

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源分配。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责篇一

- 2、参与项目合作/转让谈判，负责跟进项目谈判过程，促进项目落地；
- 4、负责维护、开拓广州市场公共关系；
- 5、负责组织、设计、评估投资项目、投资方案，项目获取后跟进事项；
- 6、负责投资收益后评估，评价项目整体实施情况及投资效益，并提供考评依据。

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责篇二

通过本方案，明确营销公司的业务承包实体地位，赋予其相应的管理职责权限；同时规定年度业务目标及其考核结算办法。

企业各相关部门据此为营销公司提供业务承包的良好环境条件；财务部据此为营销公司建立专账，并进行单列核算与会计监督；企业按本方案对营销公司进行工作指导、业务考核和承包结帐。

3.1 管理职责

营销公司作为湖北博盈投资股份有限公司的所属部门，对企业汽配产品的营销业务实行承包经营，从售前的市场开发、售中的发运调度，到售后的货款回收和三包服务负完全责任。

3.1.1 把握政策机遇和行业动态，根据企业生产能力和经营目标，最大限度地争取市场份额。

3.1.2 搞好产品发运调度，按合同保证安全正点交付。

3.1.3 制定科学合理的薪酬方案，充分激发营销业务人员的聪明才智，确保年度经营目标顺利实现。

3.1.4 建立健全售后服务体系，及时处理客户投诉，努力维护博盈品牌形象。

3.1.5 根据市场情况，负责地提出产品开发和持续改进建议。

3.1.6 负责应收帐款的管理和回收工作，呆滞欠款按规定移交法律事务部组织清收。

3.1.7 认真做好市场信息的搜集、处理工作，逐旬编发《市场旬报》，逐月编发《市场分析报告》，逐月编制《三包服务报表》，提交企业经理层及各相关部门参考。

3.1.8 维护和完善产品可追溯系统，组织对供应商的质量索赔认定，督促本企业制造、检验环节的质量责任追溯处罚。

3.2 管理权限

作为业务承包实体，营销公司具有相对独立的人事调配权、薪酬分配权、自主调控权和应急处置权等。

3.2.1 有权决定业务员的聘用、区域定位和职务升迁，操作程

序可参照企业相关制度，聘任决定须报企业人力资源部备案。

3.2.2有权制定承包体内部二次分配方案和包干费用内控办法，经企业审定后实施。

3.2.3有权组织相关部门对销售合同、特殊订单进行评审，编制要货计划。

3.2.4有权合理组织产品的发送运输工作。

3.2.5有权受理客户投诉，组织三包件的确认、责任的分解和损失的落实。

3.2.6有权组织三包退回产品的返修、加工和回收再利用，并报请企业财务部认定其有效价值。

3.2.7有权汇同企业质量部认定对供应商索赔额度，以及企业内部制造、检验环节的质量追溯处罚。

3.2.8有权提出产品开发

3.2.9有权组织企业产品推广展示、品牌形象宣传及市场公关活动。

3.2.10在不违背企业根本利益的前提下，享有营销业务管理全过程的自主调控权和应急处置权。

4.1年度目标

xx年度汽配产品销售收入目标任务为2亿元，其中桥总成销售收入万元，精品齿轮及其它零部件销售收入万元。

4.2考核指标

4.2.1销售收入全年目标任务2亿元，分解到月(单位：万元见

下表)每月同时考核当月任务完成情况和累计任务完成率。

4.2.2销售回款率全年综合指标为96%，按上月止累计销售回款率调节当月分配系数。

1.分公司业务拓展方案-业务拓展方案

2.医院业务拓展方案-业务拓展方案

3.企业业务拓展方案-业务拓展方案

4.物业业务拓展方案-业务拓展方案

5.贷款业务拓展方案-业务拓展方案

6.业务拓展方案-拓展方案

7.安防公司业务拓展方案-业务拓展方案

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责篇三

导语：供应链金融的产生有其深刻的历史背景和市场需求，它发端于20世纪的80年代，是由世界级企业巨头寻求成本最小化全球性业务外包衍生出供应链管理概念。

全球性外包活动导致的供应链整体融资成本问题，以及部分节点资金流瓶颈带来的“木桶短板”效应，实际上部分抵消了分工带来的效率优势和接包企业劳动力“成本洼地”所带来的最终成本节约。

