保护宣传服务月”宣传活动顺利开展，上海银行由法律合规部负责牵头全行，对宣传活动进行统一部署、组织和协调，下发《关于开展消费者权益保护宣传服务月专项宣传活动的通知》，要求各相关单位法律合规人员实施具体活动方案，负责对集中宣传日及整体活动情况进行推进、跟踪及总结工作。

(一) 参与情况

6月，全行各地区分支机构均积极响应、全员动员，认真组织并开展了本次活动。据统计，全行共200余家网点参与了本次活动，累计开展不同形式及规模的活动超过200次，发放各种宣传资料十万余份，参与员工数约1000余人，受众客户群达到十万人次。当月活动主要分为6月1日集中宣传日和服务月期间宣传活动，活动形式主要包括集中宣传日核心地段设摊、本行网点宣传、进社区宣传、利用多媒体渠道开展金融知识宣传、总分行联动、行内普法活动等。

集中宣传日上午9:30-下午16:30，全行共30余家网点参与了集中宣传日活动，其中：上海地区各经营单位原则上在辖属行政区域内至少各选定一个位于主要核心地段、人流密集区域的

网点或网点户外区域设立宣传台,进行设摊宣传活动,确保活动覆盖面和宣传效果,宣传点不仅覆盖了市区繁华的人民广场、南京西路静安寺商圈、徐家汇商圈、四川北路等,而且覆盖了崇明、金山、奉贤、青浦等郊区区域;各地分行参与网点则至少覆盖分行所在市域。

活动当天共接待客户6000余人,发放各类资料5000多份,涉及的宣传内容包括消费者权益保护、宣传我行各类投诉渠道和处理流程、介绍银行服务收费价格标准等,得到客户的肯定。

(二)核心地段设摊宣传

20xx年6月6日,黄埔支行辖属建中支行于大境路菜市场开展了关于消费者权益保护宣传月专项活动,支行员工于菜市场门口摆放摊位,向来往的顾客发放消费者保护宣传资料。在宣传过程中,有顾客询问关于短信收费服务的内容,经过了解,才发现这位顾客曾收到关于娱乐短信预定服务的短消息,因没有当场及时取消服务导致事后每月需要扣收一定费用。支行员工向客户解释消费者权益保护法第八条和第九条规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利及自主选择商品或者服务的权利。该顾客享有对娱乐短信预订服务如何征订的知悉权,同时还有权选择是否接受和拒绝该项服务,由此可见该公司侵犯了顾客的知情权和自主选择权。顾客对支行员工的专业素养表示称赞。

成都分行清江路支行根据总分行活动要求,于6月1日集中宣传日活动当天组织人员(8人)到石人南路广场,开展“消费者权益保护”集中宣传活动,通过设置宣传咨询台,向客户宣传我行投诉渠道和处理流程,规范公示银行服务收费价格标准,同时结合“金融知识万里行”活动要求,向社区群众非法集资等相关金融知识,切实提升金融消费者自我保护意识。杭州本级在市中心下城区武林街道及有关单位的大力支持下,根据重点宣传人群择定宣传时间和宣传地点,按照预约时间在下城区孩儿巷98号陆游纪念馆门口设立了宣传点。余杭支行在人流密

集的临平中山菜市场门口设立宣传台, 同时进行设摊宣传活动。市中管理总部辖属淮海支行6月1日8时30分起在爱美高大厦一楼大堂人流密集区域设立宣传台, 由两名员工进行设摊宣传“普及金融知识万里行之消费者权益保护宣传服务月”活动。

(三) 网点宣传

各单位在网点门口设置宣传咨询台, 向客户发放“普及金融万里行”宣传册, 主要涉及宣传我行投诉各种渠道和处理流程、销售过程中充分向客户提示产品特性、注意事项及风险点、规范公示银行服务收费价格标准等方面。

