

<<商业银行市场营销>>

图书基本信息

书名：<<商业银行市场营销>>

13位ISBN编号：9787500568933

10位ISBN编号：7500568932

出版时间：2004-1

出版时间：中国财政经济出版社

作者：叶望春

页数：435

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>

<<商业银行市场营销>>

内容概要

《商业银行市场营销：案例与实践》内容务实，主题突出。全书围绕如何争取客户和留住客户这一主题而展开。在第一章市场营销概述中，编者讲明了银行营销活动的目标是争新客户并留住老客户这一基本道理；在第二、三、四、五章中，对如何运用战略、策略及组织安排等手段来争取客户的问题进行了探讨；在第七、八章中，又重点讲述如何保持良好的客户关系和提供高质量的服务来留住客户的问题。本书重点突出，主线清晰，给读者一气呵成的感觉。

该书全面解读了银行业营销的特征，总结了国内外市场营销现状，前瞻了未来。我认为，该书对理论研究和实际工作者都有较高的参考价值，值得大家一读。

<<商业银行市场营销>>

作者简介

叶望春，男，湖北省洪湖市人，管理学博士、高级经济师。
现任华夏银行总行营业部总经理，兼任中国社会科学院金融研究中心研究员、华中科技大学兼职教授。
已公开出版的专著有《中小银行的市场定位战略》和《转轨时期金融问题研究》，合著出版有《货币供求与货币政策》等。

<<商业银行市场营销>>

书籍目录

第一章 商业银行市场营销概述第一节 营销第二节 商业银行市场营销第三节 营销观念演变第四节 商业银行营销观念的创新及发展第二章 商业银行营销调研及环境分析第一节 商业银行营销调研第二节 商业银行营销环境分析第三章 营销计划、执行与控制第一节 营销计划的制定第二节 营销计划实施管理第三节 市场营销实施评价第四章 商业银行市场营销战略管理第一节 市场细分第二节 选择目标市场第三节 市场定位第四节 制定具体战略第五章 商业银行营销组合策略管理第一节 产品营销策略第二节 定价策略第三节 分销策略第四节 促销策略第五节 公共关系与沟通策略第六章 商业银行营销组织设计与管理第一节 营销组织的历史变革第二节 商业银行营销组织设计第三节 商业银行营销组织管理第四节 营销组织设计和管理的实践——客户经理制第七章 商业银行客户关系营销管理第一节 客户关系管理理念第二节 客户管理技术——价值罗盘第三节 客户关系管理第四节 如何培养和管理忠诚客户第五节 构建客户关系管理信息系统第八章 商业银行营销服务质量管理第一节 营销服务质量的定义和衡量第二节 服务差距管理模型及制度设计第三节 服务过程管理理论及制度设计

<<商业银行市场营销>>

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>