因此，供应链核心企业开始了对财务供应链管理的价值发现过程，国际银行业也开展了相应的业务创新，以适应这一需

求。供应链金融随之渐次浮出水面，成为一项令人瞩目的金融创新。

目前，金融资产管理公司的经营范围所指“收购”的对象只能是“不良资产”，而如果“不良资产”的定义仅限于“过去完成时”，则对象过于简单、单一，不利于金融资产管理公司不良资产收购业务的多元化和创新发展。而开展“供应链金融业务”则将“不良资产”的定义拓展到“将来完成时”，对打开不良资产收购业务较为单一的局面和促进业务创新等方面均具有极其重要的意义。

三是国内产业组织结构中的供应链模式发展趋势迅猛，其发展方向不可逆转，核心企业提高整个供应链价值的需求将日益增强，这为供应链金融的发展提供了一个更加广阔的空间。

因受世界经济复苏明显放缓和国内经济下行压力加大的影响，国际国内市场需求总体不足。2012年以来，我国各行业产能过剩问题较为突出，在此背景下，企业应收账款规模持续上升，回收周期不断延长，应收账款拖欠和坏账风险明显加大，企业周转资金紧张状况进一步加剧。据估计，截止目前，全国企业的应收账款规模约在20万亿以上。假如用这些应收账款当作银行贷款的潜在抵押品加以充分利用，可以预见未来我国供应链金融发展的市场潜力将十分巨大。据有关机构预测数据显示，2015年我国供应链金融的市场规模约为11.97万亿元，并且每年约以5%的速度增长，到2020年，我国供应链金融的市场规模可达14.98万亿元左右。

2011年以来，各家商业银行受到信贷规模的限制，可以发放的贷款额度十分有限。但银行界空前重视供应链金融业务，纷纷通过承兑，票据、信用证等延期支付工具，既能够增强企业之间的互相信任，也稳定了一批客户。

供应链金融业务不同于传统的银行融资业务，其创新点是抓住大型优质企业稳定的供应链，并且围绕供应链上下游经营

规范、资信良好、有稳定销售渠道和回款资金来源的企业，为其进行供应链金融产品设计。长期以来，金融机构均首选大型核心企业为中心，选择资质良好的上下游企业作为融资对象。

目前，商业银行在进行经营战略转型过程中，已纷纷将供应链金融作为转型的着力点和突破口之一。供应链管理已成为企业的生存支柱与利润源泉，几乎所有的企业管理者都认识到供应链管理对于企业战略起到举足轻重的作用。

首先是供应链金融能够降低商业银行资本消耗。根据巴塞尔资本协议有关规定，贸易融资项下风险权重仅为一般信贷业务的20%。供应链金融涵盖传统授信业务、贸易融资、电子化金融工具等，为银行拓展中间业务增长提供较大空间。

其次是供应链金融实现银企互利共赢。在供应链金融模式下，银行跳出单个企业的局限，站在产业供应链的全局和高度，向所有成员的企业进行融资安排，通过中小企业与核心企业的资信捆绑来提供授信。

最后是供应链金融比传统业务的利润更丰厚，而且提供了更多强化客户关系的宝贵机会。“通过供应链金融，银行不仅跟单一的企业打交道，还跟整个供应链打交道，掌握的信息比较完整、及时，银行信贷风险也少得多。”在供应链金融这种服务及风险考量模式下，由于银行更关注整个供应链的贸易风险，对整体贸易往来的评估会将更多中小企业纳入到银行的服务范围。即便单个企业达不到银行的某些风险控制标准，但只要这个企业与核心企业之间的业务往来稳定，银行就可以不只针对该企业的财务状况进行独立风险评估，而是对这笔业务进行授信，并促成整个交易的实现。

结合金融资产管理公司现有的业务模式，积极探索供应链债权收购无疑是传统债权收购业务的一次创新，也是开展供应链金融业务的最佳切入点，其具有突出的重要意义。

开展供应链债权收购业务有利于避免金融资产管理公司债权收购业务的单一性。目前各金融资产管理公司收购受托经营各类金融机构及非金融机构不良资产，包括债权、股权等其他形式的资产，累计规模是非常庞大的。

开展供应链债权收购业务有利于金融资产管理公司降低债权收购业务的风险。供应链融资的目的是为了确保整个供应链的流畅性和完整性，而供应链的流畅性和完整性主要体现在两个方面：确保物流不被中断及确保资金供应不被中断。

