

<<商业银行市场营销>>

图书基本信息

书名：<<商业银行市场营销>>

13位ISBN编号：9787504935274

10位ISBN编号：7504935271

出版时间：2005-1

出版时间：中国金融出版社

作者：张学陶

页数：285

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>

<<商业银行市场营销>>

内容概要

本书以商业银行为主体,从市场营销的基础理论出发,研究当今商业银行营销理念的更新,战略思想、市场定位的确立,营销方法与营销组合的选择以及银行文化的建设。借鉴国内外商业银行推行客户经理制度的实例和经验,对商业银行客户经理制度及实务操作技巧做了全面系统的介绍,包括商业银行客户经理制度的建立与推广、客户经理的管理与培训、客户开发、客户关系维护、客户风险防范管理等内容,并实现了一定的创新和突破。

本书既可作为高等院校金融专业、金融MBA的专业教材,又适合银行营销人员阅读或作为培训教材

。

<<商业银行市场营销>>

书籍目录

上篇 理论篇 第一章 商业银行与市场营销 第一节 商业银行市场营销概述 第二节 商业银行市场营销 第三节 商业银行市场营销的主要内容 第二章 商业银行与营销战略 第一节 商业银行经营战略 第二节 商业银行市场营销战略 第三节 商业银行营销战略的管理 第四节 中国商业银行战略创新 案例 走向全能化的美国花旗集团 第三章 商业银行信息与市场营销 第一节 商业银行市场调研 第二节 商业银行信息系统 第三节 商业银行信息搜集与信息商品的开发 案例 日本的银行信息系统的建立 第四章 商业银行环境与市场营销 第一节 商业银行环境概述 第二节 宏观营销环境分析 第三节 微观环境分析 第四节 自我状态分析 第五章 商业银行市场细分与定位 第一节 市场细分的概述 第二节 商业银行市场细分 第三节 商业银行目标市场选择与定位 第四节 商业银行市场定位与营销策略 案例 中国建设银行某城市分行对个人消费信贷产品的定位 第六章 商业银行营销组合与策略(一) 第一节 商业银行营销组合策略 第二节 商业银行产品策略 第三节 商业银行产品定价策略 案例(一)米德兰银行的“第一直线”电话业务 (二)关系定价——是新的定价途径吗? 第七章 商业银行营销组合与策略(二) 第一节 商业银行营销渠道策略 第二节 商业银行促销策略 第三节 权力与关系营销策略 案例(一)运用传播组合以孩子为目标推销储蓄 (二)上海银行卡营销酣战 第八章 银行文化建设 第一节 企业文化概述 第二节 表层银行文化 第三节 中层银行文化 第四节 深层银行文化 下篇 实务篇 第九章 商业银行客户经理制的建立与推广 第十章 商业银行客户经理管理与培训 第十一章 客户开发 第十二章 客户关系维护与CRM系统 第十三章 商业银行客户风险管理参考文献

<<商业银行市场营销>>

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>