

图书基本信息

书名：<<(软件)N0203 银行行销竞争策略(软件)>>

13位ISBN编号：9787880156447

10位ISBN编号：7880156445

出版时间：1900-01-01

出版时间：北京大学音像出版社

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

讲师：王时成，中国生产力中心项目讲师，政治大学金融系项目讲师、台湾金融研训院讲师（12年）、台北金融教育界知名的银行行销学、金融商品销售学、行长创新管理、银行顾问服务策略规划、金融商务谈判学的实务培训专家；曾担任台湾银行、第一商业银行、高雄银行等机构的企业再造咨询顾问师，以及合作金库、华南银行、上海银行、台新银行、中国信托银行、联邦银行、万通银行、远东银行、中兴银行、华侨银行、中国国际商银、华信银行、中华开发银行、中央信托局等30多家金融机构的咨询顾问师及专题培训讲师。

为什么学习本课程：

中国重新入关，银行业的竞争态势无疑将发生质的变化。

对国内银行来说，新的竞争对手带来的是更为成熟老练的操作手法，如何应对新的竞争无疑是国内银行面临的重大课题。

在本课程中，王时成老师在剖析亚洲及欧美银行近15年来的服务营销竞争策略的基础上，系统讲授了现代银行行销竞争策略实战战术，旨在帮助国内银行提升行销策划与执行水平，从而全面提升市场竞争力。

本课程学习目标：

认知进入WTO后市场竞争新格局；

认知国外银行及亚洲金融市场运营策略的变革；

掌握银行全面行销规划策略与促销执行到位的诀窍；

掌握全面顾客满意服务规划及执行的技巧；

掌握改制后如何实施改变员工观念、心态、行为的教育培训。

谁需要学习本课程：

总行行长及人力资源主管；

省分行行长及培训中心主管；

支行行长、教育科长及各业务主管；

全体银行职员。

书籍目录

第一讲 迎向挑战 创新策略（一）

1 前言

2 迎向挑战（上）

第二讲 迎向挑战 创新策略（二）

1 迎向挑战（下）

2 创新策略

第三讲 全面服务提高竞争力

1 全面服务的内涵

2 服务到位——做好CRM

3 服务与定价策略

4 顾客满意行动计划

5 服务的特质

第四讲 掌控市场技巧

1 掌控市场的技巧

2 行销策略规划

第五讲 市场区隔策略

1 市场区隔的意义

2 市场区隔的价值

3 市场区隔的技术

4 市场区隔策略案例

第六讲 目标市场策略

1 选择目标市场的意义

2 选择目标市场的价值

3 选择目标市场的技术

4 目标市场策略案例

第七讲 市场定位策略

1 市场定位策略的意义

2 市场定位策略的价值

3 市场定位策略的技巧

4 市场定位策略案例

第八讲 商品策略（一）

1 引言

2 商品策略的意义

3 商品策略的价值

4 商品策略的技术

5 商品策略案例

第九讲 商品策略（二）

1 案例研究：商品策略制造银行定位

2 案例研究：命名技巧与指教型房贷

3 案例研究：创新贷款商品

4 案例研究：信用卡与企业金融业务

第十讲 价格策略

1 价格策略的意义

2 银行业务的定价项目

3 价格策略的价值与技术

4 银行收益占比的移动方向

5 价格策略案例

第十一讲 通路策略

1 市场通路的意义

2 市场通路的价值

3 建立市场通路的策略

4 通路策略案例

第十二讲 促销策略

1 促销的意义

2 促销的价值

3 促销的传播渠道

4 促销的技术

5 促销策略案例

第十三讲 革新管理

1 引言

2 行销到位八项条件

3 全员行销, 全面服务

4 银行革新培训技术

5 革新管理案例研究

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>