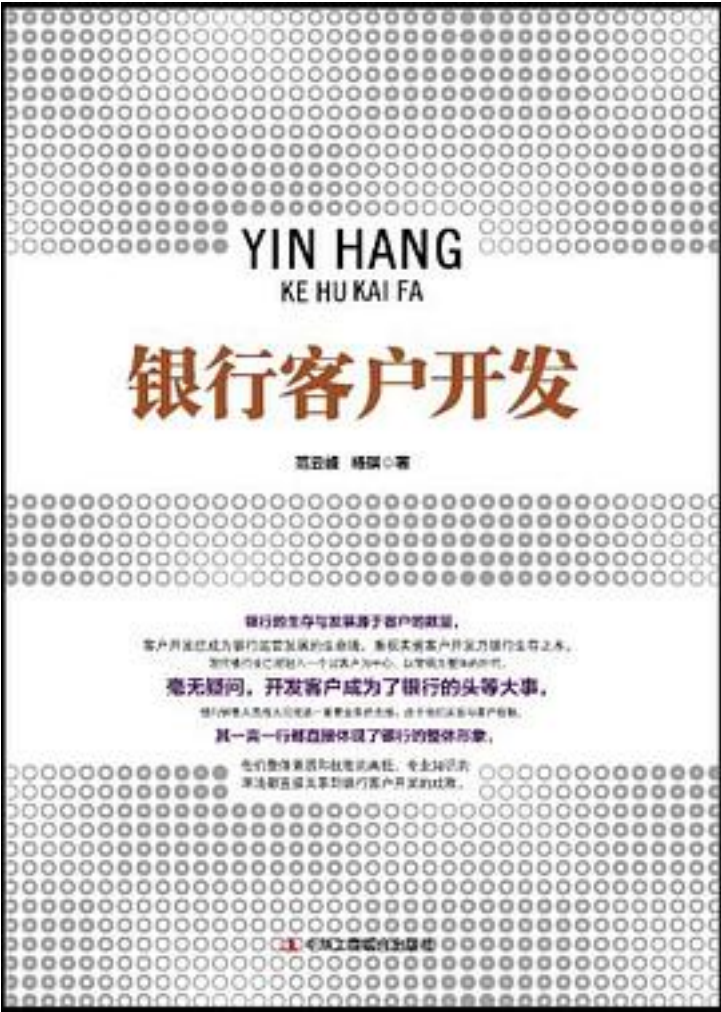


# 银行客户开发



[银行客户开发\\_下载链接1](#)

著者:范云峰

出版者:中华工商联合出版社

出版时间:2013-1

装帧:

isbn:9787515803531

《工商智库丛书:银行客户开发》 内容简介：银行的生存与发展源于客户的数量，客户

开发已成为银行运营发展的生命线，重视实施客户开发乃银行生存之本。现代银行业已经进入一个以客户为中心、以营销为整体的时代，毫无疑问，开发客户成为了银行的头等大事，银行销售人员成为完成这一重要业务的先锋。由于他们直接与客户接触，其一言一行都直接体现了银行的整体形象，他们整体素质和技能的高低、专业知识的深浅都直接关系到银行客户开发的成败。

作者介绍:

范云峰，中国营销管理实力派代表人物，中国市场营销协会执行会长，中国营销学会副会长，中国市场学会理事，清华大学CEO营销课程客座教授，北京工商大学硕士生导师，中国商贸专家委员会委员，中国杰出营销奖评委，品牌中国联盟专家成员，中国十大企业培训师，中国十大策划专家，品牌中国十大专家，改革30年中国营销，策划界领军人物之一，为上海康洁、吴江福华世家、大地集团、同济东莞医院、黑龙江嫩江县人民政府等数十家企事业政府顾问。出版《深度分销》、《沟通创造客户价值》、《邮政渠道营销》、《客户不是上帝》《换个思维找客户》、《做个赚钱的经销商》《恋爱营销》《谈判高手》等50余部专著，是《中国经营报》《中国质量与品牌》《市场周刊》等20余家报刊专家顾问，在《销售与市场》《中国经营报》等多家报刊上发表论文300余篇，应邀到韩国、日本、马来西亚、新西兰、加拿大、澳大利亚等国讲学，擅长营销策略、策划咨询、综合管理、营销管理、营销策划、客户管理、渠道与品牌建设、银行营销、医院营销和酒店营销等。

