

<<营销赐福>>

图书基本信息

书名：<<营销赐福>>

13位ISBN编号：9787504954350

10位ISBN编号：7504954357

出版时间：2010-5

出版时间：中国金融出版社

作者：孙祺然 编

页数：209

字数：216000

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>

## <<营销赐福>>

### 前言

欣闻信用卡案例指导读本《营销赐福》出版面世，我十分高兴，首先表示祝贺。这是国内首本以讲述信用卡案例营销为指导内容的成长之道的书籍，相信它的出版必将会对银行营销中如何沟通交流起到有益作用。

祝愿从事银行营销的同仁凭借学习的力量如虎添翼，虎跃雄风！

信用卡是近年来各家银行关注的新兴业务，竞争异常激烈。

每当翻阅银行经营报表，我总会习惯地审视信用卡业务的走势，一组组数据携带着变化，由少到多、由小到大、由弱到强，更惊奇的是其在中间业务中的占比近60%，位居第一，有目共睹。

在这坚实数据背后却凝聚着“简单事情重复做”的不平凡精神，这种精神就是“千方百计”和“千锤百炼”。

可谓“二千”精神闯市场，勤者自强，强者自胜。

“千方百计”就是总结学习的精神。

信用卡是银行业新兴业务，初上市场拒绝率很高，但尚无借鉴。

广东发展银行北京信用卡团队不等不靠，积极总结，善于钻研，探索形式多样的学习方法，每天、每周、每月从不间断。

<<营销赐福>>

内容概要

“千方百计”就是总结学习的精神。

信用卡是银行业新兴业务，初上市场拒绝率很高，但尚无借鉴。

广东发展银行北京信用卡团队不等不靠，积极总结，善于钻研，探索形式多样的学习方法，每天、每周、每月从不间断。

<<营销赐福>>

书籍目录

第一部分 目标营销以终为始 冲锋一天 宣言如山 颤抖之勇 三次掌声 成功倒算 再写雄心 瞄准目标 玫瑰传情 明天还来 那就是我 种子法则 方向之道 取回名片 展会故事 特别声明 勇敢上当 语定伦次  
第二部分 资讯营销知己知彼 创建Q群 耳听八方 怀旧珍藏 听话听音 成败之间 “堡垒”男孩 “扫街”拾趣 失望之后 搜索猎物 天使书信 小小铅笔 笑傲江湖 准备行动 五次拜访 “扫楼”攻略第三部分 形象营销赢得信任 感恩挫折 拒绝诱惑 吃亏为善 急中生智 见贤思齐 路伴歌声 耐心前行 期待美丽 “三顾”营销 甜笑关门 购买笑容 欣赏自己 一扫而光 岿然不动 奇迹出现 以险为鉴 应邀传道 与雪共舞 追问营销第四部分 需求营销满足客户 成功有约 独胆出击 化险为夷 炫亮八天 跑出优秀 三个男人 踏雨前行 天使宣言 有备而来 悬丝诊脉 学会询问 勇者不隕 心强志坚 追逐美女 业精于勤第五部分 营销排解疑异 “扫表”秘籍 三秒制胜 “改心”悟道 成长四天 不找借口 泰然镇定 剑走偏锋 励志名言 破“墙”之道 时间为王 突破设限 下一秒钟 一步之遥 以变应变 有问必答 再见百入第六部分 服务营销永恒真情 顾问写信 吵架真情 诚信无份 斗志昂扬 发现幸福 “快克”真情 宽容是福 情到深处 收获短信 特事特办 笑遍世界 有胆敲门 忠实客户 重新办卡 走在雨中 纪念失败 透露天机 贺岁行动 后记 营销赐福

## &lt;&lt;营销赐福&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：如果“抗打击”能力强可以选择“扫楼”，这样虽然很容易出表，但要注意千万不要错过黄金时间——午饭时间。

你可以选择避开这个时间吃饭，因为这个时间段写字楼的管理会稍微松懈一些，很容易就可以进入你想去的单位。

相比之下，做展示活动就不会有这样的担忧了，而且大多选择的都是单位人流量最多的餐厅、大堂等地方，你无须考虑会被拒绝或客户群不符的问题，你要做的就是吸引客户的眼球，让他们愿意填表。

转介绍则是营销可以长期发展的制胜法宝。

有效地利用现有的客户资源挖掘新的客户可以使你的营销越来越得心应手，越来越轻松。

不仅要让客户介绍本单位的同事，还要让他们介绍他们的朋友、亲人、合作伙伴等。

如果客户是那种乐于助人的，可以直接要求他帮忙介绍，反之，也可以问一下：“您爱人在哪上班啊？”

”如果他告诉你了，就要牢记在心，最好记在本子上。

办卡时要眼观六路耳听八方，观察并记住一切有用的信息，丰富自己的资料库，类似下属单位、合作单位、朋友单位、配偶单位等这些敏感话题一定要竖起耳朵听。

接下来，你就不会发愁没有地方去营销，而是发愁今天该去哪里营销的问题了。

要及时地把有用的信息记录下来，去过的地方、没去过的地方都要弄清楚，第二天就不会再做无用功。

此外，对待客户一定要真诚，很多时候客户是感受到了你的诚实稳重才愿意填表的，你可以天真可爱，也可以风趣幽默，但诚实稳重的品质不能丢，客户是不会信任油嘴滑舌、轻佻浮夸之人的。

用你的人格魅力去感动人、影响人，这才是真正的聪明人的选择。

最忌讳的就是耍小聪明，给客户虚假承诺，欺瞒诱使客户办卡。

不能为了办卡而丢失了美好的人格啊！

## 后记

据中国人民银行的数据显示，截至2009年末，全国累计发行信用卡1.8亿张。

从业界公认的“信用卡元年”开始，这6年是信用卡竞争快速增长的时期，在中国信用卡发展史上具有里程碑的意义。

在此，出版《营销赐福》一书以真实还原数字背后记录信用卡成功之道。

启迪智慧、驭志未来！

以此书感谢曾战斗在金融营销一线和仍在一线战斗的同仁志士。

业内常常把信用卡营销称为“跑卡”。“跑卡”是目标与行动的有机凝聚，是智慧与体力的完美结合。正因如此，无数人竞相探求营销之艺，北京信用卡团队的业绩在业界有目共睹，团队所编写的内部版营销之道在系统内广为传播，并时常见诸于报刊和网络浏览，屡次接待花旗银行、法国兴业银行及国内知名银行访问和交流。

为了更好地提升金融从业人员的营销技能，促进金融服务的繁荣。

<<营销赐福>>

编辑推荐

《营销赐福》：100个案例真实讲述信用卡营销成功之道零售金融营销的MBA银行客户经理营销必读  
最具震撼的营销理念最具实效的营销案例最具突破的营销方法

#### 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>