开展供应链债权收购业务是市场的趋势和需求，也是开发稳定高端客户的重要渠道。企业通过赊账销售已经成为最广泛的支付付款条件，赊销导致的大量应收账款的存在，一方面让中小企业不得不直面流动性不足的风险，企业资金链明显紧张；另一方面，作为企业潜在资金流的应收账款，其信息管理、风险管理和利用问题，对于企业的重要性也日益凸显。在新形势下，盘活企业应收账款成为解决供应链上中小企业融资难题的重要路径。

供应链债权收购为金融资产管理公司提供了一个切入和稳定高端客户的新渠道，通过面向供应链系统成员的一揽子解决方案，从而绑定该供应链系统的核心企业。

供应链债权既然也是一种债权，那么自然也就可以作为金融资产管理公司开展商业化债权收购业务中的一种债权，而供应链债权与其他普通债权最大的不同就在于：供应链债权将应付未付的债权由“过去完成时”，拓展到了“将来完成时”，这对传统不良债权收购业务来说确实是创新之举。

紧紧围绕双大战略，积极发展一批目标客户。各金融资产管理公司要从思想高度上认识到供应链中的“核心企业”是作为战略资源的重要性，建立客户储备库，积极拓展一批各领域的龙头企业并开展与其战略合作。

把握重点市场领域，大力推进产品创新和模式转型。各金融资产管理公司应加强供应链金融领域的探索实践，尝试通过与供应链中的“核心企业”建立合作的方式，在盘活企业应收应付信用链的同时，精心设计交易模式，创新交易结构。例如某航空企业，其作为金融资产管理公司发展的“核心企业”，围绕该“核心企业”有很多上下游企业，包括产品供应方、维修服务方等等，其形成的各个环节均可创建供应链金融服务模式，目的就是确保供应链的资金畅通不断。同时，根据需要可要求共同受益的产品或劳务提供方和受让方共同承担偿债责任，这样将有利于降低供应链债权收购业务的偿付风险。

加强业务指导，培养专业人才。各金融资产管理公司应要非常重视供应链融资模式下的债权收购业务。不但从思想上提高认识，还应从业务上加强指导，加大业务培训力度，建立起一支强大的、适应业务发展的年轻队伍。

制度倾斜，鼓励发展方向。各金融资产管理公司应对供应链金融业务采取一些行之有效的鼓励政策，如采取区域差异化管理、内部利率优惠、加大奖励力度等等。同时，让大家均体会到供应链金融业务对打开不良资产收购业务局面的重要意义，也为今后开展债权收购业务的道路指明了大的趋势和方向。

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责篇四

我县总人口23.8万人，镇内人口7.8万人，其余人口分别分布于五十家子镇、新林镇、统部镇、大营子乡、官地镇、大井镇、新城子镇。林西镇企事业单位近200个，人口相对集中。林西县中蒙医院为二级甲医院，金城医院为民营医院，社区服务中心1所，社区服务站16所。民营医院主要以广告宣传和外请专家会诊治疗打折为主，社区服务中心及社区服务站以

社区服务为主，同样享受医保、社保、新型农村合作医疗项目。近年来卫生事业发展迅速，新型农村合作医疗常住人口参合率达94.9%。农民看病难、看病贵的问题得到初步解决。中蒙医院6800平方米的综合楼整体搬迁，乡镇卫生院医疗用房扩建。面对医疗市场竞争愈来愈激烈的时候，消极地等待顾客(病患)上门，医院很可能面临顾客流失。这一切给医院的生存和发展带来了很大的压力。医院要发展靠的是经营，经营讲策略，经营管理的实质是想方设法吸引病人。要想立于不败之地，就必须在不断完善综合管理、提高业务水平的基础上，通过多方潜移默化的宣传，建立和谐的医患关系，树立良好的社会形象，做到外树形象、内强素质、取信于民。

(一)我院自迁入新址后，在经营上上了一个大台阶，但是有很多细节上还没有达到医院规模相匹配的效益。目前医院市场营销的管理和资料收集贫乏，社会服务部作为医院一个部门的成立，必须发挥它的功能，对内了解与宣传，对外营销与调查，拉拢病人和挖掘潜在的客户。