在书画方面，范云峰先生8岁师从著名书画艺术家唐玉润先生学习书画艺术，并得到著名山水画家郑玉昆先生的教导，经多年潜心研习，成为真、草、隶、行诸体及花鸟、山水皆能的书画家，擅长花鸟画，尤长行书。其书法浑厚刚健、气势磅礴，书风朴实大方、法度严谨、格调清新。作品多次参加全国重大展览，多次获奖。自1986年10月首次举办个人作品展至今，先后出访日本、新加坡、韩国、马来西亚、新西兰、加拿大等国并举办书画作品展。其作品被国家领导人、国外元首及众多馆、院、阁和商人友人收藏，并当作互赠礼品，深得好评，颇受关注，颇有影响。

在《中国书画报》、《书法》、《美术》、《书画研究》多次发表其作品，其作品还分别勒石于“黄河碑林”、“三青山碑林”等名胜游览区。《中国当代书画篆刻家辞典》、《中国当代青年书画家辞典》、《世界各国国名、国都书法集》、《海外河南籍著名书画家作品集》、《中国画名家作品展作品集》、《中国牡丹书画名家作品展作品集》、《当代实力派书画精品集》、《新版传世名画》、《中国画坛实力派书画精品集》及《新中国美术家大典》等大型辞书、专集中分别收入有先生的作品。《天然之作》、《怎样收藏书画》等10万余字的书画评论文章先后发表，登于多家报纸、杂志，其艺术传略被多家报刊、电台、电视台报道。91、92年分别出版年画《花香鹤舞》、《松鹤延年》，1997年由河南美术出版社出版《范云峰书画集》，2009年国家邮政局发行《花开富贵》6张一套贺年卡明信片，2010年出版《范云峰作品选》、2012年出版《范云峰画选》。

书法作品：5000元/平尺 小楷作品：10000元/平尺

花鸟作品：12000元/平尺 山水作品：15000元/平尺

杨琪

中国市场营销协会理事，从事银行工作30年

曾在中国建设银行担任支行行长、多地（市）分行行长、省级分行处长、总经理

现任贵阳银行董事、副行长，主管小微金融、个人金融、公司金融及风险控制等业务  
擅长银行营销、银行客户管理、银行客户开发等  
在银行信贷、风险控制及全面经营管理等方面有丰富的理论与实践经验  
发表《城商行营销模式研究》等论文十余篇

## 目录: 目 录

### 01 银行客户开发的价值

#### 开篇故事 //003

#### 第一节银行客户开发的原因 //004

#### 第二节银行客户开发的对象与原则 //016

#### 第三节银行客户开发的类型与步骤 //023

#### 小结 //026

### 02 银行客户开发准备

#### 开篇故事 //031

#### 第一节银行客户开发人员 //032

#### 第二节评估客户 //041

#### 第三节了解客户 //055

#### 第四节客户调研 //064

#### 小结 //074

### 03 银行客户开发的接近策略

#### 开篇故事 //077

#### 第一节客户接近的原则 //078

#### 第二节判断银行客户的类型 //089

#### 第三节接近客户的策略 //097

#### 小结 //110

### 04 银行客户开发中的洽谈

#### 开篇故事 //113

#### 第一节向客户销售利益 //114

#### 第二节销售洽谈 //121

#### 小结 //141

### 05 客户异议处理策略

#### 开篇故事 //145

#### 第一节客户异议及处理 //146

#### 第二节银行客户开发用语 //173

#### 小结 //179

### 06 诱导客户成交

#### 开篇故事 //183

#### 第一节成交的影响因素与原则 //184

#### 第二节达成交易的基本策略 //189

#### 第三节“诱惑”客户成交的策略 //198

#### 第四节成交的困难 //205

#### 小结 //208

### 07 银行客户开发渠道

#### 开篇故事 //211

#### 第一节银行客户开发渠道的含义 //211

#### 第二节银行客户开发渠道 //217

#### 小结 //234

### 08 实用客户开发礼仪

#### 开篇故事 //237

#### 第一节客户开发礼仪原则 //238

第二节基本社交礼仪 //240  
小结 //268  
参考文献 //270  
· · · · · (收起)

[银行客户开发\\_下载链接1](#)

标签

沟通

开发

银行

营销

客户开发

范云峰

市场营销

评论

聊胜于无

-----  
有的当没得看

-----  
[银行客户开发\\_下载链接1](#)

# 书评

本书貌似不错，图文并茂，通俗易懂，银行的生存与发展源于客户的数量，客户开发已成为银行运营的生命线，重视客户开发是银行生存之本。  
确实，从层面上讲，银行已经迈入了一个以客户为中心的营销时代，但仅仅重视客户还是不够，还必须想办法去接近他们并满足他们的需...

-----  
[银行客户开发\\_下载链接1](#)