

<<商业银行发展战略>>

图书基本信息

书名：<<商业银行发展战略>>

13位ISBN编号：9787504936165

10位ISBN编号：7504936162

出版时间：2005-7

出版时间：中国金融出版社

作者：第米瑞斯N.考若法斯

页数：445

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>

## <<商业银行发展战略>>

### 内容概要

没有一种对每个银行都适用的战略规划方法，但是有给银行对未来进行定位的原则和程序的经验。

《金融研修课程：商业银行发展战略》就是传递了这一经验。

书中阐述了确立银行战略的必要性，分析了营销功能与零售银行战略之间的关系，并讲解了产品定价、盈利性、规章制度与安全性等问题。

是帮助高层管理人员、战略规划制定者、营销专家、产品设计者和金融分析师评价银行盈利性的实用工具。

## &lt;&lt;商业银行发展战略&gt;&gt;

## 书籍目录

前言序言第一篇 确立商业银行战略的必要性第1章 货币、银行与银行家/11 . 导言/12 . 过去20年里银行业的扩展性作用/23 . 货币的概念及其在金融交易中的功能/54 . 银行是追逐利润的服务性企业/85 . 重新界定金融中介过程/116 . 银行的规模是决定性因素吗/147 . 银行作为转型的行业/178 . 银行业充满乐趣/19第2章 零售银行业的战略目标/231 . 导言/232 . 主计划的五个主要组成部分/253 . 金融战略与高科技支持的重要性/294 . 何谓零售银行业革命?/345 . 影响零售银行战略的基本顾客需求/376 . 确立商业前景的重大战略和关键决策/427 . 银行家信托公司如何制定战略规划: 个案研究/458 . 依靠股东改善银行的经营与形象/48第3章 由银行和非银行提供的金融服务/521 . 导言/522 . 不同类型的银行及其特殊使命/533 . 法规、监管以及在银行战略中的发展经验/584 . 失去管制保护伞的零售银行/615 . 取消管制及金融业务全球化的影响/636 . 我们能使商业银行业中现存的问题和机遇相当吗?/687 . 非银行的银行的真正含义是什么?/718 . 通用电气、通用汽车和西尔斯-罗布公司/739 . 银行与非银行之间竞争的战略意义/75第4章 零售银行业的战略规划与服务质量/781 . 导言/782 . 战略与规划之间存在的密切联系/793 . 通过质量圈关注银行业的服务质量/834 . 新的零售产品、附加值及质量特征/875 . 为弥补银行服务的质量漏洞而进行的部门做法/916 . 利用质量圈缓解因缩减机构造成的问题/937 . 通过严格的会计方法使员工兼备质量意识/978 . 基础设施结构、质量标准及绩效评价/101第5章 共同基金介入银行业务以及银行对变化过程的管理/1051 . 导言/1052 . 富达投资的案例研究/1073 . 共同基金及其他工具对投资者是否更为安全?/1104 . 对风险管理问题及全球化问题的战略性回答/1135 . 重新思考银行必须做出的决策的战略内容/1166 . 战略规划、首席执行官以及董事会的责任分配/1207 . 变化的管理方法的真正含义是什么?/1258 . 战略规划落后的原因/1289 . 为什么零售银行为“避免出问题”反而陷入困境/131第二篇 聚焦营销与竞争第6章 零售银行战略与市场营销作用/1351 . 导言/1352 . 零售银行业中的市场营销的含义/1363 . 一份营销计划的贡献/1384 . 对我们自己的客户提供更有效的营销/1405 . 给我一个市场, 我就会建起一家银行/1436 . 规划和营销的共同特征/1477 . 开发小市场和大市场/1518 . 产品分类和跨区销售的艰苦工作/1559 . 在未来数年中, 银行就是网络/15810 . 将来互联网会统领一切——这会是真的吗?/160第7章 银行部营销、客户收益状况和分支行网络/1641 . 导论/1642 . 营销战略、核心竞争力和银行收费/1653 . 产品销售与关系管理/1704 . 客户反映(customer mirror) : 评价账面利润的方法/1735 . 实现客户反映的营销化思维和技术/1776 . 我们是否能够度量分支行网络的贡献?/1807 . 分支行管理和必要的再造努力/1848 . 建立销售配额来提高销售效率/1879 . 银行与超市的联合: TESCO银行与NATWEST公司合作的经验/191第8章 一种流行的营销方针: 电话银行业务/1951 . 导言/1952 . 电话银行业存在的商机/1963 . 谨慎选择电话银行业的目标和配套过程/1994 . 为银行服务和为保险提供直接途径/2025 . 如果对出纳服务收费将会怎样/2076 . 公众对德国银行提供的电话银行服务的反应/2107 . 在线直接投资方式/2138 . 使用数据库——电话银行的战略工具/2159 . 小银行懂得运用技术也会有前途: Lan&Spar银行的案例/218第9章 私人银行的盈利性业务/2241 . 导言/2242 . 私人银行业务的产生和行业费用/2253 . 面对私人银行业挑战所需要的投资/2294 . 为高级客户提供财富规划和纳税咨询服务/2325 . 国际化投资的个人财富和瑞士的私人银行业/2366 . 在私人银行业的角逐中, 卢森堡及其他离岸金融中心的地位如何/2397 . 英国和德国的私人银行业务/2428 . 在零售银行业和私人银行业中利用衍生产品是明智的吗/2449 . 主要瑞士银行: 全球化和衍生工具/24710 . 个人对衍生产品在银行业和保险业的广泛流行是否感兴趣/251第10章 财富管理、银行合约及持久的顾客关系/2541 . 导言/2542 . 联邦金融组织和价值差异化概念/2553 . 全能银行面临的商机与挑战/2594 . 任意选择的资产组合管理和充分的金融技巧/2645 . 区别客户合约的一般条件/2676 . 衍生工具条款、保证金和头寸清算/2707 . 建立并遵循严格的内部控制策略/2738 . 注册会计师也会落入含糊的报告业务的圈套/275第三篇 产品定价、盈利、安全、信贷与市场风险第11章 产品、市场和银行盈利性的建立模式/2791 . 导言/2792 . 金融工具及其技术的发展特征/2803 . 什么是新产品计划/2824 . 构成战略性产品及其过程特色的基本因素/2875 . 客户通道和产品设计工作的需要/2906 . 银行业能从制造业的进入市场时机学到什么/2937 . 银行盈利本质的实践观点/2968 . 为什么银行盈利和成本控制不可分割?/299第12章 零售银行业的研发管理/3021 . 导言/3022 . 研究对于零售银行业生存的贡献/3043 . 投资回报立即用于研发吗/3074 . 对金融机构市场无效率和非传统研究/3105 . 平稳变革的目标能否通过预竞争的研究实

