

<<银行客户经理培训教程>>

图书基本信息

书名：<<银行客户经理培训教程>>

13位ISBN编号：9787802077034

10位ISBN编号：7802077036

出版时间：2006-11

出版时间：经济管理出版社

作者：宋炳方

页数：514

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>

<<银行客户经理培训教程>>

前言

近几年来，银行面临的外部环境发生了急剧的变化。一些新的银行机构纷纷成立，加入到竞争激烈的金融大军中来。经过加入WTO后的过渡期，目前外资银行已经完全成为我国金融市场体系的重要成员，正以自己在全球多年所形成的运作经验急剧分割国内银行的现有优质客户。与国际监管理念的日益接轨，使国内银行的发展正面临越来越严格的资本约束。全面风险管理理念的引入，使国内银行认识风险的视角、技术都有了质的飞跃。产业界出现了规模化、网络化、链式化和总部经济化等新特征。这些对银行的产品创新、组织架构、服务模式、运营理念都产生了新的要求。每家银行在这个日新月异的社会经济氛围中都在积极变革，都在寻找并巩固自己的市场位置。银行变革对客户经理的影响是巨大的。首先是心理上的，过去那种等客上门、被动服务的时代已经一去不复返，对银行业发生的这种令人眼花缭乱的变化，客户经理要努力跟上的心情是非常急迫的。其次是技能上的，过去的银行产品、内部架构相对单一，技能要求不高，只要懂得放款基本就能满足需要。而现在则大不相同，无创新就无法赢得客户，就像急流中行船一样，逼得你不走都不行。再次是生活上的，一天8小时安安稳稳的生活只能留在追忆之中，大部分工作将在8小时之外完成，对生活的影响显而易见。与时俱进，再也不是空洞的口号，它与我们每个人都息息相关。不思进取就无法摆脱落伍、被淘汰的命运。对广大银行客户经理而言，做个学习型人才从来没有像现在这样紧迫。

<<银行客户经理培训教程>>

内容概要

作者在总结客户拓展实际工作经验基础上专门针对银行客户经理而撰写的一本著作，旨在帮助银行客户经理增强客户拓展技能，提高客户拓展成效。

《银行客户经理培训教程(修订版)》以如何培训一个适应银行发展及客户需要的客户经理为主线，以客户拓展流程、客户经理制度和银行产品管理为主要内容，从培训途径与方式的介绍入手，以培训效果的评价作为结束。

全书结构新颖，理念超前，内容全面，资料详实，以实用性、针对性见长，既可作为银行客户经理培训的专门教材，也可供银行客户经理及金融业有关营销人员日常阅读。

《银行客户经理培训教程(修订版)》以如何培训一个适应银行发展及客户需要的客户经理为主线，以客户拓展流程、客户经理制度和银行产品管理为主要内容，从培训途径与方式的介绍入手，以培训效果的评价作为结束。

《银行客户经理培训教程(修订版)》结构新颖，内容全面，资料详实，具有很强的实用性。

<<银行客户经理培训教程>>

作者简介

宋炳方，男，山东临清人。
经济学博士，银行客户管理专家，著名培训讲师。
曾在政策性银行、商业银行和政府金融管理部门工作，具有丰富的银行从业经验，是我国银行业中较早从事客户经理理论研究、实践操作并取得丰富成果的专业人士之一。

著作主要有《驾驭集团——企业集团的形成、组织与战略》(专著，1998年)、《银行客户开发与管理》(合著，负责总撰，1998年)、《银行客户培育与维护》(专著，2001年)、《与政府官员谈地方金融》(专著，2005年)。

