

<<银行营销实战原理>>

图书基本信息

书名：<<银行营销实战原理>>

13位ISBN编号：9787302123781

10位ISBN编号：7302123780

出版时间：2006-9

出版时间：清华大学出版社

作者：赖丹声

页数：213

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>

## <<银行营销实战原理>>

### 内容概要

本书是银行营销实战宝典丛书之一，是一部银行行长和业务主管有效拓展市场的制胜宝典，也是银行客户经理快速提高营销能力的必备参考书。

目前国内各家商业银行在营销的道路上都已经起步，逐渐转变观念，努力摆脱计划经济体制下养成的骄气和惰性，把银行工作的重点转向了客户，转向了市场。

这是银行营销思维的一场革命。

本书致力于把银行营销的理论知识与实战案例全面系统地展现给读者，为中国的银行营销打开了思路。

。 内容简介 中国加入WTO后，整个经济融入了一个更大的范围，为银行营销开创了一个更为广阔的空间。

中国的银行业面临着新的发展机遇，同时面临的竞争压力也更大了。

在机遇和压力面前，在竞争的环境下，银行营销日显重要。

目前国内各家商业银行在营销的道路上都已经起步，逐渐转变观念，努力摆脱计划经济体制下养成的骄气和惰性，把银行工作的重点转向了客户，转向了市场。

这是银行营销思维的一场革命。

本书致力于把银行营销的理论知识与实战案例全面系统地展现给读者，为中国的银行营销打开了思路。

。 本书的出版，无疑将成为我国银行营销的助推器。

它将会帮助银行营销人员少走一些弯路，是一个好帮手。

## <<银行营销实战原理>>

### 作者简介

赖丹声：深圳市九颂文化发展有限公司董事长、总经理“银行家营销网”总裁，《九颂银行营销经典丛书》主编。

营销和管理学专家，MBA，师从中国营销学理论奠基人之一的李景泰教授和著名管理学家陈炳富教授。

曾任政府秘书，并在国企、外企从事过产品质量、市场营销和项目投资等方面的管理工作。

曾任金融早报营销传播周刊主编和记者部主任。

为多家银行和企业的营销和管理顾问。

主编出版过《投资热点丛书》，出版有《寿险营销新思维》、《温柔一刀》、《期货投资指南》和《把梳子卖给和尚》等著作，在早报上发表过大量的财经评论文章，文笔简练幽默，耐人寻味。

2001年底，作为中央电视台特约撰稿人，参与《商战2001》节目制作，根据作者脚本《啤酒三国演义》拍摄的电视专题片引起社会的极大反响。

## &lt;&lt;银行营销实战原理&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场营销概述第一节 20世纪营销创新史第二节 市场营销的定义第三节 从4Ps到4Cs再到4Rs第四节 21世纪营销新趋势【精彩营销故事】银行家的生命留言第2章 银行市场营销第一节 银行市场营销的定义第二节 银行市场营销的产生和发展第三节 银行营销的特点第四节 银行营销竞争的主要类型【案例1】巴克莱银行的市场营销战略【案例2】加拿大银行业的国际市场营销【精彩营销故事】聪明报童的营销战略第3章 银行STP战略第一节 银行STP战略概述第二节 银行市场细分第三节 银行目标市场的确定【案例1】澳洲联邦银行的市场细分【案例2】恒生银行切割市场蛋糕【精彩营销故事】钻市场缝隙的美国小银行第4章 银行市场定位第一节 银行营销的战略定位第二节 银行市场定位的原则第三节 银行市场定位的策略第四节 银行产品定位的方法第五节 银行产品定位的步骤【案例1】德意志银行的战略定位【案例2】泰国水上银行“歪打”巧定位【案例3】美国乡村银行的市场定位【精彩营销故事】一元钱也存的银行第5章 银行新产品开发第一节 银行产品概述第二节 银行产品的生命周期第三节 银行新产品开发流程第四节 银行组合产品策略第五节 银行新产品定价策略第六节 银行新产品的推广第七节 国外大银行的贷款产品创新【案例1】民生银行的住房按揭产品创新【精彩营销故事】卖点究竟在哪里第6章 银行服务营销第一节 银行服务营销概述第二节 银行的服务营销管理第三节 我国银行服务营销存在的问题【案例1】恒生银行的“八句服务箴言”【案例2】上海银行的客户经理【精彩营销故事】世界上最温柔的推销员第7章 银行客户经理第一节 银行客户经理概述第二节 客户经理的甄选和录用第三节 客户经理的培训第四节 客户经理的绩效考核第五节 我国银行客户经理制的兴起和完善【案例1】大通曼哈顿银行培训之道【案例2】蒙特利尔银行的人才培训和激励【案例3】从“客户经理”到“关系经理”【案例4】民生银行的客户经理制【精彩营销故事】为啥他是人才第8章 银行CRM第一节 CRM概述第二节 CRM在银行业的应用第三节 银行CRM系统的实施和安装第四节 银行的“一对一”营销第五节 “一对一”营销的实施程序【案例1】美国运通的数据库营销【案例2】日本银行的“个人银行家”【案例3】杰克的“一对一”营销实践【精彩营销故事】老人的愤怒心情第9章 银行的内外关系营销第一节 银行内部关系营销概述第二节 银行内部关系营销的成功前提第三节 银行实施内部关系营销的途径第四节 银行的外部关系营销【案例1】花旗银行的内部关系营销【案例2】万泰银行及时消除顾客误会【精彩营销故事】35次紧急电话第10章 银行CIS战略第一节 银行CIS概述第二节 美国和日本的CIS模式第三节 银行CIS的主要内容第四节 银行导入CIS的策略第五节 银行的企业文化建设第六节 银行的整合营销传播【案例1】万事达卡的整合营销传播【案例2】尼日利亚第一银行的更名策略【精彩营销故事】约翰尼的营销传播手段第11章 银行品牌策略第一节 银行品牌营销第一课第二节 两种不同的品牌战略第三节 品牌个性构成元素第四节 品牌命名的思路第五节 品牌营销的误区第六节 小品牌的营销谋略第七节 银行产品的品牌忠诚【案例1】我国银行界首个注册的服务品牌【精彩营销故事】细节里的银行品牌哲学第12章 网络银行营销第一节 网络银行概述第二节 网络银行发展模式第三节 网络银行营销策略第四节 网络银行营销的关键第五节 网络银行营销的发展趋势【案例1】信用卡巨头的网络营销大战【精彩营销故事】把斧子卖给总统的人后记

