

<<金融客户经理实务>>

图书基本信息

书名：<<金融客户经理实务>>

13位ISBN编号：9787300164830

10位ISBN编号：7300164838

出版时间：2012-11

出版时间：中国人民大学出版社

作者：石飞 等主编

页数：255

字数：394000

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>

<<金融客户经理实务>>

前言

本教材以如何培养一个适应金融行业发展的客户经理为主线，全面系统地对金融客户经理的操作实务进行了介绍。

全书用十二章的篇幅，对金融客户经理的推销策略、财务报表分析、客户风险管理以及客户经理的管理等内容进行了全面系统的介绍和讲解，理论联系实际，内容清晰易懂，具有较强的实用性和可操作性。

本教材章前提出学习目标，章后附有案例、模拟实训，形式多样，内容丰富。

本教材既适合高等院校财经专业教学使用，同时也可作为金融机构相关从业人员的业务用书。

本教材的主旨在于训练金融客户经理的实务操作水平，增强读者的实战能力。

本教材的特色在于：第一，结构设计合理、体系完整。

本教材关于金融客户经理理论和实践的阐述系统、完整，结构设计既符合金融客户经理的营销活动程序，又包括搜寻金融企业目标客户，拜访金融企业目标客户，金融客户异议的处理，以及与金融客户达成交易等。

第二，内容充实并具有前瞻性。

本教材分别针对商业银行客户经理、证券公司客户经理、保险公司客户经理营销实务进行了分析，适应了混业经营的大趋势，使读者更好地理解金融客户经理的操作实务。

第三，理论联系实际。

本教材充分吸取了金融客户经理最新的研究成果，有效联系金融客户经理的实践，并结合我国的现实情况，力求既有一定理论深度又便于实际操作。

在体例编排上有案例分析和模拟实训，以期让读者在案例分析中能够身临其境地感受所学所知，从而锻炼与完善自身的相关能力。

本教材由黄琳副教授负责编写第一、二、三、四、五、六章，石飞副教授负责编写第七、八、九、十、十一、十二章。

谢治春、彭晓华提供了大量案例。

广东金融学院工商管理系主任刘志梅教授对本书的编写给予了大力支持。

<<金融客户经理实务>>

内容概要

《金融客户经理实务》以如何培养一个适应金融行业发展的客户经理为主线，全面系统地对金融客户经理的操作实务进行了介绍。

全书用十二章的篇幅，对金融客户经理的推销策略、财务报表分析、客户风险管理以及客户经理的管理等内容进行了全面系统的介绍和讲解，理论联系实际，内容清晰易懂，具有较强的实用性和可操作性。

本教材章前提出学习目标，章后附有案例、模拟实训，形式多样，内容丰富。

该书既适合高等院校财经专业教学使用，同时也可作为金融机构相关从业人员的业务用书。

<<金融客户经理实务>>

书籍目录

- 第一章 金融客户经理概述
 - 第一节 客户经理与客户经理制
 - 第二节 客户经理的工作职能及理念
 - 第三节 客户经理的素质要求
 - 第四节 客户经理的工作制度
 - 第五节 客户经理的考核
- 第二章 搜寻金融企业目标客户
 - 第一节 金融客户分类概述
 - 第二节 金融目标客户的含义与搜寻方法
 - 第三节 对目标客户进行价值判断
- 第三章 围绕金融企业目标客户进行调研
 - 第一节 金融企业市场调研概述
 - 第二节 金融企业市场调研流程
 - 第三节 金融企业市场调研方法
- 第四章 拜访金融企业目标客户
 - 第一节 拜访金融企业目标客户的准备工作
 - 第二节 接触金融企业目标客户
 - 第三节 实地拜访客户
 - 第四节 与金融企业目标客户商谈
- 第五章 金融客户沟通与金融产品推广
 - 第一节 与客户沟通的技巧
 - 第二节 掌握商谈技巧
 - 第三节 商谈语言的技巧
 - 第四节 与客户谈判的技巧
- 第六章 金融客户异议的处理
 - 第一节 金融客户异议概述
 - 第二节 处理客户异议的基本步骤及策略
 - 第三节 客户异议处理办法
- 第七章 与金融客户达成交易
 - 第一节 成交的信号和条件
 - 第二节 金融客户成交的常用方法
- 第八章 金融客户经理的商务礼仪
 - 第一节 基本服务礼仪
 - 第二节 银行客户经理接待顾客的技巧
 - 第三节 证券客户经理接待客户技巧
- 第九章 金融客户风险管理
 - 第一节 金融客户风险概述
 - 第二节 金融客户风险预警与监控
 - 第三节 财务报表分析技能
 - 第四节 非财务因素分析技巧
- 第十章 金融客户关系维护
 - 第一节 金融客户关系维护概述
 - 第二节 金融客户经理与客户关系维护
 - 第三节 构建客户关系管理信息系统
 - 第四节 商业银行客户经理维护客户关系的技能