1、宣传我行的投诉渠道。不少经营单位在与广大客户的交流中发现, 很多消费者尤其是老人, 多多少少都遇到过金融消费权受侵害并且投诉无门的案例。他们要么与银行工作人员大吵大闹, 要么直接打电话给媒体曝光, 或者打电话给12315, 除此之外几乎没有其他权利救济办法。各经营单位工作人员通过梳理, 向广大客户介绍了维权的几种途径: 一是向金融机构进行投诉, 寻求解决; 二是向消费者保护委员会或工商管理部门进行投诉; 三是向银监、保监、证监等监管部门投诉; 四是在人民银行试点金融消费者权益保护工作的地区, 也可向当地人民银行设立的金融消费者权益保护机构进行投诉; 五是向法院起诉或根据合同约定提起仲裁。除此之外, 工作人员还介绍了我行处理投诉的工作流程。并提示客户, 无论哪种途径解决纠纷, 相关证据凭证都对于合法权益的维护具有重要的作用, 因此在交易时就应当注意保存相关单证。

2、销售过程中充分向客户提示产品特性、注意事项及风险点。

各宣传网点充分利用此次集中宣传日的机会, 在推销我行各类产品时, 更注重对产品特性、注意事项及风险的揭示, 尤其是销售我行理财产品时, 工作人员详细介绍了理财产品的风险及收益, 明确告知我行对此类风险的防控手段, 并通过对客户

的风险评估,根据不同客户的风险承受能力,推荐最合适的产品给客户。在销售网银产品时,充分告知客户网银使用方法,安全注意事项,尤其是对u盾使用、密码保护等作了充分提示。

3、明确我行的服务收费标准。在宣传活动中,各经营单位在营业网点主要区域,展示了我行最新的收费标准。在接受客户咨询的过程中,充分向客户披露了我行收费实行依法合规、统一定价、分类管理、质价相符、公开透明、减费让利的原则。我行服务收费管理必须要符合价格主管部门、银行业监督管理机构及中国人民银行的法律、法规及制度规定。由我行统一制定服务收费价格及价目名录,各分支机构无权自行制定和调整收费项目名称等各要素。我行各项收费业务均“明码标价”,以保护金融消费者对服务的知情权、自主选择权、公平交易权和监督权,使客户明确了解服务内容、方式、功能、效果,以及对应的收费标准,确保客户充分了解充分信息,自主选择。另外,还对特定对象实行服务优惠和减费让利,明确界定小微企业、弱势群体、社会公益等领域相关服务的优惠对象范围,公布优惠政策、优惠方式和具体优惠额度,切实体现扶小助弱的商业道德。

(四)进社区宣传

6月26日,天上下着小雨,但这雨水并没有阻挡龙茗路支行进社区宣传的脚步。在小区物业会议室内,支行工作人员召集了部分居民代表进行了宣传活动。将典型案例、金融消费者权益保护条例打印在彩色宣传纸上,会同总行下发的其他宣传单页一起发给客户,并进行了宣讲。

春申路支行来到春申锦城博士娃广场组织开展“爱护人民币、反假人民币”主题活动,从反假的角度来增强消费者自我保护意识。活动使更多的群众掌握了识别真假人民币的知识,帮助人民群众了解反假币的基本常识、认识假币的危害性,增强了群众的自我保护能力和假币辨别能力,提高了群众的反假币能力,并得到了广大群众的热烈的反响和一致好评,从而提升了我

支行的社会形象,取得了良好的宣传效果。

青浦支行在辖内各个社区设立宣传台宣传金融知识,期间,有一位居民反映,由于退休在家开始学习使用电脑,并在儿女的指导下了解网上银行快捷方便的优点,想要自己开通网上银行进行网购。对此,我行宣传人员重点介绍我行电子银行业务,不仅可以网上购物,还提供短信服务、账务查询、贷款查询、转账汇款等功能。并发放“上海银行20xx普及金融知识万里行”宣传册以便居民更详细了解银行金融服务。有一位社区居民王老伯抱怨我网点周日不营业,临时用钱还要去支行营业部,行动不便。工作人员告知王老伯可使用自助设备在网点不营业时间取款,并且约好在工作日可至城西网点找任意员工,帮助其使用自助存取款。

