

<<商业银行客户经理教程>>

图书基本信息

书名：<<商业银行客户经理教程>>

13位ISBN编号：9787040236859

10位ISBN编号：7040236850

出版时间：2008-5

出版时间：高等教育出版社

作者：杨小珍 著

页数：242

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商业银行客户经理教程>>

前言

商业银行客户经理是在金融创新持续深化的过程中，我国商业银行借鉴西方商业银行运作模式而设立的一个综合性的业务部门和专业职位。

商业银行客户经理的出现，既有效地提高了现代商业银行市场营销的效率和效益，也对从事这一专业岗位人员的综合素质提出了更高的要求。

近几年来，为加快培养素质优良、业务娴熟的银行客户经理，国内各商业银行纷纷举办银行客户经理培训班，并编写了适合该银行特点的内部培训教材。

为适应商业银行新业务拓展对相应专业人才的需求，深圳信息职业技术学院信息经济系于2005年3月开始在金融专业开设了“商业银行客户经理”课程，课程主讲教师根据集体商定的课程教学大纲编写了讲义和教学计划，并使用自编讲义组织教学。

通过几个学期的课程讲授，取得了较好的教学效果，也为教材的正式编写提供了，诸多来自教学实践中的经验，同时也进一步统一了编写组成员对本教材编写框架结构及内容的认识，从而为《商业银行客户经理教程》的顺利编写铺平了道路。

高等职业教育的办学宗旨和培养目标，是造就职业岗位所需。的实操能力强的应用型人才。

为在教材编写中贯彻这一宗旨，我们确定以“商业银行客户经理”这一专业岗位的各项业务和素质要求为线索来架构本教材内容。

这主要基于以下考虑：首先从高职学生的实际出发，按照特定专业岗位职责所需理论知识、业务素质、操作规程及技能要求来编排教材内容，既可让学生全面了解“客户经理”这一专业岗位的方方面面，也可从一开始就明了各教学环节的学习都是循序渐进地围绕这一专业岗位的要求进行的。

其次，这一编写体例较充分地体现了职业教育理论与实践相结合的特点，学生通过该教材的学习，既能够掌握与实践相关的金融理论知识，更能够深入了解该专业岗位的实操要求。

第三，该教材与银行内部编写的培训教材亦有较大区别，即重在讲授基本的专业理论知识和实操规程及技能，避免教学内容的过深过细，同时选编了较多的客户经理服务与管理案例，以体现理论与实践相结合的特色。

<<商业银行客户经理教程>>

内容概要

《商业银行客户经理教程》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

鉴于“以客户为中心”的金融营销模式已在国内商业银行普遍施行，银行客户经理的作用因而也显得越来越重要。

为此，《商业银行客户经理教程》在安排结构篇章时，始终围绕“银行客户经理”这一核心概念来进行。

《商业银行客户经理教程》首先对商业银行客户经理及其制度形成作一概述，构成《商业银行客户经理教程》的逻辑起点；紧接着从营销的角度，分别讲述商业银行市场营销、市场细分和定位以及银行营销产品的种类；随后集中介绍银行客户经理主要业务范畴内的商业银行客户关系管理和商业银行客户风险管理，这也是《商业银行客户经理教程》的重点内容；最后就银行客户经理的考核管理及其应具有素质、礼仪进行解析。

《商业银行客户经理教程》各章节精选了银行实践中的经典案例，每一章前列出了明确的学习目标，章后附有本章小结、专业术语和复习思考题。

《商业银行客户经理教程》可供普通高等院校（高职高专、应用型本科）、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院金融、财会专业及其他相关专业的教学使用，也可供五年制高职学生使用，并可作为社会从业人士的参考读物。

<<商业银行客户经理教程>>

书籍目录

第一章 商业银行客户经理概述第一节 商业银行客户经理与客户经理制第二节 客户经理制的组织形式与运作机制第三节 客户经理的职能、经营目标和服务理念第二章 商业银行市场营销第一节 商业银行市场营销概述第二节 商业银行传统营销组合策略第三节 商业银行营销的创新和发展第三章 商业银行市场细分与定位第一节 商业银行营销环境分析第二节 商业银行市场细分第三节 商业银行营销目标市场选择与定位第四章 商业银行产品第一节 个人银行产品第二节 公司银行产品第三节 同业及机构金融产品第五章 商业银行客户关系管理第一节 客户关系管理概述第二节 客户信息的收集与处理第三节 客户开发第四节 客户关系的维护第六章 商业银行客户风险管理第一节 客户风险管理概述第二节 客户风险的分析与识别第三节 客户信用评估和管理第四节 客户风险防范与控制第七章 商业银行客户经理的考核与管理第一节 客户经理的管理第二节 客户经理的培训第三节 客户经理的考核第四节 客户经理的激励第八章 商业银行客户经理的素质与礼仪第一节 客户经理的基本素质第二节 客户经理的基本礼仪第三节 客户经理需掌握的工作技巧主要参考文献

<<商业银行客户经理教程>>

章节摘录

第一章商业银行客户经理概述 由此可知，所谓银行客户经理，即指商业银行直接接触客户并营销银行产品与服务的专职人员。

也就是说，客户经理所扮演的角色，乃是充当银行和客户之间的桥梁和纽带。

其角色定位：一是银行与客户之间的联络协调员；二是银行与客户业务的经办员；三是金融产品的导购员和咨询员；四是银行新业务韵推销员；五是客户与市场信息的搜集员。

在西方国家，商业银行客户经理也称客户关系经理、客户服务代表、理财顾问等。

所谓客户经理制，则是指金融企业为开拓市场、争取目标客户、规避资金风险、实现利润最大化而为客户配备专职经理的制度，也是市场经济条件下商业银行进行业务拓展与营销的一种经营组织模式。

它通过客户经理向客户全面营销银行的所有金融产品和服务，全面负责客户的所有事务，从而成为介于银行内部作业、管理体系和银行客户之间的桥梁和纽带，并制定适合营销人员管理和激励特点的考核激励管理体系和规章制度，以最大限度地鼓励客户经理人员努力拓展银行的市场。

客户经理制度的基本特征是：以客户经理为主体，把推销金融产品，搜集与传递市场信息，发展、巩固、管理客户等融为一体，为客户提供全方位、高质量的金融服务。

概而言之，客户经理制是商业银行适应市场和客户需求变化所作出的一种制度安排。

商业银行客户经理制在本质上是一个价值创造体系，其核心是客户创造价值。

商业银行经营策略的制定、资源的配置、核心竞争力的培植、产品或服务的设计、业务流程的再造、企业文化的培育等，都围绕着客户的价值创造进行。

也就是说，这个价值创造体系是始于客户，终于客户。

而客户经理作为商业银行价值创造的起点，通过客户的开发、服务、维护等一系列卓有成效的工作，在整个价值创造体系中起着至关重要的作用。

商业银行客户经理制不只是一种简单的组织管理模式，更不是简单地将银行信贷员改变为银行客户经理的过程，而是一种崭新的业务经营机制。

客户经理制的实施是一项系统工程，它要求商业银行从内部组织机构的设置、业务发展体系的建立、业务流程的整合到相关激励机制的完善形成配套的系统工程。

<<商业银行客户经理教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>