

<<商业银行客户经理>>

图书基本信息

书名：<<商业银行客户经理>>

13位ISBN编号：9787300107851

10位ISBN编号：7300107850

出版时间：2009-7

出版时间：中国人民大学出版社

作者：满玉华 等主编

页数：260

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>>

前言

客户经理制是商业银行服务理念和制度的创新。

客户经理制能够适应金融市场激烈竞争的需要，适应全球经济一体化的需要，适应商业银行市场营销观念发展的需要，适应商业银行金融创新的需要，适应金融风险管理强化的需要，适应商业银行企业文化和行为价值提高的需要。

尤其是在全球经济一体化的今天，国际金融形势错综复杂，特别是美国的经济放缓、金融的动荡和次贷危机的蔓延，对日益国际化的中国银行业是异常严峻的考验。

而中国金融市场对外资银行的全面开放，使得中外资银行的同台竞争尤为激烈。

谁能拥有更多的优质客户资源，谁就能抢占市场先机，在竞争中处于有利地位。

因此，对优质客户的营销必然成为商业银行共同关注的焦点。

这就迫切需要商业银行培养造就一支高素质的客户经理队伍，以适应激烈的市场竞争和客户需求的不断变化，这也是商业银行竞争中求生存，危机中求发展的必由之路。

为配合商业银行客户经理制的实施，满足高职高专院校培养实用型金融人才——客户经理的需要，中国人民大学出版社组织长期从事金融教学科研的一线教师和既有丰富金融理论又有丰富实践经验的银行从业人员编写了《商业银行客户经理》这本教材。

本教材力求做到内容务实创新，结构新颖合理，其突出特点是：第一，前沿性。

本教材汲取了同类专业教材的改革成果，吸纳了商业银行实施客户经理制的成功经验。

在教材结构设计上，力求知识的稳定性与内容的前沿性相结合，将金融领域最新的研究成果纳入其中。

第二，实践性。

根据高职高专院校学生的特点和商业银行人才需求的实际，本书侧重对学生基本理论、基本方法、实务操作能力的培养和训练，配有案例专栏和模拟实训，以进行银行业务情景模拟操作，让学生真切体验，身临其境。

第三，全面系统性。

本教材系统介绍了商业银行客户经理制组织架构与管理体系；全面阐述了商业银行客户经理制的基本原理、主要方法以及最新发展；重点突出了商业银行客户经理的营销理念、营销技能与技巧。

本教材始终贯穿商业银行“以客户为中心，以市场为导向”的经营理念，强调客户经理在商业银行客户经理制实施中的重要地位和关键作用。

本教材知识体系完整，并专门编写了本书配套的习题与实训材料，使本教材内容更加翔实独特，便于不同教学对象在使用时扩展和取舍。

<<商业银行客户经理>>

内容概要

本教材系统介绍了商业银行客户经理制的组织架构与管理体系；全面阐述了商业银行客户经理制的基本原理、主要方法以及最新发展；重点突出了商业银行客户经理的营销理念、营销技能与技巧。教材侧重于对学生基本理论、基本方法以及实务操作能力的培养和训练，配有案例专栏与模拟实训，便于学生进行银行业务情景模拟操作。

教材遵循“精练、必需、实用”的原则，详略得当，取舍有度。

不仅适合高职高专院校经济类专业学生使用，亦可作为商业银行从业人员培训参考之用。

<<商业银行客户经理>>

书籍目录

第1章 商业银行客户经理制概述 第1节 商业银行客户经理制简介 第2节 商业银行客户经理 第3节 客户经理制的组织架构与管理体系第2章 商业银行的战略计划与市场开拓 第1节 商业银行的战略计划 第2节 商业银行客户经理市场开拓第3章 商业银行目标客户及价值评价 第1节 商业银行客户分类 第2节 商业银行目标客户及价值评价第4章 商业银行目标客户的选择与开发 第1节 商业银行目标客户的选择 第2节 商业银行目标客户的开发第5章 商业银行市场营销 第1节 商业银行市场营销概述 第2节 商业银行市场营销策略第6章 商业银行客户关系的管理与维护 第1节 商业银行客户关系的维护 第2节 商业银行客户关系的管理第7章 商业银行客户风险管理 第1节 商业银行客户风险 第2节 商业银行客户风险管理第8章 商业银行服务文化 第1节 商业银行服务文化的特征与作用 第2节 商业银行服务文化的传播第9章 商业银行客户经理的商务礼仪 第1节 商业银行客户经理的礼仪修养 第2节 商业银行客户经理的服务与营销礼仪第10章 商业银行核心竞争力与营销团队建设 第1节 商业银行核心竞争力概述 第2节 商业银行营销团队建设参考文献