浦东分行安排分行营业部及川沙支行于6月期间进社区开展消费者权益保护宣传活动,同时临港支行及浦三路支行也积极响应号召,分别于6月22日、6月27日进社区开展宣传活动。主要宣传内容为:落实本月的宣传主题,推广消费者权益知识,告知群众防范电信诈骗、非法集资、反假等金融知识,并向客户普及银行卡、信用卡、理财服务、网上银行及电子银行服务、自助渠道、95594新客服电话等银行业务知识,以及针对我行特色理财产品进行深入宣传讲解,并实时解答居民提出的疑问,受到了社区居民的一致好评。

长乐路支行在6月初由网点负责人、客户经理和高柜员工组队,以消费者保护宣传为主题,宣传金融知识,提高消费者维权意识,树立强化从业人员的消费者保护意识,减少金融纠纷为主题,把优质服务带进社区。这次活动设摊安排在静安公园内部,并与静安区消保委联合,与区内的电力、煤气、公安、技防等多部门共同设摊,为往来的社区居民宣传保护知识。长乐路支行准备了充足的宣传资料,普及金融知识万里行的相关资料等,其中包含防范电信诈骗、及银行产品诸如电子银行、信用卡、养老金业务、理财产品的宣传单页等。

奉贤环城东路支行在南桥镇奉浦九华苑居委会开设了专题讲座,不仅增强了金融消费者的维权意识,提升了我行员工的服务质量,也提高了我行知名度。

(五) 利用多媒体宣传渠道开展金融知识宣传

全行200余家网点、300多块户外电子显示屏滚动显示本次活动标语:“上海银行‘普及金融知识万里行’活动火热开展中!”,形成一道亮丽的风景线。

(六) 总分行联动

6月1日活动当天,总行法律合规部指派六名员工分别赴上海地区市北管理总部、市中管理总部、市南管理总部、总行营业部、浦东分行辖属的五家网点作了专门指导。为此,总行法律合规部专门制作了“金融消费者权益”释义及相关法律法规合集、金融消费者权益保护普法问答、金融消费者权益保护典型案例、“金融消费者权益保护标语”等宣传材料,并由派驻人员从专业角度进行现场普法教育,获得了客户良好的反响。

(七) 行内普法培训

各经营单位根据总行法律合规部的部署,借此机会开展了多项行内普法培训活动,如杭州分行在以往开展培训工作的同时,更加强调本月对打击非法集资及消费者权益保护宣传材料的培训,分行通过电子文档系统、电子邮件、日常月度工作培训学习等多种方式,集中加强本月消费者权益保护等有关资料的培训学习。

案例1:

20xx年6月3日晚7点30分,宝安支行员工捧着两大锅装得满满的糖水,送到了露天观影广场。行员在向群众分发糖水的同时,向客户普及金融消费者权益保护相关法律法规,以及银行卡、

理财服务等银行业务知识,重点结合我行“易精灵”“金桔贷”展开宣传,并认真解答消费者的咨询。通过“送糖水”活动,不但增强了群众对金融消费者权益保护知识的认知,同时增进了支行与四周群众的感情,宣传了上海银行的各项服务,为今后服务老客户、拓展新客户打下了基础。

案例2:

郑先生在君汇支行现金柜台办理开通手机银行的业务,在等待办理业务的同时,对柜面上的消费者权益保护的资料进行阅读,大堂经理与其进行了深入的沟通。通过讲解和交流,郑先生对宣传资料上的“监督权”一项有了更加深入的了解和认识,此次的柜面宣传起到了较好的作用。

案例3:

客户刘先生,路过科技园支行大门时特意前来了解有关慧通卡相关优惠以及近期黄金走势,支行员工主动耐心地为她提供解释和服务,同时也介绍了我行黄金(t+d)业务,并提示刘先生黄金业务在近期投资需注意的风险点,切忌盲目投资,跟风买卖,要咨询专业人员,了解市场动态后才可慎重投资。此外,刘先生还咨询了信用卡业务及使用卡时的注意事项,后续我行将继续跟踪客户,做好服务工作。

案例4:

南京分行大堂经理讲述了活动期间发生的一个真实案例:“记得活动期间的某天,有一位顾客刚进大厅就对我说:‘小姑娘,你们屏幕上显示的普及金融知识是什么意思啊?’我说:‘可以告诉你如何保护自己的金融消费权益,还可以告诉你一些金融知识。’那位顾客听了之后立刻拉开椅子对我说:‘那你就和我讲解一下吧,我对这方面不是很了解!’于是,我拿了我们的宣传手册给他看,当看到不明白的地方他会问我,我会慢慢地给他解答,他也很有耐心的听,当他离开我们网点的时候,很

