

<<零售银行媒体攻略>>

图书基本信息

书名：<<零售银行媒体攻略>>

13位ISBN编号：9787505862920

10位ISBN编号：7505862928

出版时间：2007-5

出版时间：经济科学

作者：德里克·金尼

页数：217

字数：230000

译者：刘锋

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>

## <<零售银行媒体攻略>>

### 内容概要

不论你是理财顾问、股票经纪人、保险从业人士或者会计师，如果你需要给你的客户提供建议，那么本书对你来说非常及时。

本书概括了一些与媒体合作的关键步骤，为你创造强大的媒体亮相机会，并以此吸引你的目标客户。同时，本书也提供了一些很有价值的技巧，以使你成为本地家喻户晓的人物并且轻松、快速地和本地及全国性的媒体建立和谐的关系。

书中讲述的经实践证明很有效的策略可以帮助你走向下一个成功。

## <<零售银行媒体攻略>>

### 作者简介

德里克·金尼，达拉斯/沃斯堡理财策划师，被称作达拉斯/沃斯堡地区“知名度最高”的理财顾问，作者所服务的公司有10000多名理财顾问，但属作者在媒体露面的次数最多。美国《投资顾问》等著名刊物多次发表过关于作者的专题文章，彭博电视频道（Bloomberg television）节目、哥

## &lt;&lt;零售银行媒体攻略&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 挖掘自身优势 1.1 你准备好了吗 1.2 本地媒体关系无异于销售广告 1.3 让自己成为新闻人物  
1.4 媒体的“乘数效应” 1.5 确定自己的优势 1.6 明确自己的交流风格 1.7 完善你的交流风格  
1.8 制定计划，赢得成功 1.9 最大化利用媒体 1.10 充分认识媒体的作用 1.11 认真做好每一次访谈  
1.12 把媒体看作一种商业形态 1.13 利用好你的生物钟 1.14 把媒体目标写入你的工作日程 1.15 为  
每个工作任务限定时间 1.16 设定目标，激励自己 1.17 挑战第2章 成功入主媒体 2.1 双赢的媒体关  
系 2.2 研究媒体 2.3 确定适合你的当地媒体 2.4 站在记者的角度考虑问题 2.5 媒体评级时期 2.6  
讲述新闻故事 2.7 有效地与媒体沟通 2.8 预演成功的访谈过程 2.9 与媒体沟通的有效途径 2.10 跟  
踪媒体联络人 2.11 新闻稿 2.12 主动与被动的媒体关系 2.13 在当天的新闻上做文章 2.14 让媒体对  
你进行专题报道 2.15 提议媒体宣传财富增值计划 2.16 被动的媒体营销策略 2.17 熟知媒体工作规  
则 2.18 简简单单做营销 2.19 媒体营销快速启动计划 2.20 万事俱备，入主媒体 2.21 挑战第3章 媒  
体营销技巧 3.1 机会降临 3.2 为媒体提供指导 3.3 赢得媒体的信任 3.4 持续得到媒体邀请 3.5 认  
真准备电台（电视台）节目讲话稿 3.6 利用报纸的影响力 3.7 充分利用杂志 3.8 利用网络空间  
3.9 保证信息的正确性 3.10 体现个人特点，做独特“广播秀” 3.11 挑战第4章 精心准备，成为专  
家 4.1 电视采访 4.2 电台采访 4.3 出版社采访 4.4 精心准备，一鸣惊人 4.5 如何与媒体对话  
4.6 沉着应对，反应敏捷 4.7 成为媒体的信息来源之 4.8 学会谨慎交流 4.9 保持媒体亮相的持续  
性 4.10 新闻编辑室的工作礼仪 4.11 穿着得体，形似专家 4.12 多与客户交流，巩固客户关系 4.13  
利用非常时期，争取更多客户 4.14 提升理财业绩，媒体助你一臂之力 4.15 提供优质服务，出奇制  
胜 4.16 成为专家 4.17 挑战第5章 创造品牌 5.1 形象 5.2 质量 5.3 一致性 5.4 易获得性 5.5 采取  
行动，创造品牌 5.6 挑战第6章 提升业绩 6.1 超出他们的预期 6.2 阶段1：开始联系 6.3 阶段2：初  
次约见客户 6.4 阶段3：持续不断的客户服务 6.5 发挥媒体作用，利于客户与你联系 6.6 充分利用  
你的名人地位 6.7 可拓营销 6.8 公开演讲 6.9 不断吸引新的媒体受众 6.10 利用媒体形象，创建职  
业联盟 6.11 做客户与其他专业人士联系的纽带 6.12 保持一致 6.13 结论索引

<<零售银行媒体攻略>>

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>