

<<公司银行业务>>

图书基本信息

书名：<<公司银行业务>>

13位ISBN编号：9787505893320

10位ISBN编号：7505893327

出版时间：2010-7

出版时间：经济科学出版社

作者：郑孝和 编

页数：234

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>

<<公司银行业务>>

内容概要

客户关系管理在银行业中是一个老生常谈的问题，许多银行都设立了自己的客户关系经理。关键在于，目前无论是对客户关系管理策略的探讨，还是在银行中建立专门的客户关系管理职能，所触及的大多只是问题的表面。

而对真正的核心，比如客户关系管理的实质，有效的客户关系管理模型，客户关系管理战略的持续改进，客户关系管理团队的建设等问题，却考虑得不够。

本书专门针对银行的客户关系管理问题，鞭辟入里地分析了客户关系管理的方方面面。

客户关系管理包含两个密不可分的要素，一个是对客户的管理，这是客户关系管理的核心，也是本书的重点，另一个就是对客户关系管理团队的管理，这两方面的管理是一个整体，缺一不可。

在讲解对客户的管理时，本书立足于以客户为中心这一理念，从客户关系管理的实质讲起，到各种管理模型，最后讲到了如何吸引理想的潜在客户以及如何维持与客户间的长久合作关系。

这一部分包含很多富有启发意义的探讨，比如知识管理、客户关系管理最佳实务、银行组织结构的价值链分析、客户价值链分析、流程观和系统观、客户细分(矩阵)、大客户计划、全球客户管理等。

该部分既从宏观层面讲到了客户关系管理的整体布局，又提供了微观上的具体操作指导。

在讲解对客户关系管理团队的管理时，本书讲到了团队工作的重要性，团队中的人际关系，管理者的教练角色和激励作用，以及人员的招聘、培训和绩效管理。

作为客户关系管理职能的执行者，客户关系管理团队在银行和客户间起着纽带的作用，他们向外传递银行的形象，对这一团队的管理是银行的一个重要增值点。

<<公司银行业务>>

书籍目录

第1章 客户关系管理的重要性第2章 客户关系管理系统第3章 业务、营销和组合计划第4章 最佳经营实务第5章 银行提供服务的能力第6章 如何看待银行第7章 制定客户组合计划第8章 大客户计划第9章 客户推荐网第10章 行业和客户描述第11章 客户行为和决策单元第12章 关系建立和沟通策略第13章 树立专业化的形象第14章 陈述的技巧第15章 以客户为中心的解决方案第16章 团队工作第17章 管理、激励团队第18章 招聘、培训和绩效管理第19章 展望附录 客户关系管理样表参考文献

<<公司银行业务>>

章节摘录

这种方法的优点是：界线分明、存在各种职能中心并且能够清楚地知道上下级关系。但是它也有一些缺点：它鼓励了筒仓式的思维方式（封闭性的），使得人们更加关注地位和权力，更为关注自己的内心而不是开放的外部世界。

这种方法的风险在于，在银行的组织结构中客户消失了，银行的工作不再以客户为导向或以客户为中心。

另外一个风险是，这种方法会导致“命令和控制”的行为，这时权力就变得非常重要，就会产生一种恐惧/责备的企业文化，这样个人的创造性就被扼杀了。

这种方法也是不全面的，没有显示银行同它的客户、供应商及其他合作者之间的相互作用关系。

从客户的角度来说，他们希望客户经理能够利用银行所有的资源来为自己服务。

这就意味着在银行的不同职能领域进行选择 and 组合，形成一支交叉职能团队来满足客户的需求。

这种交叉职能工作越来越成为组织生活中的一个普遍特征，比如将来自技术部门、操作部门和直接服务部门的人员结合在一起就能改进客户服务的方式。

另外，产品经理也使用类似的方式和客户经理一起工作。

客户关系管理所讲的就是如何把银行的资源和客户的需求结合起来。

通常人们将客户关系管理当作在整个银行范围内实施的战略。

这意味着什么呢？

这意味着战略的实施一定要涉及银行的各个部门，不能仅仅把它当作是最新的管理或营销时尚。

客户关系管理是银行内各种经营战略必不可少的组成部分，同时它也需要银行内各个职能部门对它的回应。

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>