

<<农村合作金融机构客户经理培训手册>>

图书基本信息

书名：<<农村合作金融机构客户经理培训手册>>

13位ISBN编号：9787811382747

10位ISBN编号：7811382741

出版时间：2009-4

出版时间：夏汉平,王贵福、夏汉平、王贵福 西南财经大学出版社 (2009-04出版)

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>

内容概要

《农村合作金融机构客户经理培训手册》重点介绍了客户经理的工作流程、工作方法，具有实用性和可操作性；同时，还介绍了客户经理必备的知识素养、专业技能，具有前瞻性和指导性。

随着我国农村金融体制改革的不断深化，一个多种形式并存、分工合理、功能互补、适度竞争、可持续发展的多层次农村金融服务体系逐步形成。

中国农业银行的“返乡”、中国邮政储蓄银行的“破土”、村镇银行的出现、中国农业发展银行的转轨、国家开发银行的介入、外资银行的渗透，使农村金融市场形成“群雄并立”的态势，农村合作金融机构面临的竞争日益激烈。

争取优质客户是农村合作金融机构在农村金融市场上与其他金融机构竞争的焦点之一。

只有拥有优质客户，才能拥有稳定的资金来源和优质的资产，才会有丰厚的利润。

毫无疑问，适宜的产品系列、完善的客户服务、先进的电子网络是提升竞争力的重要途径。

从市场营销的角度看，在农村合作金融机构实行客户经理制，树立“以客户为中心、以市场为导向、以经营效益为目标”的经营理念，做好市场定位、客户选择、客户开发、客户维护、客户管理、产品营销等一系列工作，正是争取优质客户的一条有效途径。

为此，我们组织编写了这本培训手册。

书籍目录

第一章 概论第一节 客户经理与客户经理制第二节 客户经理与市场营销第三节 客户经理的工作理念第四节 客户经理的素质要求第二章 客户的分类与金融需求第一节 客户的总分类第二节 个人客户分类及金融需求第三节 公司客户分类及金融需求第四节 机构客户的分类及金融需求第三章 目标客户开发与选择第一节 确定客户开发战略第二节 制定客户营销策略第三节 确定目标市场第四节 目标客户的标准第五节 目标客户的搜寻第六节 目标客户的选择第四章 客户营销流程（一）第一节 拜访准备第二节 拜访客户第五章 客户营销流程（二）第一节 与客户商谈第二节 促成交易第六章 银行产品（服务）营销与定价第一节 银行产品（服务）的定义与构成第二节 银行产品（服务）的特征第三节 银行产品（服务）的营销第四节 银行产品（服务）的定价第七章 客户关系维护与风险监控管理第一节 客户关系的维护第二节 客户关系的管理第八章 客户财务分析第一节 客户偿债能力分析第二节 客户盈利能力分析第三节 客户营运能力分析第四节 客户发展能力分析第九章 客户风险识别与价值评估第一节 客户风险的识别第二节 客户价值的评估第十章 客户经理管理第一节 客户经理的资格认定第二节 客户经理的工作方式

章节摘录

第一章 概论 第三节 客户经理的工作理念 客户经理的工作理念是指银行业客户经理在工作中的指导思想或价值观念，它是银行业经营理念的组成部分，也是企业文化的思想结晶。

树立正确的工作理念是客户经理营销制胜的法宝。

一、客户导向理念 客户经理的工作是直接对客户开展“一对一营销”，其工作本质是向客户提供金融服务。

因此，应将客户满意度作为衡量和评价客户经理工作质量的重要标准。

客户经理不但要抓住客户需求的实质，用适当的产品组合来满足客户需求，还要通过人性化的沟通艺术为客户提供令其满意的服务（包括售前、售中和售后服务），并在优质服务过程中培养客户的忠诚度。

只有让客户满意，客户才会更加信赖客户经理，逐渐对客户经理、对银行的产品或服务，乃至对银行忠诚。

忠诚的客户，是客户经理重要的无形资产，也是银行利润的源泉。

客户导向理念的演进可分为四个发展阶段：（一）客户至上阶段把客户放在银行组织体系和业务流程上方，体现了银行的服务姿态。

这是客户导向理念发展的初级阶段。

（二）客户第一阶段银行全体人员和全部行为都围绕着客户，客户的事情是银行工作的重心。

但此时尚有很多具体的服务并未落到实处，尚未提出客户满意度概念。

（三）客户满意阶段不仅重视客户，把客户的需求和利益放在前面，而且要调动银行的所有资源让客户感到满意，以客户的满意程度作为评价银行及客户经理工作好坏的尺度。

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>