## &lt;&lt;银行营销实战原理&gt;&gt;

## 章节摘录

对短缺的预言导致了西德尼·莱维和菲利普·科特勒在1971年提出了“低营销”这一概念。他们认为，在某种环境中，营销经理必须掌握如何有选择地或者全面地减少需求水平的技能，就像他擅长扩大需求一样，他们阐述了如何把不同的营销组合工具用于降低市场需求。

1972年，阿尔·里斯和杰克·特鲁特在《广告时代》杂志上发表了论文，提出“定位”这一重要概念。

他们认为，即使公司没有在广告中为产品定过位，这些产品在顾客头脑中也是有一定的位置的。里斯和特鲁特阐述了公司应如何运用定位去创立产品在顾客头脑中的特定形象以及帮助企业寻求产品在市场中的缝隙地带。

20世纪70年代早期的经济冲击导致了“战略计划”这一概念。

波士顿咨询公司说服公司不要对其所有的业务一视同仁，而应该根据各种业务的市场份额成长的情况，决定哪些业务必须建立，哪些应该保留，或者收获，或者淘汰，这就是所谓的“业务经营组合法”。

对营销者而言，营销并不仅仅意味着增加销售额。

从这一思想中产生了“战略营销”这个概念。

它和“战术性营销”的界限现在日趋明朗化。

事实上，通用汽车公司已经按这两个概念分设了不同的营销部门，我们也已经看到了新的主要论述战略营销的教科书和专著。

20世纪70年代，人们日益感觉到企业应该负有一定的社会责任，于是便出现了“社会营销”的概念。

同时也出现了另外一些术语，包括“人道营销”和“社会责任营销”等。

这些概念要求企业在决策时，不仅应该考虑消费者需要和公司目标，还应考虑消费者和社会的长期利益。

当代一些社会问题，如保护消费者权益主义和环境保护主义等促使营销学家将其注意力又一次转向营销活动的宏观效果。

“宏观营销”这一术语便应运而生。

与宏观经济学相似，宏观营销研究提醒我们经常检查营销组合活动对于消费者的福利和价值的总体影响。

## <<银行营销实战原理>>

### 媒体关注与评论

中国银行业正处在一个营销的地位和作用越来越突出、营销需要大力推广和应用的阶段。在这个时候,《银行营销实战宝典》丛书的出版,真是“好雨知时节,当春乃发生”。我们银行的营销实践,正处在需要进行营销的理论总结和理论指导的时候。这套丛书必将对我们的银行营销产生积极的影响。

——招商银行行长 马蔚华 《银行营销实战宝典》丛书是一套实战性很强的银行营销工具书。

它精选了国内外著名银行成功的经典案例,运用现代营销理论深入浅出地予以介绍和评述,使您从中获得营销的智慧。

相信这套丛书一定会助您成功。

——中国人民银行广州分行副行长 徐诺金 中国的银行市场已进入了营销时代,营销人才对银行发展的重要性日显突出。

建立学习型组织,是银行提升员工营销水平的一条有效途径。

这套丛书通过对大量实战案例的解析,使银行营销原理的阐述显得更为生动,是一套易读的银行营销参考书。

——深圳发展银行行长助理、深圳分行行长 周立 中国加入WTO后,随着中国银行市场的进一步开放,银行营销日趋重要。

作为银行业务的一线部门,支行时时刻刻都在与客户打交道。

因此,员工的营销和服务质量直接影响到客户的满意度。

《银行营销实战宝典》丛书为我们提供了一个学习和借鉴的新平台。

——中国建设银行广州白云支行行长 廖锐浩 支行在不断提高服务质量、促进现有产品销售的同时,还要深入了解客户的潜在需求、为客户提供更加完善的服务。

《银行营销实战宝典》是一套实用性很强的丛书,对我们的营销工作大有帮助。

——华夏银行深圳龙岗支行行长 周学德 客户经理是银行营销的“尖兵”,直接面对市场和客户。

作为客户经理,提升营销和服务技巧非常重要。

《银行营销实战宝典》丛书对此有很多实战分析和建议,能启发思维,非常实用。

——浦东发展银行客户经理 夏斌

<<银行营销实战原理>>

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>