

《银行客户经理培训教程(修订版)》

书籍信息

版次：1

页数：514

字数：746000

印刷时间：2006年11月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787802077034

内容简介

本书是作者在总结客户拓展实际工作经验基础上专门针对银行客户经理而撰写的一本著作，旨在帮助银行客户经理增强客户拓展技能，提高客户拓展成效。本书以如何培训一个适应银行发展及客户需要的客户经理为主线，以客户拓展流程、客户经理制度和银行产品管理为主要内容，从培训途径与方式的介绍入手，以培训效果的评价作为结束。全书结构新颖，理念超前，内容全面，资料详实，以实用性、针对性见长，既可作为银行客户经理培训的专门教材，也可供银行客户经理及金融业有关营销人员日常阅读。

本书以如何培训一个适应银行发展及客户需要的客户经理为主线，以客户拓展流程、客户经理制度和银行产品管理为主要内容，从培训途径与方式的介绍入手，以培训效果的评价作为结束。本书结构新颖，内容全面，资料详实，具有很强的实用性。

作者简介

宋炳方，男，山东临清人。经济学博士，银行客户管理专家，著名培训讲师。曾在政策性银行、商业银行和政府金融管理部门工作，具有丰富的银行从业经验，是我国银行业中较早从事客户经理理论研究、实践操作并取得丰富成果的专业人士之一。

著作主要有《驾驭集团——企

目录

第一篇 培训途径与方式

第一章 图书的选择与阅读

- 一、选择与阅读图书的基本原则
- 二、可供客户经理阅读的图书

第二章 案例的整理与观摩

- 一、大型客户的综合开发
- 二、以财务顾问为核心带动全面产品营销
- 三、向客户提供资产重组专项财务顾问
- 四、筛选优质客户进行重点开发
- 五、由浅入深地建立合作关系
- 六、通过特色服务培育存款客户
- 七、为集团客户建立集团结算网
- 八、建立集团结算网并提供授信业务
- 九、统一授信额度的营销与切分
- 十、逐步与客户建立战略合作关系
- 十一、参与客户举办的招标活动

十二、实行品牌形象与产品交叉销售的良性互动

十三、运用票据产品连通企业上下游

第三章 培训班的设计与运作

第二篇 客户拓展流程

第四章 确定客户发展战略

一、竞争环境分析

二、内部条件分析

三、在银行与竞争环境的平衡中确定客户拓展战略

第五章 搜寻和选定目标客户

一、银行客户的分类

二、搜寻目标客户的方法

三、目标客户的确定

第六章 拜访客户

一、拜访客户前的准备工作

二、实地拜访客户

三、提高拜访的效果

第七章 围绕客户进行调研

一、客户调研的原则

二、制定调研计划

三、确定调研内容

四、设计调查表格

第八章 识别客户风险

一、客户风险的类型

二、客户风险的识别与评估

第九章 评估客户价值

一、工商企业类客户的价值评价

二、金融同业类客户的价值评价

三、项目价值评价

第十章 与客户建立合作关系

一、明确合作领域

二、向客户推介合作领域

三、搞好拟推介产品的定价与综合收益测算工作

四、设计作业方案

五、与客户进行谈判

六、起草协议文本

七、签署金融合作协议

八、合作事项的具体运作

九、合作关系的定期评价

第十一章 客户关系的维护

一、维护客户关系的基本方法

二、强化同客户的合作关系

三、加强客户风险的管理

四、重视对客户关系的管理

第三篇 客户经理制度

第十二章 客户经理管理

- 一、客户经理的工作性质
- 二、客户经理的工作职责
- 三、客户经理的资格认定
- 四、客户经理的工作理念
- 五、客户经理的薪酬管理
- 六、客户经理的工作方式
- 七、国外银行的客户经理管理

第十三章 客户经理的素养与知识

- 一、客户经理的基本素质
- 二、客户经理的基础知识
- 三、客户经理的专业知识

第十四章 客户经理的专业技能

- 一、客户经理的基本技能
- 二、调查、分析与展业技能
- 三、投标技能
- 四、分析报告撰写技能
- 五、客户服务方案设计技能
- 六、财务报表分析技能
- 七、现金流量表编制技能

第四篇 银行产品管理

第十五章 银行产品的功能创新与市场推广

- 一、银行产品创新
- 二、银行产品的战略选择
- 三、银行产品的营销推广

第十六章 基础性银行产品品种与运作

- 一、负债类银行产品及运作
- 二、资产类银行产品及运作
- 三、涉外类银行产品及运作
- 四、结算类银行产品及运作
- 五、资金交易类银行产品及运作
- 六、金融服务类银行产品及运作
- 七、金融衍生与离岸银行产品及运作

第十七章 创新性银行产品品种与运作

- 一、开办创新性银行产品的基本设想
- 二、公司重组业务
- 三、财务顾问业务
- 四、公司再造业务
- 五、杠杆融资业务
- 六、管理顾问

七、并购顾问

八、投融资顾问

九、企业诊断

第十八章 同业类银行产品品种与运作

一、商业银行与其他银行的合作

二、商业银行与证券公司的合作

三、商业银行与基金管理公司的合作

四、商业银行与保险公司的合作

第五篇 培训效果测评

第十九章 水平测试

一、测试范围

二、客户经理水平测试题

三、参考答案及部分答案解说

第二十章 实战演练

一、专业性案例背景材料

二、综合性案例背景材料

第二十一章 营销业绩测定

一、客户拜访效果分析

二、营销业绩考核

后记

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)