<<商业银行客户经理>>

章节摘录

对宏观经济环境的风险应关注：信用环境；GDP增长；货币供应量；收入水平及社会购买力；汇率与利率；贸易政策；价格控制；税收；失业；政府财政支出；通货膨胀，外汇政策及政府的其他管制等。

4) 单一法人客户的担保分析与识别。

担保是指为维护债权人和其他当事人的合法权益，提高贷款偿还的可能性，降低商业银行资金损失的风险，由借款人或第三方对贷款本息的偿还或其他授信产品提供的一种附加保障，为商业银行提供一个可以影响或控制的潜在还款来源。

商业银行与借款人及第三方签订担保协议后，当借款人财务状况恶化、违反借款合同或无法偿还贷款本息时，商业银行可以通过执行担保来争取贷款本息的最终偿还或减少损失。

担保方式主要有：保证、抵押、质押、留置与定金。

第一，保证。

保证是指保证人和债权人约定，当债务人不履行债务时，保证人按照约定履行债务或者承担责任的行

为。

贷款保证的目的是通过第三方为借款人按约、足额偿还贷款提供支持。

在对贷款保证进行分析时，商业银行最关心的是保证的有效性，因此，对贷款的保证人应从以下几方面进行考察：保证人的资格，具有代为清偿能力的法人、其他组织或者公民可以作为保证人，国家机关（除经国务院批准），学校、幼儿园、医院等以公益为目的的企事业单位、社会团体，企业法人的分支机构和职能部门，均不能作为保证人。

保证人的财务实力，保证人的财务状况、现金流量、或有负债、信用评级以及保证人目前所提供保证的数量及金额，都会影响保证人的偿债能力。

保证人的保证意愿，保证人是否愿意履行责任以及保证人是否完全意识到由此可能产生的一系列风险和责任。

保证人履约的经济动机及其与借款人之间的关系。

保证的法律责任，保证分为连带责任保证和一般保证两种，由于类型不同，保证人承担的法律责任也不同，连带责任保证的债务人在主合同规定的债务履行期届满没有履行债务的，债权人可以要求债务人履行债务，也可以要求保证人在其保证范围内承担保证责任；一般保证的保证人在主合同纠纷未经审判或仲裁，并就债务人财产依法强制执行仍不能履行债务前，对债权人提供了债务人可供执行财产的真实情况的，债权人放弃或者怠于行使权利致使该财产不能被执行，保证人可以请求人民法院在其提供可供执行财产的实际价值范围内免除保证责任。

第二，抵押。

抵押是指债务人或第三方不转移对财产的占有，而将该财产作为债权的担保。

债务人不履行债务时，债权人有权依照法律规定以该财产折价或者以拍卖、变卖该财产的价款优先受偿。

债务人或第三方为抵押人，债权人为抵押权人，提供担保的财产为抵押物。

对抵押应注意以下方面：可以作为抵押品的财产的范围及种类；抵押合同应包括的基本内容：被担保的主债权种类、数额，债务的期限，抵押品的名称、数量、质量、状况、所在地、所有权权属或者使用权权属，抵押担保的范围，当事人认为需要约定的其他事项等；抵押物的所有权转移，根据我国现行《担保法》的相关规定，订立抵押合同时，抵押权人和抵押人在合同中不得约定在债务履行期届满抵押权人未受清偿时，抵押物的所有权转移为债权人所有；抵押物登记；抵押权的实现。

<<商业银行客户经理>>

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>