此外，《资本市场业务：商业银行业务创新的重要方向》等一批文章获得全国性奖励；执笔的“银行客户开发与管理系列讲座”曾在《金融时报》上连载。
引起普遍好评。

<<银行客户经理培训教程>>

书籍目录

第一篇 培训途径与方式第一章 图书的选择与阅读一、选择与阅读图书的基本原则二、可供客户经理阅读的图书第二章 案例的整理与观摩一、大型客户的综合开发二、以财务顾问为核心带动全面产品营销三、向客户提供资产重组专项财务顾问四、筛选优质客户进行重点开发五、由浅入深地建立合作关系六、通过特色服务培育存款客户七、为集团客户建立集团结算网八、建立集团结算网并提供授信业务九、统一授信额度的营销与切分十、逐步与客户建立战略合作关系十一、参与客户举办的招标活动十二、实行品牌形象与产品交叉销售的良性互动十三、运用票据产品连通企业上下游第三章 培训班的设计与运作第二篇 客户拓展流程第四章 确定客户发展战略一、竞争环境分析二、内部条件分析三、在银行与竞争环境的平衡中确定客户拓展战略第五章 搜寻和选定目标客户一、银行客户的分类二、搜寻目标客户的方法三、目标客户的确定第六章 拜访客户一、拜访客户前的准备工作二、实地拜访客户三、提高拜访的效果第七章 围绕客户进行调研一、客户调研的原则二、制定调研计划三、确定调研内容四、设计调查表格第八章 识别客户风险一、客户风险的类型二、客户风险的识别与评估第九章 评估客户价值一、工商企业类客户的价值评价二、金融同业类客户的价值评价三、项目价值评价第十章 与客户建立合作关系一、明确合作领域二、向客户推介合作领域三、搞好拟推介产品的定价与综合收益测算工作四、设计作业方案五、与客户进行谈判六、起草协议文本七、签署金融合作协议八、合作事项的具体运作九、合作关系的定期评价第十一章 客户关系的维护一、维护客户关系的基本方法二、强化同客户的合作关系三、加强客户风险的管理四、重视对客户关系的管理第三篇 客户经理制度第十二章 客户经理管理一、客户经理的工作性质二、客户经理的工作职责三、客户经理的资格认定四、客户经理的工作理念五、客户经理的薪酬管理六、客户经理的工作方式七、国外银行的客户经理管理第十三章 客户经理的素养与知识一、客户经理的基本素质二、客户经理的基础知识三、客户经理的专业知识第十四章 客户经理的专业技能一、客户经理的基本技能二、调查、分析与展业技能三、投标技能四、分析报告撰写技能五、客户服务方案设计技能六、财务报表分析技能七、现金流量表编制技能第四篇 银行产品管理第十五章 银行产品的功能创新与市场推广一、银行产品创新二、银行产品的战略选择三、银行产品的营销推广第十六章 基础性银行产品品种与运作一、负债类银行产品及运作二、资产类银行产品及运作三、涉外类银行产品及运作四、结算类银行产品及运作五、资金交易类银行产品及运作六、金融服务类银行产品及运作七、金融衍生与离岸银行产品及运作第十七章 创新性银行产品品种与运作一、开办创新性银行产品的基本设想二、公司重组业务三、财务顾问业务四、公司再造业务五、杠杆融资业务六、管理顾问七、并购顾问八、投融资顾问九、企业诊断第十八章 同业类银行产品品种与运作一、商业银行与其他银行的合作二、商业银行与证券公司的合作三、商业银行与基金管理公司的合作四、商业银行与保险公司的合作第五篇 培训效果测评第十九章 水平测试一、测试范围二、客户经理水平测试题三、参考答案及部分答案解说第二十章 实战演练一、专业性案例背景材料二、综合性案例背景材料第二十一章 营销业绩测定一、客户拜访效果分析二、营销业绩考核后记

<<银行客户经理培训教程>>

章节摘录

第一章 图书的选择与阅读一、选择与阅读图书的基本原则选择有价值的图书进行阅读是一个客户经理学习新知识的有效方式，但客户经理的工作压力很大，需要将大部分时间与精力花在跑客户方面，根本没时间没必要像学者那样涉猎群书，更没必要仅仅就一个主题加以深度钻研。

对客户经理来讲，可重点选择以下三类图书进行购买并阅读：（1）能给人启迪、对人的思想能带来强烈冲击、能使人产生新思路的图书，如反映著名企业家工作生活的传记、反映著名企业家经营管理智慧的访谈等。

（2）操作性强、能对实际工作产生有益指导的图书，如监管部门编写的业务检查类图书、各商业银行编写的用于培训方面的图书以及银行实际工作者根据自身经历和体会编写的业务指导类图书。

（3）关注社会现实的“快餐类”图书。

这类图书能拓宽客户经理的视野，了解那些大家共同关心的话题，对客户经理提高与客户进行对话、沟通的水平有很大的帮助。

当然，客户经理到底选择什么样的图书购买、阅读，还与其个人爱好、兴趣、收入水平有关，但无论怎样，有关银行和客户方面的图书是客户经理必须经常阅读的。

阅读关于银行的图书，使客户经理了解自身；阅读关于客户的图书，使客户经理了解服务的对象。

阅读这两方面的图书，均是为了增强自身的服务能力和客户拓展水平。

为了尽可能地节约时间，增强阅读的效果，建议：（1）在购买图书时，要考虑出版社、作者等因素，因为作者和出版社的知名度越高，其写作、出版的图书也往往越有价值；（2）在较为空闲时集中购买一批图书，而不必经常跑书店，因为客户经理毕竟不是研究人员；（3）对一本具体的图书也无须从头至尾仔细阅读，虽不能一目十行，但也要尽可能选择有实际价值的章节进行重点阅读。

<<银行客户经理培训教程>>

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>