

# 银行零售



[银行零售\\_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:2013-4

装帧:

isbn:9787515804484

《银行零售》内容简介：现代银行零售业务不同于过去，已经由传统存款、贷款转向投

资和全方位的服务。银行零售不是某一项业务的简称，而是有着广泛的业务领域。既可以是资产业务，也可以是负债业务、中间业务，还可以是网上银行业务。既可以是传统银行业务，提供货币兑换、储蓄存款、消费者贷款、贵重物品保管及个人信托等传统个人金融服务；也可以是新业务，对个人和家庭提供理财、信用卡、出售保单、证券经纪及基金等创新金融服务。银行零售正逐步成为银行利润的主要来源，在银行业务中占据着举足轻重的作用。

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

张长建

华中科技大学EMBA

郑州大学客座教授

河南省十大杰出营销专家

交通银行总行特约优秀培训师

荣获“全国金融系统自学成才者”称号

从事银行工作20余年，历任处长、行长等职

发表银行专业文章100多篇，合著《市场营销》《银行营销》等多部图书

应邀为数家银行及其他机构举办的行长、经理、职员培训班主讲百余场

目录:第一章

银行零售总述

开篇故事

内地银行争夺零售业务客户争夺大战全面铺开 // 003

第一节

银行零售概况 // 004

第二节

银行零售业务的发展背景 // 016

第三节

银行零售的发展趋势和意义 // 021

第四节

银行零售的四大秘籍 // 030

小结 // 035

第二章

银行零售产品

开篇故事

徽商银行零售产品介绍 // 039

第一节

银行零售产品介绍 // 045

第二节

银行零售产品的开发与创新 // 058

第三节

银行零售产品销售 // 065

小结 // 073

第三章

银行零售客户

开篇故事

内地银行客户策划逃跑计划 // 077

第一节

银行零售客户介绍 // 078

第二节

银行零售客户开发 // 097

第三节

银行零售客户的维护 // 109

小结 // 122

第四章

银行柜面营销

开篇故事

成也柜员，败也柜员 // 125

第一节	
银行柜面营销介绍 //	126
第二节	
银行柜员的选择和培训 //	144
第三节	
银行柜员零售技巧 //	152
小结 //	161
第五章	
银行零售渠道	
开篇故事	
一收一扩皆为客户 //	165
第一节	
银行零售渠道介绍 //	166
第二节	
银行零售渠道的发展 //	171
小结 //	182
第六章	
银行零售的服务营销	
开篇故事	
恼人的信用卡销户过程 //	185
第一节	
银行服务营销介绍 //	186
第二节	
银行服务的展示 //	198
第三节	
银行服务营销满意度管理 //	204
小结 //	208
第七章	
银行促销	
开篇故事	
银行促销又出狠招刷信用卡返现金 //	211
第一节	
银行促销介绍 //	213
第二节	
广告策略 //	219
第三节	
银行人员的推销策略 //	238
第四节	
公共关系的推广策略 //	245
小结 //	250
参考文献 //	252
• • • • •	(收起)

[银行零售\\_下载链接1](#)

标签

银行

零售

方法

营销

范云峰

沟通

客户

评论

给个五颗星

-----  
分享

-----  
拼凑之作，像是各行服务手册的复制品

-----  
[银行零售\\_ 下载链接1](#)

书评

银行零售的发展适应了经济发展的客观要求，同时也反映了金融经济在个人和家庭生活领域的不断深化。它涉及居民的生活、消费、投资等方方面面，成为居民生活不可或缺的一部分。  
零售是社会资源分配的最后阶段，它直接关系到居民的生活方式和生活质量。银行零售是零售业务的...

-----  
[银行零售\\_下载链接1](#)