

<<金融营销实务>>

图书基本信息

书名：<<金融营销实务>>

13位ISBN编号：9787514128642

10位ISBN编号：7514128646

出版时间：经济科学出版社

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>

<<金融营销实务>>

书籍目录

项目一金融营销的认知/1 任务1营销与金融营销/2 活动1营销的认知/2 活动2金融营销的理念/7 任务2开展营销前的准备工作/16 活动1良好的营销心态/17 活动2良好的职业形象/19 活动3金融营销基础知识的准备/40 项目二金融营销环节 /44 任务1金融营销流程及营销计划/45 活动1金融营销计划制订流程/45 活动2统筹制订营销计划/47 任务2金融产品营销环节 /49 活动1金融营销环境的分析/49 活动2购买者需求分析/62 活动3分市场及选择目标市场/74 项目三金融产品营销策略/81 任务1金融产品策略/82 活动1金融产品的认知/82 活动2金融产品策略/89 任务2金融产品价格策略/94 活动1金融产品定价的依据及方法/95 活动2金融产品定价策略/102 任务3金融产品营销渠道策略/106 活动1金融企业分销渠道的类型及特征/107 活动2金融企业分销渠道的设计与管理/113 任务4金融产品促销策略/115 活动1金融产品促销的认知/116 活动2金融产品促销策略/116 项目四金融营销技巧与客户关系维护/125 任务1金融营销技巧/126 活动1客户开拓技巧/128 活动2客户接触、约访技巧/134 活动3接触与探询/140 活动4能力展示和说明/145 活动5缔结协议/148 活动6拒绝处/155 任务2营销售后服务与客户关系维护/164 活动1金融产品的售后服务/164 活动2客户关系的维护/168 项目五金融业网络营销/174 任务1金融网络营销/175 活动1金融网络营销的认知/175 活动2金融网络营销策略/190 活动3金融网络营销的安全/199 主要参考文献/205

<<金融营销实务>>

章节摘录

版权页：插图：由于当今各国经济、金融与国际的联系既广泛又密切，包括中国在内的任何一家金融企业为了生存与发展，都必须密切关注并认真研究国际经济金融环境及其动态趋势，尤其要注意研究国际市场上货币、资本、债券等供求、流动状况；利率、汇率的变动状况；金融产品与服务的创新状况；营销管理与手段的变化状况等，以有利于寻找有利的市场机会，成功地开展市场营销活动。

3.消费者收入的变化。

在我国这样一个人口众多的大国中，金融机构的个人业务占据相当大的比重，而这些个人金融业务完全来自消费者的收入，但他们也并非把全部收入都用来购买金融商品和接受金融服务，消费者的金融支出只是他们收入的一部分。

可见消费者收入水平高低直接影响到金融企业的营销活动。

下面从五个方面进行分析：（1）国民收入。

指一个国家物质生产部门和劳动者在一定时期内（通常为一年）所创造的价值总和。

用国民收入总额除以总人口，既得该年该国的人均国民收入。

（2）人均国民收入。

即用国民收入总量除以总人口。

这个指标大体上反映一个国家的经济发展水平。

根据人均国民收入，可以推测不同的人均国民收入相应地消费哪一类金融产品或服务；在什么样的经济水平上形成怎样的金融消费水平和结构会呈现出的一般规律性。

人均国民收入大体上反映了一个国家的经济发展水平和人们生活水平。

我国2004年人均国民收入已超过1 000美元，基本达到小康水平，仍属于发展中国家。

（3）个人总收入。

指个人从各种收入来源得到的总收入，包括工资、奖金、利息、红利、股息、租金收益和投资收益等货币收入。

用一个国家或地区的个人收入总和除以总人口，即为人均收入。

该指标可以用作衡量当地消费者市场的容量的大小和对金融产品吸引力的高低。

（4）个人可支配收入。

指在个人总收入中扣除应缴纳的税款和其他费用的余下部分。

这部分收入由消费者个人支配，主要用于购买生活必需品，它是影响消费者购买力和消费支出的决定性因素。

个人可支配收入高，其购买力强；反之，则购买力低。

（5）个人可任意支配收入。

指在个人可支配收入中扣除购买生活必需品（吃、穿、用等）支出和固定支出（房租、保险费、分期付款等）以后余下的收入。

这部分收入是消费需求变化中最活跃的因素，也是金融机构研究营销活动时所要考虑的主要对象。

因为从个人可以支配的收入中开支的维持生存所必需的基本生活资料部分，一般变动较小，相对稳定，即需求弹性小；而满足人民基本生活需要之外的这部分收入所形成的需求弹性大，可用于购买保险、金融投资产品等，所以是影响金融产品销售的主要因素。

<<金融营销实务>>

编辑推荐

《金融营销实务》既可作为高等院校金融专业的教材，也适合金融营销实务工作人员阅读和使用。

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>