

<<金融产品营销>>

图书基本信息

书名：<<金融产品营销>>

13位ISBN编号：9787811225846

10位ISBN编号：7811225840

出版时间：2009-2

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：蒋丽君

页数：250

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>

<<金融产品营销>>

内容概要

本书共九个模块，简明阐述了金融产品与金融产品营销的相关概念，比较详细地介绍了金融产品营销流程及营销计划、金融产品营销环境分析、金融产品购买者行为分析、金融产品市场调研与目标市场选择、金融产品营销策略、金融产品营销技巧、金融产品营销实务等内容，使读者能够循序渐进地了解和掌握金融产品营销的基本理论和实务知识。

<<金融产品营销>>

书籍目录

模块一 金融产品与金融产品营销 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品概述 第二部分 金融产品的分类 第三部分 金融产品营销概述 模块训练 金融产品认知模块二 金融产品营销流程及营销计划 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品营销流程 第二部分 金融产品营销计划 模块训练制订金融产品营销计划模块三 金融产品营销环境分析 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品营销环境概述 第二部分 宏观营销环境 第三部分 微观营销环境 模块训练 分析金融产品营销环境模块四 金融产品购买者行为分析 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品购买者的需求和购买者市场 第二部分 影响金融产品购买者行为的因素 第三部分 金融产品购买者决策过程分析 模块训练 保险市场需求特征和保险产品购买行为分析模块五 金融产品市场调研与目标市场选择 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品市场调研 第二部分 金融产品目标市场选择 模块训练保险产品的市场调研与目标市场选择模块六 金融产品营销策略 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品策略 第二部分 金融产品价格策略 第三部分 金融产品销售渠道策略 第四部分 金融产品促销策略 模块训练 保险产品营销策略的制定模块七 金融产品网络营销 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品网络营销概述 第二部分 金融产品网络营销策略 第三部分 主要金融产品网上业务 模块训练 金融产品网络营销环境分析及网络营销计划的制订模块八 金融产品营销技巧 知识目标 能力目标 第一部分 客户开拓技巧 第二部分 客户约访、接触及销售面谈技巧 第三部分 客户促成技巧 第四部分 客户异议处理技巧 第五部分 客户售后服务技巧 模块训练 金融产品售后服务演练模块九 金融产品营销实训 知识目标 能力目标 第一部分 金融产品营销模拟实训 第二部分 金融产品实战营销主要参考文献

章节摘录

模块一 金融产品与金融产品营销 第一部分 金融产品概述 一、金融产品的概念和特征

(一) 金融产品的概念 金融产品亦称为金融工具，是金融市场的交易对象，即金融机构向金融市场提供的能满足市场某种需要的、与货币资金融通连接在一起的一切服务项目，以及与资金融通的具体形式相联系的服务载体。

具体说，金融产品包括两方面的含义，从金融服务方面来说，是与货币资金融通连接在一起的一切服务；从金融工具来说，是与货币资金融通相联系的服务载体。

金融产品不同于一般工商企业的产品，亚瑟·梅丹将金融产品定义为：以特定市场为目标、由一种金融服务企业为用户提供的一整套服务。

根据这个定义，我们可以明确两点：一是客户不能从不同的金融机构购买一整套服务中的不同组成部分，如一个客户的往来账户和对其辅助服务就构成了一整套服务，因此他不能从其他金融机构获得这套服务的其他方面；二是金融产品仅仅针对特定市场，如银行提供的助学金贷款，仅仅针对学生市场。

金融产品的三层次理论：金融产品由核心产品（利益产品）、形式产品与扩展产品（附加产品）三个基本层次组成。

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>