## &lt;&lt;商业银行发展战略&gt;&gt;

现/3136 . 莫忘营销对成功的银行产品的贡献/3167 . 利用技术解决问题和赢得市场优势/3188 . 不要低估小银行和它的市场吸引力/3219 . 银行业如何避免新产品的失败/324第13章 金融产品与服务的定价策略/3281 . 导论/3282 . 金融产品类型及其定价手段/3293 . 以产品定价是动态的竞争策略/3324 . 一把双刃剑：有效地定价与削减成本/3345 . 降低生产成本与保持营销的灵活性/3396 . 评价零售银行标准定价策略的发展历程/3447 . 使用计算机和模拟方式来评估可选择的定价结构/3478 . 私人银行业务的经营和证券投资基金管理费/3499 . 经纪业务的收费问题/35210 . 战略规划与银行服务价格表的制定/355第14章 贷款策略的选择/3581 . 导言/3582 . 银行部、贷款及贷款条件/3593 . 零售银行的个人贷款组合/3624 . 第三方直接参与和现行的会计方法/3645 . 贷款管理的试验法则及实践法则/3666 . 能否按市价计算贷款投资组合/3707 . 判断借款者偿还贷款的能力/3738 . 从斯堪的纳维亚银行危机中汲取的教训/3769 . 贷款管理过程中的缺陷修正分析方法/380第15章 信用风险、市场风险和巴塞尔银行监管委员会/3841 . 导言/3842 . 巴塞尔银行监管委员会修改并且调整了对于资本的要求/3853 . 可能的风险和承诺/884 . 全球性的监管、银行的高级管理层和交易账簿/3895 . 风险定价方法以及置信区间的概念/3936 . 事后检验和绿色、黄色和红色区域/3967 . 为什么模型计值对多数的金融机构是一种主要文化上的变化/3988 . 压力分析、名义本金额和缩减乘数(demodulator) /4029 . 非线性思维、等价贷款以及风险资本/40410 . 在执行“市场风险补充规定”的过程中监管部门之间的合作/408第16章 确保安全性的技术方法：从智能货币到傻钱到风险/4131 . 导言/4132 . 当前由信用卡产生的安全问题/4143 . 当心伪造的塑料货币/4174 . 我们能否改进消费者支付系统的安全性/4205 . 带智能卡的永久提款机/4236 . 为什么智能卡中的钱变成“傻”钱? /4267 . 智能卡与超级智能卡之间的竞争：地下乐园/4308 . 互联网、电子邮件和法定的责任/4339 . 电子货币、金融管制和货币供给/436附录品牌的意义是什么?/441后记/445