感谢我,那时我感觉作为从业人员就应该树立保护消费者的权益意识,为客户提供真正优质的服务。”

通过集中宣传日活动,进一步加强了我行与客户的沟通与信任,市北管理总部、市南管理总部、南京分行等经营单位辖属网点还借助本次活动,将消费者权益保护与产品营销相结合,以“营销讲合规,合规促营销”的理念,积极挖掘潜在客户,推荐我行金融产品。

中介工作总结篇六

20xx年是我行发展至关重要的一年,这半年来,在行领导的正确带领下,办公室紧紧围绕管理、宣传、服务、学习等工作重点,立足服务,强化管理,充分发挥好办公室工作的上传下达,协调各部的中心枢纽作用,较好地完成了领导交办的各项工作,现将这半年的工作情况总结如下:

一、认真做好信息及文秘行政综合工作

(三)做好上传下达的工作任务的落实和督办;组织召开办公会议、职工大会、各类学习交流会议等,落实会议部署的任务并做好督办工作。

(四)每月对员工的出勤状况、着装等方面进行检查和督导,对违规现象及时进行通报和处罚,对员工的请假程序、期限、类别和销假制定了相应的制度,并建好了员工请销假登记簿,从而加强了员工日常行为管理。

(五)对领导交办的临时性、紧急性的工作任务,能够以高度的责任心,认真踏实的工作态度,协调与沟通,加班加点,及时办理。

二、规范公司治理流程,加强综合管理,切实做好各项重点工作

（三）明确了全年工作目标、工作重点、主要措施，制定了全年发展计划；

（五）设立了业绩概览、学习园地，将业绩优秀的员工及优秀文章张贴上墙；

（九）成功注册我行微信公众平台，拓宽了我行宣传渠道；

（十二）为了进一步规范印章管理和使用，加强风险防范，提高我行印章基础管理水平，开展了行政印章管理风险排查工作，通过建立排查小组，健全印章管理制度，规范印章使用流程，从而杜绝风险隐患的发生，切实防范印章案件的发生，并撰写排查报告报送至村镇银行管理部。

三、积极组织开展各项宣传活动，提高全员凝聚力，推动我行健康发展

（一□20xx年1月初至3月底，开展了存款百日营销活动，在活动开展期间，充分调动了全员积极性，宣传营销工作认真、扎实，经过三个月的努力，均取得了一定的成绩。

（二□20xx年1月19日至1月23日，开展了“金融知识进万家”的公益活动，针对兰州投资公司出现的“跑路”事件与各社区委员会合作，开展了打击非法集资活动，得到了社区居民的强烈关注。

（三□20xx年1月29日，通过与兰化二十五街区负责人取得联系，参与了“喜迎新春”为主题的党员联谊活动，会上与社区居民相互交流，相互认识，传递我行的服务理念、金融业务等，并将我行的袋子赠送给参会的居民，得到了社区居民的一致称赞。

（四□20xx年2月6日，为进一步加强风险防范，培养全行员工

的安全防范意识，在西固区公安分局福利路派出所干警的指导下，开展了一季度防抢演练工作，通过此次演练，进一步增强了我行员工的安全防范意识，明确了在发生安全事故时各自的岗位职责。

（五□20xx年3月8日，开展了“三八”妇女节真情回馈活动，活动当日对前来办理业务的女士赠送一份礼品，对此取得了良好的效果，仅当日吸收个人储蓄存款达两百多万。

中介工作总结篇七

xx年的工作已经结束，在这旧去新来的时刻。对客服部工作做以下总结。

回顾xx年的工作，已经告一段落。可以说是圆满完成了对物业各项费用的收取，也对业主服务达到了一个满意的标准。但是工作中也存在了很多的不足，在这一年里我们从客服接待，业主回访，处理和协调各种问题中学习到了很多的知识。也很大程度上认识到了自身的不足之处。虽然付出了不少的努力，也取得了一点成绩。但是付出的汗水，和得到的工作效果还相差不少。所以想通过这次总结，认真反思找出问题所在。在新的一年里使工作更加规范，业主更加满意。

