

<<零售银行销售管理修炼>>

图书基本信息

书名：<<零售银行销售管理修炼>>

13位ISBN编号：9787802557543

10位ISBN编号：7802557542

出版时间：2011-2

出版时间：企业管理出版社

作者：关喜华

页数：240

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>

<<零售银行销售管理修炼>>

内容概要

凭借多年的营销实践经验，并对国内外银行营销文化作了比较深入的分析，关喜华编著的《零售银行销售管理修炼》系统地提出了组织构架、管理模式、人员聘用、技能培训、支持手段、激励机制、服务质量、反馈与沟通等8项关键修炼要素，涉及零售银行营销流程的所有环节，着眼于营销文化遣设在零售银行中的具体操作，从实务角度给银行提供相关指南。

<<零售银行销售管理修炼>>

书籍目录

导论第1项修炼 完善的营销架构混合性的零售与小企业营销架构重新设定管理职能，实现机构？
平化给营销岗位设置等级对重要的客户经理进行重新部署建立一种先进的组织架构增强营销事业的吸引力营销与营销管理的职业生涯确立正式的营销领导机构防止贷审权的分散营销与内部管理工作的分离标准重新设置利润中心建立客户关系管理小组分支机构的重新部署设立消除营销障碍的专责小组平行设置零售业务的营销架构营销支持经理客户利益维护者营业厅营销协调员流动的营销培训专员营业厅信贷助理客户关系挽救专家客户关系解冻专家为优质客户而设的个人银行家调整行政助理的职能调整培训汇报体系第2项修炼 先进的营销管理重新设计传统的营销会议形式营造一个竞争环境创造英雄人物给业务人员分配任务共同设定个人目标把中间层次的业绩区分开来让营销职位受人尊重发展目标客户增加可用于营销的时间.....第3项修炼 出色的营销职员第4项修炼 卓越的营销培训第5项修炼 强大的营销支持第6项修炼 顺畅的营销沟通第7项修炼（上）有效的激励机制（精神激励）第7项修炼（下）有效的激励机制（物质激励）第8项修炼 优秀的服务质量总结

<<零售银行销售管理修炼>>

章节摘录

加强机构内部的协作。

虽然在大部分银行里，机构内部的协作作为一项基本宗旨并未能完全得到贯彻，但是一部分成功的银行仍然做到了在整个企业内通过产品知识、激励机制、参与和经营目标等约束，形成一整套良好的内部协作机制。

提高产品和客户关系的盈利能力。

要提高盈利能力，银行必须能够找出对自身而言盈利最高的市场和客户群，并将主要资源集中在这些领域。

然而不幸的是，传统的营销目标通常是与营业收入之类的指标挂钩，而这些指标只能对盈利性进行间接的、粗略的度量。

要建立一种优秀的营销文化，其中一个关键的管理工具是一种测算方法，即测算每一种产品和每一个客户关系在发挥最大潜力的情况下，其创利能力的大小。

这种测算方法可以进一步延伸到测算每一个客户经理、每一个分行或者是每一个市场的创利能力。

有了这种测算方法，经理们就无须再凭主观印象猜测哪些客户的盈利贡献大，要特别关注；盈利潜力大的市场就可以被甄别出来，业务发展计划因此可以做到有的放矢；不创利的产品和客户能被甄别出来，因而可以进行重新评估以决定是否淘汰；盈利高的产品能够得到准确的认定，并因此获得更多的重视和资源的进一步投入；此外，基于手续费收入的产品也因此可以采用利润定价模型。

由此可见，准确测算产品和客户盈利能力是成功的营销文化的基础。

<<零售银行销售管理修炼>>

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>