## &lt;&lt;商业银行发展战略&gt;&gt;

## 章节摘录

在过去的10年中，银行的基本服务准则发生了变化，这与人力资源是密不可分的：银行的基本服务准则已由分级银行业务和集群银行业务转向为以客户为中心的银行业务，除此以外还包括产品设计、生产和分配。

涉及与人力资源有关的一个战略性计划的重要问题是银行自身员工的问题——还包括银行的管理阶层。

这个问题涉及了员工的选择和雇佣；建立个人责任制，指示和目标的建立；处理管理总量的能力；终身学习；提升和薪酬；以及仔细地监察员工的人数和管理费用的因素。

银行的管理阶层不仅仅应该致力于确保银行员工的所有传统和技巧都要经过全面的改革，而且还要确保在银行家和商人之间不会存在较大的摩擦。

由于银行家和商人有着各自不同的传统，以及工作职能的差异，因而在他们中间常会出现一些冲突。

交易商购买和抛售证券：债券、股票、期权、期货、商业票据、存款证明以及短期国库券。这样做或是为了客户，这样一来交易商便可以收取客户的一定费用，或是利用银行的资金来进行直接的投资。

交易商如果想要在交易中获取利润，他就必须在同客户的通话中或通话后即刻做出快速而肯定的决定。

银行家通常会有一个长远的打算，他们经常会为培育客户关系而进行长达几个月甚至是几年的投资，以便使这些客户成为自己的客户。

他们通过为客户提供金融咨询而赚取费用；他们为客户投资和资产组合的管理提供意见；他们也会将项目融资方面新的建议归纳在一起，银行对于客户账户的管理不再使用过去常用的华而不实的管理方法。

虽然前文提到过的大部分功能——除了项目融资以外，都是由零售银行家来完成的，批发银行家依然会对公司用一种较为复杂的方法来进行。

对于投资银行家来说，他们只是致力于合并与收购——或是缩小公司规模，任何一种类型的银行家都需要掌握自身的客户基础。

在银行的人力资源中第三个关键的因素就是银行的股东。

银行股东本应发挥的作用常常发挥不出来，而且银行股东也常被当作理所应当存在的。

然而正如我们将在第8章中看到的一样，银行的股东不仅仅只是公司的所有者，他们还有助于增进公司的业务和提高公司的形象。

## <<商业银行发展战略>>

### 编辑推荐

没有一种对每个银行都适用的战略规划方法，但是有给银行对未来进行定位的原则和程序的经验。本书就是传递了这一经验。书中阐述了确立银行战略的必要性，分析了营销功能与零售银行战略之间的关系，并讲解了产品定价、盈利性、规章制度与安全性等问题。是帮助高层管理人员、战略规划制定者、营销专家、产品设计者和金融分析师评价银行盈利性的实用工具。

<<商业银行发展战略>>

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>