

<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

图书基本信息

书名：<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

13位ISBN编号：9787302295662

10位ISBN编号：7302295662

出版时间：2012-10

出版时间：清华大学出版社

作者：岳国锋，王阿林 编著

页数：177

字数：214000

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>

<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

内容概要

银行卡改变了人们的消费模式。

对生活产生越来越广泛、深刻的影响。

随着地位的上升。

银行卡已经成为银行争夺市场的重要手段，各家商业银行展开了白热化的银行卡大战。

究竟什么样的方式才能更好地营销银行卡？

我们选定“银行卡”这一主题，旨在通过帮助商业银行了解银行卡营销的模式和技巧。

为大力发展银行卡业务提供参考。

岳国锋、王阿林编著的《银行卡业务营销技巧与案例分析》通过大量案例展示了国内外先进的银行卡经营理念、营销策略及营销创新举措，有助于读者加深理解，启发营销策略的创新思路。

<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

作者简介

岳国锋，金融学硕士，从事金融工作17年，对银行业各项业务的理论知识和实际操作有着深刻的认识，多年来，致力于金融理论研究，在国家级、省级金融刊物和综合刊物发表了多篇金融研究理论文章。

王阿林，银行培训师，咨询师。

从事银行工作近20年，曾就职于招商银行总行人力资源部、办公室、培训中心（现改为招银大学），并担任重要职务。

曾任南开大学深圳金融工程学院专业培训师。

担任“犹太金融家”、“银行产品营销技巧与案例分析”丛书编委，《商业银行营业网点精细化管理手册》策划人。

曾为多家商业银行、信用社、合作银行提供精细化管理、标杆网点打造、企业文化建设、人力资源等方面的培训和咨询。

<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

书籍目录

第一章 银行卡的前世今生

- 第一节 银行卡的起源
- 第二节 银行卡概述
- 第三节 各领风骚——国际银行卡的发展
- 第四节 日渐成熟——国内银行卡市场的现状

第二章 银行卡市场细分技巧

- 第一节 银行卡市场的细分技巧
- 第二节 市场细分工具使用技巧
- 第三节 银行卡目标市场定位技巧
- 第四节 案例精选

第三章 银行卡市场推广和促销技巧

- 第一节 银行卡促销与策略组合
- 第二节 分销渠道管理和销售技巧
- 第三节 营业推广技巧
- 第四节 人员推销技巧
- 第五节 公关策划技巧
- 第六节 案例精选

