

<<客户忠诚之路>>

图书基本信息

书名：<<客户忠诚之路>>

13位ISBN编号：9787508615608

10位ISBN编号：7508615603

出版时间：2009-7

出版时间：中信出版社

作者：陈小宪 编

页数：278

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>

前言

中国经济的飞速发展以及加入WTO之后银行业逐步对外开放，推动着国内各家银行对其业务结构不断调整和改革，纷纷转向一些新兴的业务领域。

由于信用卡业务未来可能孕育丰厚的利润，因此各家银行都不约而同地将目光投向该项业务，并投入巨资大力发展，使其在国内市场呈现出几何级数增长的态势。

在信用卡业务起步之初，市场占有率成为各家银行竞争的主要目标，虽然大量的人力、物力投入总会有一定的收获，但是这种粗放式经营必然不能满足长期健康发展的需要，必须及时建立起一套更加科学、有效的经营管理模式。

鉴于此，中信银行信用卡中心与具有丰

<<客户忠诚之路>>

内容概要

中信银行信用卡中心与具有丰富信用卡市场研究经验的香港中文大学合作，开展“客户关系管理”项目，通过借鉴香港同业的成熟经验、先进管理理念和方法，在中信银行信用卡中心内部建立起一整套先进的客户关系管理体系。

本书从该项目的实战经验出发，将理论与实践融会贯通，通过数据工程、市场工程以及数据库营销三部分主体内容的介绍，详细阐述了如何实现从数据到信息、从信息到商机、从商机到实践的演变和跨越，建立起贯穿客户整个生命周期的管理体系，并实现“一对一”的精准营销模式，最终铺就出一条客户忠诚之路。

该书对于银行业各级管理者和员工而言，既是一本非常实用的工具书，也是一本非常有借鉴意义的参考书，同时，对于相关经验在其他零售行业中的广泛借鉴和应用，该书也给出了详细的阐述和指导。

作者简介

陈小宪，现任中信银行行长、执行董事，中信集团常务董事与副总经理。

曾任中国人民银行北京分行副行长兼国家外汇管理局北京分局副局长，招商银行北京分行行长，招商银行总行副行长、常务副行长兼董事。

高级经济师职称，拥有26年银行业从业经历，毕业于中国人民大学，获财政金融专业学士学位。此后，于西南财经大学获金融专业硕士学位，于东北财经大学获金融学博士学位。兼任东北财经大学博士生导师和教授，及中国人民大学教授。

2005～2008年，他连续四年被《银行家》杂志评选为“中国十大金融人物”。
2006～2007年，连续两年被中国国际金融论坛评选为“中国十佳新锐金融人物”。

<<客户忠诚之路>>

书籍目录

前言第一部分 本书简介 第一章 信用卡行业的顾客忠诚之路第二部分 数据工程 第二章 数据工程简介 第三章 数据收集 第四章 数据仓库 第五章 数据精炼 第六章 数据融和 第七章 MIS报告第三部分 市场工程 第八章 市场工程简介 第九章 市场细分、策略及“一对一”营销计划 第十章 建立客户评分系统 第十一章 目标客户获取 第十二章 申请人的信用审批 第十三章 新客户的激活与管理 第十四章 老客户动态监测与管理 第十五章 客户挽留第四部分 数据库营销 第十六章 数据库营销简介 第十七章 客户活动反应跟踪 第十八章 市场活动效果评估 第十九章 商户关系管理第五部分 结束语 第二十章 前景展望附录：顾客关系管理广泛的借鉴与应用关于作者参考文献

章节摘录

第一部分 本书简介 第一章 信用卡行业的客户忠诚之路 加入WTI对中国银行业的影响

中国银行业在其发展历史上经历或正在经历着三次重大的转型：第一次转型是作为近代金融主体的银行逐步取代清末的钱庄，这一个漫长的转型期，经历了长达半个多世纪的钱庄与银行并存的时期，真正的华资银行直到1897年才出现。

第二次转型是20世纪20~30年代，银行逐步从商业或政府的附庸向独立的金融机构转变，但这次转型的过程很快就被中国社会的动荡所打破，是一次不彻底的转型。

后来在计划经济时期银行的职能也没能回归，直到改革

<<客户忠诚之路>>

编辑推荐

没有客户的商业银行是不存在的，没有客户关系管理的商业银行只能停留在“刀耕火种的原始生产”阶段。

金融行业众多专家，学者集体编纂；来自商业银行业务一线的经验总结。

如何清楚地意识到客户关系管理的重要性，并充分地认识到企业数据的重要价值和作用，更加全面、深入地了解客户，建立起精细化的客户经营体系，将是在未来激烈市场竞争中获胜的有力法宝。

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>