

<<银行行销>>

图书基本信息

书名：<<银行行销>>

13位ISBN编号：9787800019647

10位ISBN编号：7800019640

出版时间：1997-11

出版时间：企业管理出版社

作者：张燕玲

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>

<<银行行销>>

书籍目录

目录	
前言	
序	
第一章 行销概论	
第一节 行销的定义、起源与发展	
定义	
行销的起源与发展	
第二节 银行进入行销时代	
银行行销发展的五个阶段	
银行推行行销管理的时代背景	
第三节 银行行销管理及技巧	
分析市场机会	
研究与选择目标市场	
设计行销策略	
规划行销方案	
行销的组织、执行与控制	
第二章 银行行销计划与战略	
第一节 银行行销环境分析	
银行行销环境分析的特点与过程	
银行行销外部环境分析	
银行内部环境分析	
第二节 银行行销的特点与技巧	
服务与产品	
客户选择银行，银行选择客户的条件	
分析客户	
拜访客户	
第三节 制定银行行销战略	
金融市场细分和定位	
银行市场行销战略	
第四节 银行行销计划管理	
银行行销计划概述	
银行行销计划的编制过程	
银行行销计划的执行与控制	
第五节 银行国际行销战略	
国际金融市场营销涵义	
国际金融市场营销环境分析	
银行进入国际市场战略	
第三章 银行行销组合策略	
第一节 产品策略	
银行产品概述	
金融新产品开发战略	
新产品的开发程序	
第二节 定价决策	
银行产品定价的原理、标准和目标	
国外银行产品定价方法	

<<银行行销>>

利率与服务收费定价

第三节 渠道决策

银行行销渠道的概念

银行行销渠道的种类

金融网点的地点选择

银行行销渠道的拓展战略

第四节 银行促销决策

银行促销与促销组合

广告

第五节 银行形象与CI战略

银行形象

银行CIS的构成与功能

银行CI战略

第四章 银行服务管理

第一节 银行业的顾客服务概述

什么是顾客服务

顾客满意模型

顾客满意竞争策略

优质服务策略

第二节 银行的顾客服务行销

设定服务标准

工作表现管理

建立职业化的形象

正确对待顾客

第五章 银行数据库行销

第一节 数据库行销的基本方法

顾客信息资料的作用

数据库行销概述

数据库交叉推销

数据库行销与其他行销手段的综合平衡

数据库行销与日常业务操作

第二节 赢得新的顾客

邮寄直销

电话推广

大众媒介

如何提高答复率

银行行销展望

<<银行行销>>

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>