第四章 银行卡客户关系管理技巧

- 第一节 银行卡客户关系
- 第二节 银行卡客户关系的管理方式
- 第三节 银行卡客户关系的管理技巧
- 第四节 案例精选

第五章 银行卡形象传播策略

- 第一节 银行卡的CIS导入
- 第二节 广告传播技巧
- 第三节 银行卡品牌造势技巧
- 第四节 案例精选

第六章 银行卡新产品的研发

- 第一节 银行卡产品生命周期
- 第二节 银行卡新产品开发
- 第三节 产品包装
- 第四节 品牌构建
- 第五节 案例精选

第七章 银行卡售后服务技巧

- 第一节 外部营造
- 第二节 内部管理
- 第三节 案例精选

第八章 银行卡风险管理技巧

- 第一节 银行卡的风险点
- 第二节 银行卡风险防范与控制技巧
- 第三节 银行卡风险转移技巧
- 第四节 案例精选

第九章 银行卡激励机制和市场营销组织

- 第一节 银行卡的成本收益
- 第二节 银行卡的激励机制

<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

第三节 银行卡的市场营销组织

第四节 机构联合

第五节 产品组合

第六节 入机联合

第七节 案例精选

第十章 银行卡发展前景

第一节 潜力巨大

第二节 案例精选

<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

章节摘录

学会用专业的语言招呼客户，学会用良好的态度对待客户，学会用询问和回答的技巧保留客户，你会使第一次的客户成为永久的客户。

(2) 提供客户最想要的服务。

当有一位客户急匆匆走进银行的大门，客户经理笑脸相迎，更有服务人员递上茶水。

当这位客户走到柜台前，他希望马上办一张灵通卡，而且时间很紧，因为他马上要去外地催收一笔欠款，好从外地银行打进这张卡。

可是我们的服务人员却面带笑容，轻声细语、慢条斯理地为客户办理业务，让他足足等了20分钟。

此时，无论你有多么动人的微笑、多么周到的照顾，他都不需要，他只是要“快”。

让客户满意，不在于你提供多么全面、深入的服务，而在于提供客户想要的服务。

对于银行卡客户，当然你还可通过以下的途径来尽可能满足他们的需求：
在柜台上放一些申请表格和资料清单，方便客户领取申请表及提出办卡申请；
对主要客户提供主动服务，比如上门办理申请手续等；
奉送信用卡宣传册和消费指南；
对一些会员和老客户推广信用卡优惠方案；
建立信用卡会员俱乐部，提供增值的服务等等。

2.通过声讯电话建立联系
银行卡中心通常都会设立公开电话，方便客户咨询、投诉、挂失等等。

不要觉得接电话是一件简单的事。

请听听客户提出同一个问题得到的回答：“申请信用卡要多长时间？”

” 第一种：“一般两天。

” 第二种：“谢谢您打电话过来。

您要带齐资料，如有效身份证件复印件和.....到我们的受理点办理即可，两天之内可以办好。

如果您不方便，我们可以上门收取您的申请资料，并协助您办好，再送回给您，不需要另外收费。

” 第二种答案显然让客户了解了更多的信息。

也会对这种服务留下好印象。

把来电者变成忠实客户的方法有： (1) 预计一下客户没有说出口的需要，并提供可能令客户欣赏的额外资讯和服务。

这种全面的服务态度，可能会令客户乐意日后找你。

即便你从没有和客户会面，你也可以通过电话令自己成为客户觉得可以信赖的人。

你可以让客户觉得银行热诚的服务没有因为是通过电话而减弱。

(2) 在适当的时候，提出其他你可以协助来电客户的事情，例如他可能没有注意到的服务，让来电的客户知道与他所需服务有关的销售活动和推广。

比如客户想申请办理信用卡，“正巧我们在国庆期间办卡免费，您现在办信用卡比较合适。

”如果客户确定要办理，与客户约定办理业务的时间，并提醒办理人员注意。

(3) 别让服务中断。

如果你的客户不太了解银行卡的产品，只是知道一个大概，可以建议约定一个时间，请他来银行，详细帮他选择适合他的产品。

他可能给你一点提示：比如“我孩子去另外一个城市读书，我想办张我也能用，他也能用的卡。

”那你就需要准备花点时间协助他作出决定。

如果他不能来行里，你需要灵活行事，可以问客户是否愿意让你在找到产品的资料后复电给他，或请他留下联系方式，你可以把产品资料邮寄或传真给他。

重要的是：找出途径，让你可以进一步为客户服务，建立长久的关系，千万别让服务中断。

3.“网”住你的优质客户
我们不再需要到购票处排长长的队来订机票，也不再需要为了买一个摄像机而跑遍所有的商场去比较价格，只要上网，一切就能轻松搞定。

网络时代的到来改变了人们的生活方式，克服了传统市场营销在时间和空间上的限制，为客户提供了更多方便、快捷的服务。

互联网的产生被看做是商业营销组合的完美模式，它使银行营销进入一个数字化的新时代。

<<银行卡业务营销技巧与案例分析>>

银行卡的网络营销，改变了业务的拓展方式，在商业化进程中显示出新的活力，为银行卡的营销打开了一个新的思路。

(1) 多媒体营销。

网络的传播有文字、图片和音像，可以更加逼真地反映要介绍的对象。

借助大量的多媒体辅助手段进行银行卡产品的营销活动，是任何其他传媒所望尘莫及的，也是任何能言善辩的专业营销人员无可比拟的。

.....

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>