

<<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：9787561842881

10位ISBN编号：7561842880

出版时间：2012-2

出版时间：天津大学出版社

作者：李小丽，段晓华 主编

页数：286

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>>

内容概要

本书在结合21世纪以来金融营销发展实践的基础上，以金融企业的市场经营结合金融营销人才能力培养为研究的出发点，充分融通市场营销理论体系，提出了当代金融营销实务的创新构架，综合地、有针对性地、翔实地探讨并阐述了金融三大主业银行、证券和保险类金融企业的营销思路、规律和实务流程。

本书可作为各大专院校经济、管理等专业的教材，也可作为商业银行、证券公司、保险公司等金融机构的工作人员制订营销计划、进行营销决策提供参考并作为培训教材。

<<金融营销实务>>

书籍目录

- 第一章 金融营销概述
 - 第一节 金融营销的基本含义
 - 第二节 金融营销的演变历程
 - 第三节 金融营销的作用和功能
- 第二章 金融营销策划
 - 第一节 金融营销策划的含义和重要性
 - 第二节 金融营销环境分析
 - 第三节 战略和策略制定
- 第三章 金融服务营销
 - 第一节 金融服务营销的兴起
 - 第二节 银行服务营销
 - 第三节 证券服务营销
 - 第四节 保险服务营销
- 第四章 金融产品开发与营销管理
 - 第一节 金融产品的开发
 - 第二节 金融产品推介
 - 第三节 金融产品周期性与营销策略
- 第五章 银行卡营销实务
 - 第一节 银行卡产品设计
 - 第二节 银行卡发卡渠道
 - 第三节 银行卡营销策略
 - 第四节 银行卡综合服务管理
- 第六章 金融客户经理
 - 第一节 金融客户经理的职业定位与职业素养
 - 第二节 客户金融服务的种类
 - 第三节 客户经理的绩效考核
 - 第四节 客户风险管理
- 第七章 客户沟通与产品推广
 - 第一节 客户沟通的内涵
 - 第二节 客户沟通的技巧
 - 第三节 产品推广基本流程
 - 第四节 客户关系管理与维护
- 第八章 金融网络营销
 - 第一节 金融网络营销概述
 - 第二节 网络银行营销
 - 第三节 网络证券营销
 - 第四节 网络保险营销
- 第九章 金融营销创新
 - 第一节 金融企业的国际营销
 - 第二节 金融营销创新谋略
 - 第三节 我国金融营销发展趋势
- 附录
 - 附录一 主要银行行标
 - 附录二 2007年亚洲银行竞争力排名十佳商业银行
 - 附录三 中国银行业协会会员单位客服和投诉电话一览表

<<金融营销实务>>

附录四 保险公司经营列表

附录五 2007年净资产排名前11位证券公司

附录六 ××银行客户经理制实施办法(暂行)

参考文献

章节摘录

版权页：插图：如果你想购买太平洋保险公司的产品，现在可以通过网络平台进行以下操作。

首先是手机短信激活环节。

当购买到太平洋保险公司的保险卡后，按短信平台格式要求，输入卡号、密码、姓名、身份证号等信息，发送手机短信到太平洋保险公司在中国移动和中国联通的短信特服号，经对特定信息进行基本核保和判定后，短信平台即给出保险卡激活成功、正式承保的短信回复，整个过程简单而快速。

其次是网站查询环节。

短信激活成功后，可通过电子商务网站的信息服务板块功能，按卡号、密码和身份证信息，查询激活的保单在业务系统中的详细信息和状况。

这就是太平洋保险公司实现的短信平台、电子商务网站与业务系统的双向信息交互。

这对投保人来说非常方便。

能有今天的便捷，得益于太平洋保险公司在电子商务领域中多年的开拓。

1.率先“触摸”电子商务。

2008年8月，太平洋保险电子商务网站正式开通，标志着中国保险业第一个贯通全国、连接全球的保险网络诞生。

其后，国内其他保险公司纷纷开设自己的电子商务网站，进行网络营销的积极探索。

从此，保险电子商务的网络营销渠道功能逐步显现。

从国内外的实践经验看，发展保险电子商务，有利于保险公司业务创新能力的提高，提高保险公司展业水平和解决当前保险业存在的突出问题。

电子商务是保险公司潜在的一条重要销售渠道。

国外研究资料表明，在未来10年有超过30%的商业保险业务和近4成的个人保险业务将由电子商务方式来实现。

2005年，中国上网人数突破1.2亿，保险电子商务客户群的总量在扩大，建立基于开发网络保险产品的电子商务销售渠道必将成为保险公司具有良好效益的业务增长模式。

5年来，太平洋保险电子商务以发展解决保险业高效、诚信、规范经营问题为目标，整体推进电子商务在公司内的发展，形成了具有自身特色的发展模式和风格。

目前太平洋保险网能够实现信息发布，产、寿险产品网上销售，在线支付和客户自助等诸多功能。

2003年5月25日，北京的一位客户在线购买安居理财保险，成功通过太平洋保险网的网上支付功能支付了10万元保费，成为太平洋保险网开通以来网上交易的最大客户。

太平洋保险网还先后在搜狐、新浪上开展网络营销，扩大了太平洋保险品牌的知名度，培养了网上消费的习惯。

现在很多人想看保险就会到太平洋保险网上查阅或投保。

客户通过网站提出的投诉、咨询和理赔申请，都能够快速得到来自网站后台的响应。

20多年来，太平洋保险的客户服务中心电话95500被评选为中国呼叫中心十大满意品牌。

电子商务已经成为弘扬太平洋保险“诚信天下、稳健一生”企业核心价值观的重要平台。

<<金融营销实务>>

编辑推荐

《金融营销实务》是21世纪高等教育新理念精品规划教材之一。

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>