

<<银行信用卡营销>>

图书基本信息

书名：<<银行信用卡营销>>

13位ISBN编号：9787514101140

10位ISBN编号：7514101144

出版时间：2011-1

出版时间：经济科学

作者：舒新国 编

页数：108

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>

<<银行信用卡营销>>

内容概要

目前，中国内地银行的信用卡业务都是亏损的，何时才能扭亏为盈?对此乐观的估计是3—4年，而悲观的则为7~8年。

内地银行在信用卡营销策略上高度同质化，先是“发卡大战”，后来又是“刷卡大战”，为了吸引消费者持卡，促使他们用卡消费，银行推出了免年费、赠送礼品、返现金及消费积分等营销手段，但这些都从根本扭转银行的困局。

这种局面的形成，一方面固然与国内经济发展水平居民的消费习惯等有关，另一方面恐怕也在于银行的营销方式太过单一。

作为“美国银行营销技巧”系列中的一本，《信用卡营销》给我们带来了全新的营销理念和做法，其中很多都值得国内银行界学习和借鉴。

尽管全书以美国为背景展开叙述，由于政策层面的原因，其中一些案例，比如在美国，零售商、汽车制造商、航空公司、石油公司等都可以发行自己的信用卡；这些对中国来讲，暂时还不可行，但随着中国市场的逐步成熟，也很难说这不是中国的一个发展方向。

因此这些案例的可资借鉴之处，在某些方面还具有前瞻性的意义，特别是书中所讲述的那些公司的很多独创性营销策略，值得我们揣摩并加以实践。

特别值得注意的是，书中所讲到的营销手段，很强调一点即“目标营销”，而那种“广撒网，多种地”式的大众营销法往往投入高、收效低。

目标营销对客户数据库的要求比较高，根据对客户群的划分，针对不同类型的客户采用不同的营销手段：哪些客户即使不特别做促销，也拥有很高的忠诚度，并能带来不错的回报?哪些客户即使你给他再高的促销折扣、再多的礼物，也仍然纹丝不动、无动于衷，因此应将其从促销名单中删除?还有哪些客户，正好需要你给他那么一点点促销激励，才会作出响应?不同的客户，其所需的促销激励也不同，关键要针对适当的人群，提供适当的产品/奖励，达到成功激活这些“休眠”信用卡用户的目的。

<<银行信用卡营销>>

书籍目录

第1章 引言 信用卡发展史 信用卡方案的优越性 信用卡的未来发展趋势第2章 消费者的预筛选和预审核 预筛选方案进度表 选择目标市场 关于成本和效果方面的指南 小结第3章 “带走填写”的申请表 设计申请表 营销信用卡申请表 小结第4章 即时信贷 即时信贷方案的建立 即时信贷方案的实施第5章 店堂内告示 大横幅 顶标和托架板 价格标签 周期性主题第6章 女接待员方案 银行女接待员方案 零售商店女接待员方案 使用专业人员的女接待员方案 使用店内职员的女接待员方案第7章 奖品 赢得信用卡用户 激活和再激活方案 自偿式奖品 奖品选择标准第8章 新居民方案 目标定位需要考虑的事项 对新居民进行预筛选 营销方案 成本第9章 激活和保留方案 如何激活信用卡账户 在销售旺季激活新信用卡账户 实现收益率的最大化第10章 频繁购物者方案 案例研究 分析消费者需求 管理成本 营销和广告成本 奖品成本 仔细地计划 小结第11章 重新发行信用卡第12章信用卡增强方案第13章 金卡、贵宾卡和白金卡第14章 员工培训第15章 职员竞赛第16章 数据库营销法第17章 直接邮寄法第18章 电话营销法第19章 广告第20章 免息、延期付款和非等额支付促销手段第21章 信用卡营销计划附录 营销计划样本参考文献

<<银行信用卡营销>>

章节摘录

设计申请表“带走填写”的申请表的設計非常重要，注意不要让发挥营销作用的前封面显得太杂乱，以至于消费者不能轻易地明白相关內容的主旨。

典型的格式应包括信用卡图片，一些用小圆点标示出的、获得信用卡给消费者带来的益处，以及一些号召消费者作出行动的话语，例如，今天就申请、（在商店）开立账户，或成为有优先权的客户。

从所要求的信息版式，而并非从营销宣传角度来看，申请表的内部设计也同样关键。

设计的申请表，填写起来应该很轻松，并且要留有足够的空间让申请者填写必要的信息。

你填过这样的申请表吗？

用来填写名字或地址的空间如此之小，以至于你不得不在申请表的边页或其他部分填写。

对重要部分（一些比较关键的数据或即时信贷程序所需的资料）加上阴影有一定的帮助。

无论在任何情况下，只向消费者询问你所需要的、可用来做出信用决定或者有助于收集未来补充材料的信息。

例如，如果你的信息收集部门从不使用或者你的系统不能获取该信息时，为什么还要去询问消费者家属的名字和地址呢？

申请表设计的原则是尽量简洁、容易。

<<银行信用卡营销>>

编辑推荐

《信用卡营销》：美国银行营销技巧

<<银行信用卡营销>>

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>