(二)内部宣传内容太少，各科室有形的宣传内容少，如：宣传栏、宣传板块。对外宣传不够，面对医疗市场竞争日趋激烈，构建媒体宣传平台是有必要的，然而近年来因为广告不实宣传，疗效与承诺不相符，埋下了患者不信任的重重危机，医院可以利用现有的很多资源和方式去对外宣传医院内部形象。媒体宣传只是外在手段，医院的长远发展和日常经营主要还是依赖正确的市场定位、超前的服务理念、先进的管理模式。

(三)没有维护好医院自己的顾客，有些顾客失去了永远都不会再回来。医院的管理和服务有待提高，“以病人为中心”作为服务理念没有落到实处。例如：前几天我在一楼门诊遇到一位老太太正在问一位工作人员病理科在几楼，但那位工作人员很不耐烦地说：“不知道，问导诊护士去”。其实当时我在想：身为一名医院职工怎么可能不知道病理科在几楼！而且态度非常生硬！就是因为这种态度有可能永远失去这位顾

客，甚至更多。病人可以没有我们医院，但是我们医院万万不能没有病人。

(一) 营销思路

以医院总体工作思路和医院发展规划为指导，坚持“内抓管理强素质，外拓市场树行象”为思路，一方面以林西镇社区为主攻方向，逐步向乡镇卫生院、村卫生室扩展，强化“林西县医院”特色品牌，加大品牌推广力度，通过品牌战略吸引广大患者。另一方面以林西地区农村医疗条件相对落后的乡镇为主攻方向，通过宣传介绍医院特色科室吸引广大患者。

(二) 具体实施方案

1、根据“林西县医院”的医疗特色，以林西县各社区为目标地，逐步开发医疗市场。以宣传专科、专病为切入点，加大力度宣传我院优势科室，同时带动其他科室的发展。通过举办健康讲座、健康检查、社区义诊、广场义诊咨询等多种活动为渠道，加强对外宣传、联络，把医疗服务直接送到顾客身边，进而吸引更多的患者来医院进一步诊治，扩大医疗市场。

2、把医疗市场的目光转向农村，直接与各乡镇卫生院、村卫生室建立合作关系，以互惠互利为前提，增进业务平台，实施资源共享、优势互补，让农民在家门口享受到二级医院诊疗水平，可间接加深对林西县医院品牌的认知。

3、建立完善的服务体系，种种服务活动如同医院的营销策略一样，始终围绕一个中心展开的，这个中心就是让顾客满意，真正体现“以病人为中心”，不断提高服务质量，规范服务行为，改善服务态度。

(1)医院应设立投诉接待处，负责接待处理病人的投诉，有效解决患者投诉的问题，会对患者满意度、忠诚度、信任感产

生最大影响，从而将转变成医院的信誉度和盈利。

(2) 提高差异化服务。为了吸引更多的顾客，应为其提供一些区别于其他医院的服务，使他们的不同需求都得到相应满足，并超越他们需求的期望值，达到高度满意，以差异取胜。如：保证医院的医疗服务方便快捷，努力消除“三长一短”（挂号收费时间长、候诊时间长、取药时间长、诊疗时间短）现象，方便广大患者就医。随着社会的发展，文明程度不断提高，人们对环境质量的要求越来越高，维护好医院医疗环境的卫生，为患者提供舒适、整洁、温馨、顺畅的就医空间，是医院生存发展的需要；推行面带微笑服务，注重病人的感受，以称呼全名或尊称，而不是床号。这些亲情化服务会让患者体会到医院的人文关怀，提高顾客满意度。

(3) 建立“以病人为核心、以质量是关键、以服务为重点、以营销为目的”的满意度调查。定期对住院、门诊病人进行满意度调查，收集全院出院患者信息做客户电话回访。将满意度调查结果进行统计、分析、公布，并提出改进意见，不断地提高医疗质量和医疗服务水平，扩大医院病人收容量，实现医院持续健康发展。

4、向亚健康市场进军。卫生部组织资料报告：只有5%是健康的人，20%是有疾病需要治疗的人，其中大部分75%的人都处于亚健康。随着人们健康意识越来越强，人们通过体检来了解自己身体状况，做到预防为主，治疗为辅。我院体检中心以优惠卡的形式从单一的针对单位职工体检向社区、农村发展，策划推出系列体检卡，卡上所有项目均按医院规定价格给予一定的折扣优惠。针对不同人群设置不同名称、体检内容和价格，比如针对普通人群的常规体检、针对老年人的保健体检、针对女性健康体检、针对工薪阶层的健康体检，体检结果由资深医生进行解读，并以书面形式写出保健建议。如果发现体检者有潜在病症，医院将指派专家或专科医生帮助其制定个性化的保健与治疗方案，来吸引庞大的社会群体，拓展医院业务，提高医院经济效益和品牌效益。

