

<<个人金融产品营销>>

图书基本信息

书名：<<个人金融产品营销>>

13位ISBN编号：9787504942982

10位ISBN编号：7504942987

出版时间：2007-1

出版时间：中国金融

作者：辛树森

页数：239

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>

<<个人金融产品营销>>

内容概要

该套丛书结合我国最新的个人银行业务的实际，以上岗资格培训和履岗能力培训“必修”课的方式，系统、全面、生动地介绍了当前我国商业银行个人业务九个方面的基本理论与实务操作，是我国商业银行个人业务从业人员学习、从业资格培训以及履行岗位职责，提高履岗能力的读本。该套丛书具有实用性、可操作性和可借鉴性的特点。适合于社会大众深入了解银行个人业务知识。

<<个人金融产品营销>>

书籍目录

第一章 个人金融产品营销概论 第一节 个人金融产品营销含义 第二节 个人金融产品营销特点 第三节 个人金融产品营销的基本内容 第四节 个人金融产品营销的意义和作用第二章 个人金融产品市场细分与定位 第一节 个人金融营销调研程序、方法及工具 第二节 个人客户对金融产品的购买行为模式 第三节 个人金融市场细分与目标市场选择 第四节 个人金融市场定位第三章 个人金融产品品牌打造 第一节 个人金融产品品牌定位 第二节 个人金融产品品牌设计 第三节 个人金融产品品牌生命周期管理 第四节 个人金融产品品牌推广与评估第四章 个人金融产品营销策略 第一节 产品组合策略 第二节 产品生命周期与营销策略 第三节 金融产品开发 第四节 产品管理第五章 个人金融产品和服务营销模式 第一节 金融百货店营销 第二节 ATM营销 第三节 网络营销 第四节 客户经理营销第六章 个人金融产品和服务联合营销 第一节 营养联盟 第二节 服务外包 第三节 内部联动营销第七章 个人金融产品和服务广告策略 第一节 广告策略概述 第二节 电视广告策略 第三节 网络广告策略 第四节 报纸广告策略 第五节 广播广告策略第八章 个人金融产品营销案例 第一节 金融危机营销 第二节 国内外个人金融产品营销案例后记

<<个人金融产品营销>>

编辑推荐

随着金融全球化进程的加快，尤其是2006年12月11日以后，我国金融市场将全面对外开放，外资金融机构将全面进入国内个人业务领域，其对个人客户特别是高端客户的争夺将对国内商业银行形成一定压力。

我国监管部门、银行业必须以更开阔的眼界、更积极的态度，下大力气，花真工夫，抓管理、抓创新，全面推动商业银行个人银行业务更快更好地发展。

值得高兴的是国内银行业近几年来，已将个人银行业务作为竞争重点，纷纷采取各种措施，加大人、财、物的投入。

<<个人金融产品营销>>

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>