<<金融客户经理实务>>

第十一章 商业银行客户经理信贷业务实务

第一节 贷前调查阶段

第二节 信贷调查报告的撰写

第三节 信贷审查阶段

第四节 贷后管理

第十二章 证券公司客户经理营销实务

第一节 证券经纪人概述

第二节 证券营业部对经纪人的管理

第三节 客户开发、管理与服务

第四节 证券投资分析

第五节 证券经纪人面临的风险及其防范

第六节 证券经纪人客户服务内容

参考文献

章节摘录

第一，按经济收入进行的分类。

经济收入分为总收入、可支配收入和可任意支配收入三种，其中最后一种与银行关系最为密切。

按收入的多少，一般可将个人客户划分为三个层次。

一是高收入阶层。

包括演艺界、体育界明星；政府机构及公司等高层官员；特殊职业或技能者，如证券分析师、律师、注册会计师、资产评估师等；部分政府及公司的高级雇员等。

二是中等收入阶层。

主要指工薪阶层，比如政府、公司、事业单位或组织的一般雇员；无特殊专长或技能的职业从业者；以体力和一般智力谋生者等。

三是低收入阶层。

在我国，主要是城镇下岗、待业人员，农村中的进城打工人员及在家务农的农民等。

根据我国国家统计局2002年9月发布的《首次中国城市居民家庭财产调查总报告》所披露的信息资料看，10%的高收入户占全部城市户财产总量的45%，10%的低收入户仅占城市户财产总量的1.4%，两者的差距为32倍，这也基本上反映出我国城市居民家庭间的收入差距。

第二，按年龄结构进行的分类。

年龄结构反映个人所处生命周期的不同阶段，以及由此所决定的个人在人生不同阶段的价值取向、行为特征、收入与财富状况、支出偏好等多方面的差异，这是商业银行对个人客户分类的一种重要依据。

一是青少年型，包括少年儿童、在校大中专院校学生以及工作不久的年轻人；二是中年型，其年龄大多在35~55岁之间，他们年富力强，事业有成；三是老年型，主要包括离退休后领取养老金安度晚年的个人客户。

第三，按心理动机进行分类。

心理动机是指决定并推动人们行为活动的心理性因素。

不同客户间，只要有类似的心理动机，一般就会有类似的行为；而同一客户，出于不同的心理动机，则会有不同的行为。

所以，分清心理动机的异同，是有效增强对个人客户营销的重要条件。

一是求利型，即与银行交往的目的主要是经济收益，为此他们常常注重走访或了解各家银行网点，通过分析对比作出最佳选择。

二是求便型，即注重银行业务效率，希望得到就近、简便、快捷的高效服务。

三是求稳型，即主要看上银行的保安措施严格，经办手续严密，相对而言，使客户无论是进行资金的借贷，还是汇兑或兑换等，都感觉到稳妥安全。

四是求密型，即有强烈而严格的保密要求。

比如，有的人存钱时怕亲友知道后找其借用，还有的人借款时怕同事知道后感觉没面子，等等。

.....

<<金融客户经理实务>>

编辑推荐

石飞和黄琳主编的《金融客户经理实务(管理应用型经管类高等院校专业能力拓展系列教材)》以如何培养一个适应金融行业发展的客户经理为主线，全面系统地对金融客户经理的操作实务进行了介绍。

<<金融客户经理实务>>

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>