5、有针对性地做一些宣传。任何一个公司或者医院要长期稳定发展，宣传是不可缺少的。构建媒体宣传平台，与林西地区媒体建立好关系，采取媒体报道、宣传栏、宣传手册、宣传片等不同的宣传方式，面向社会大力宣传医院特色专科、品牌服务、新技术、新项目、医院名医等。利用大型活动及社会公益行为宣传医院，规范科室宣传栏制作，引导患者方便就医，达到不断塑造医院良好社会形象，提升医院核心竞争力。

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责篇五

一、扎实学习专业知识，不断提高学识水平

为了做好思想政治工作，我坚持学习与思想政治工作密切相关的学科知识，从xx年技校毕业参加工作后，于xx年至xx年自修了山师大中文系汉语言文学专业毕业。系统学习了马克思主义哲学、政治经济学、科学社会主义、党史四门基础理论课。认真学习党的基本路线，系统学习了〈邓小平文选〉，十六大精神和三个代表重要思想。通过学习，更加深刻地认识到邓小平理论的地位和作用，认识到社会主义必然战胜资本主义的历史发展规律，增强了党性观念，坚定了在思想政治工作岗位上，为实现奋斗终身的信心。现在，为进一步提高自己，我又于2001年考取了博山区委党校经济管理本科班，继续深造。

二、立足本职，狠抓企业思想政治工作

通过政治理论学习，不仅提高了思想政治觉悟和理论水平，而且坚持理论指导实践。自己作为公司政工科科长，在工作中，向实践学习，向群众学习，向先进的同志学习，不断提高充实自己。注意尊重职工群众的主人翁地位，关心群众，依靠群众，发挥群众的力量和智慧办好企业，增强企业的凝

聚力。公司绿巨人纯净水厂开业前夕，广大职工不怕困难，日夜奋战，齐心协力，无私奉献，取得了显著成绩，对此，我及时进行总结，在市供水系统政研会上发表了《实施一业为主，多种经营方针，开辟以水养水、发展三产战略》，将公司的成功经验和职工中先进典型进行了大力宣传，收到了极大的轰动效果。同时，狠抓公司的对外宣传工作，专门成立的宣传工作小组，签定宣传工作计划责任书，组织对外宣传。几年来，公司的对外力度不断加大，先后发表各类稿件一千余篇，收到了较好效果。自己撰写的《浅谈企业文化建设与企业思想政治工作的相互作用》以及《当前加强企业思想政治工作的几点做法和认识》等论文先后在市供水系统政研会上获奖。

三、严于律己，为供水事业积极奉献

多年来，自己作为一名员，一名政工干部，我在各方面严格要求自己，努力做到工作上勤奋，纪律上严守，作风上务实，作为上廉洁。在自己的工作岗位上，扎实工作，不断加强思想作风建设，得到了公司领导和广大职工的一致好评。在今后工作中，将更加严格要求自己，狠抓理论学习不放松，积极探索新形势下思想政治工作方向，为公司的发展做出更大的贡献。

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责篇六

甲方：绍兴县平江化工有限公司 地址：平水镇平江村

1. 甲方每月支付乙方壹千元的底薪和乙方出差产生的差旅费(以发票为正)。乙方出差前应向甲方申请，经甲方同意后方可出差。

金限额为壹拾万元。

3. 试用期间双方可协商提前结束试用期或终止合同。

1. 甲方每月支付乙方底薪壹仟元加五项保险金(以企业员工的标准缴纳)

2. 甲方支付给乙方60%的出差产生的差旅费(路费、住宿、每天20元餐费)，以乙方当时的出差发票为准。乙方必须当时出差，当期报销，不能累报，不能把其他的费用当作业务协议差旅费报销。

3. 甲方支付乙方销售业务40%的增值利润(增值利润计算为：业务销售额减原材料的进项(即到厂价)减17%的增值税后作为增值利润)。乙方同意支付销售产品的40%的运输费。其他一切费用由甲方承担。结算有异议时甲方应出示进项费用发票。

