

# 《银行产品管理》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2011年01月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787514100860

丛书名：美国银行营销技巧

## 内容简介

本书主旨在于介绍一个成功产品经理必须具备的主要知识和技能。对于产品经理而言，每条产品线的实质是一个独立的“企业”，因此产品经理必须要具备一个职业经理人的全部素质，才能在工作中游刃有余。这些素质包括：对银行业务的全面理解，对营销和商务技能的充分掌握，对产品管理概念以及产品经理在银行中重要性的深刻认识。此外，产品经理还应该具备在日常业务中高效率管理和操作的能力。

为了详细介绍培养这些素质的方法，本书共分为三个部分。第一个部分为成功的产品管理所应遵循的原则，从产品管理概念、产品经理作用、与管理层及其他部门人员的配合三个方面详述了产品管理的基本原理，是产品经理在实施产品管理方法时应贯穿始终的行动纲领。第二部分为研究及业务数据在产品管理中的应用，具体介绍了市场研究在银行产品管理中的运用，包括银行产品的定位、广告战略、市场研究、产品销售预测、新产品开发与产品战略规划等内容。这将有助于产品经理理解产品管理各个环节的细节，从而制定出与全行目标相一致的产品管理目标和步骤。第三个部分为营销组合的管理，翔实阐述了市场细分战略、定价战略、促销战略、销售管理、零售业务的交付五项重要内容，是市场营销的经典原理在银行产品管理中的实施方略。

## 目录

### 第一部分 成功的产品管理所应遵循的原则

#### 第1章 产品管理概念的简介

成功的产品经理

目前的实际情况

产品管理的基本概念

#### 第2章 产品经理的作用

以产品为中心

日常工作职责

#### 第3章 企业计划与运营考虑

业务计划书格式

及时向管理层报告

与其他部门进行合作

对竞争行为的监督和报告

有效地利用研究工作

制定促销预算

制定研究预算

产品开发及维护

定价

### 第二部分 产品经理如何使用研究及业务数据

#### 第4章 市场研究在产品管理中的作用

研究过程

第5章 应用于新产品的研究方法

概念测试

产品测试

定位战略

广告战略

试销评估前测系统

试销

市场调研

第6章 产品销售预测

判断方法

推断方法

因果模型

新产品销售预测

第7章 新产品的开发过程

创意的产生

创意的筛选

概念测试

业务分析

产品或服务开发

测试

商业化

第8章 产品战略计划及环境扫描

制定战略计划的需要

制定产品战略计划的过程

开发环境扫描系统

信息系统的设计

第三部分 如何管理营销组合

第9章 细分战略

市场细分的方法

第10章 定价

定价战略

成本曲线分析

盈亏平衡分析

定价方法

第11章 促销

交流过程

促销组合

广告管理

第12章 销售管理

销售过程

销售管理战略

## 第13章 零售业务交付

客户需求

产品特征

服务系统评估

参考文献

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)