在这一年里我们认真贯彻我们金源人企业理念“以情服务，用心做事”把服务业主，做好本职，为己任。我客服部在公司领导的大力支持和各部门的团结合作下，在部门员工努力工作下，认真学习物业管理基本知识及岗位职责，热情接待业主，积极完成领导交办的各项工作，办理手续及时、服务周到，报修、投诉、回访等业务服务尽心尽力催促处理妥善，顺利完成了年初既定的各项目标及计划。以下是重要工作任务完成情况及分析：

一， 日常接待工作每日填写《客户服务部值班接待纪录》，记录业主来电来访投诉及服务事项，并协调处理结果，及时

反馈、电话回访业主。

二，信息发布工作本年度，我部共计向客户发放各类书面通知约30多次。运用短信群发发送通知累计54000条，做到通知拟发及时、详尽，表述清晰、用词准确，同时积极配合通知内容做好相关解释工作。

三， 业主遗漏工程投诉处理工作20xx年我客服部回访率98%，工程维修满意率96%。

五、入户服务意见调查工作我部门工作人员在完成日常工作的同时，积极走进小区业主家中，搜集各类客户对物业管理过程中的意见及建议，不断提高世纪城小区物业管理的服务质量及服务水平。

六，建立健全业主档案工作 已完善及更新业主档案并持续补充整理业主电子档案。

八， 培训学习工作在物业公司欧主任的多次指导下，我部门从客服人员最基本的形象建立，从物业管理最基本的概念，到物业人员的沟通技巧，到物业管理的各个环节工作，再结合相关的法律法规综合知识，进行了较为系统的培训学习。

九，在公司大力号召全员卖车位车库的方向下，我们e区客服员工做出了努力和汗水，做出了不速度业绩。

部门员工由一个思想认识不足、对工作没有激情的队伍引导成一个对公司充满憧憬，对行业发展和自身成长充满希望的团队；把部门员工由一个对物业管理知识掌握空白培训成一个具有一定物业管理常识的团队。

一、由于我部门均未经过专业的物业管理培训，关于物业方面的知识仍需系统学习，服务规范及沟通技巧也要进一步加强。

二、业主各项遗漏工程的工作跟进、反馈不够及时；

三、物业各项费用收取时机、方式、方法不够完善；物业费到期业主催缴，水电费预交费用不足。

四、客服工作压力大，员工身体素质及自我心理调节能力需不断提高。

五、客服工作内容琐碎繁复，急需科学正规的工作流程来规范并合理运用先进的管理软件来提高工作效率，简化工作难度。

日后工作的努力方向及工作设想：

我部门在做好收费及日常工作的基础上，继续加强员工的培训和指导，进一步明确各项责任制，强化部门工作纪律和服务规范，并按照目标、预算和工作计划及时做好各项工作。

一、对部门员工工作范围、内容进一步细化、明确；

二、加强培训，保证部门员工胜任相应岗位，不断提高服务质量；

三、强化部门工作纪律管理，做到工作严谨、纪律严明；

四、加强对各项信息、工作状况的跟进，做到各项信息畅通、准确。

五、通过部门的日常工作安排和心理调试技巧学习，营造出“在工作中锻炼，在锻炼中成长”的氛围，让部门员工有种“紧张但又不会感觉压力太大”的充实感和被重视的成就感。

六、积极学习科学正规的工作流程规范，合理运用先进的管理软件来提高工作效率。

综上所述□20xx年，我部门工作在公司领导的全力支持，在各部门的大力配合以及部门员工的共同努力下，虽然取得了一定的成绩，但还没有完全达到公司的要求，离先进物业管理水平标准还有一段距离，我们今后一定加强学习，在物业公司经理的直接领导下，依据湖南省、长沙市政府有关物业管理的政策、法规及世纪城小区《临时管理规约》为业主提供规范、快捷、有效的服务，认真做好接待工作，为业主创造优美、舒适的生活、休闲氛围，提提升世纪金源的服务品牌。