4. 甲方提供乙方客户的产品必须按照乙方提供的质量数据为准。如有更改必须经过乙方同意。因甲方擅自更改引起的相关和连带责任，由甲方负责。由于乙方失误等原因造成的相关和连带责任，由乙方负责。

5. 甲方按季度结算乙方的销售增值利润，结算额以货款到账为准。

6. 乙方不能私自收取销售货款，发现私收货款而不归还的，立即自行终止本协议，甲方有权采取一切措施保全乙方销售的全部货款。由此产生的费用由乙方全额承担(如甲方外派人员私收货款与乙方无关)。

7. 乙方与客户达成的付款方式，应征得甲方同意。最长付款期限为出货后3个月内，逾期后甲方应通过法律途径催讨乙方客户欠款的一切费用乙方承担40%。造成赖账死帐的余额货款，甲方承担60%，乙方承担40%。

8. 乙方销售客户的信息对甲方必须透明公开，真实可靠，做

到帐帐清，事实清。甲方不发货给乙方没有实体的客户(现金交易除外)。

1. 双方必须遵守法律法规，乙方除代表甲方销售凹版油墨专用溶剂工作外的一切活动与甲方无关，乙方必须合法工作自负责任。

2. 双方发生矛盾时必须以不伤害对方利益的原则下共同协商解决。

3. 乙方在甲方的保证金只用于乙方根据协议应承担的费用，双方结清后，甲方必须全额归还乙方。

4. 未尽事宜，双方及时协商另立补充协议。

甲方： 乙方：

年 月 日

甲方： 地址： 电话： 法定代表人：

乙方： 地址： 电话：

身份证号：

4、对乙方所提供的业务开展咨询服务的内容负有保密义务，不得泄露给无关第三方。

件资料保密，不得泄露给任何第三方。 5、乙方有责任在每月初将本月商务拓展计划和上个月商务拓展情况总结如实与甲方沟通。

1、甲方在合同签订后三日内一次性预支乙方商务费用人民币5000元;若乙方在合同签订后六个月内，没有成单，则需一次性退还甲方商务费用2500元;若乙方在合同签订后六个月内

成功签单，则在3%的商务费用中扣除，直至5000元扣完。

另外，针对乙方在开展相关业务的实际需要，在项目执行完毕并且客户支付全款的情况下，甲方将对乙方有一个固定额度的商务拓展费用补贴，金额为销售额的3%，乙方需提供相同金额的发票。

- 1、甲乙双方当出现违反本协议任何一条时，本协议自动终止。
- 2、甲乙双方经过友好协商，可以解除或终止协议。

甲乙双方按照《中华人民共和国合同法》的规定承担相应违约责任。

1、本协议一经双方授权代表签字并经双方签字盖章后即发生效力。

2、本协议有效期为 年，自 起至 止，协议期满后，按下年度的工作量另行确定商务拓展费用，本协议其他条款继续有效，可不再次签协议。

3、本协议一式二份，甲、乙双方各执一份，具同等的法律效力。

4、本协议未尽事宜，由甲、乙双方另行协商解决。

甲方：

签章：

乙方：

签章：

年 月 日

业务拓展工作计划 业务拓展经理的岗位职责篇七

- 4、负责审核放款条件落实情况。
- 3、负责组织审贷委员会对贷款进行审批；
- 5、负责对贷款资产质量管理工作进行监控，包括逾期催收、资产保全等工作；
- 6、负责组织贷款业务检查工作，制定对贷款业务发展及管理工作检查计划。

负责处理客户电话咨询、贷款申请，记录客户基本信息，并整理材料提交业务中心经理进行调查任务分配。

4、负责本人所管户贷款的还款情况、贷后检查、逾期催收及风险预警等工作，负责对所管户贷款按期进行贷后检查，对形成的不良资产进行保全工作。

3 期贷款催收工作；

5、负责贷款风险手工分类的初分工作和手工调整工作；

8、根据工作分配，协助管户信贷员进行权限范围内的资产保全、不良资产处置等具体工作；进行不良资产的移交、诉讼、清收等工作。

1、检查信贷员提交放款材料的完整性、填写的规范性。

3、负责贷款发放与支付的审查，作出意见，呈负责人审批；

4、负责打印每月贷款的扣款单等单据。