

# 《零售银行利润倍增金律》

## 图书基本信息

书名：《零售银行利润倍增金律》

13位ISBN编号：9787802554924

10位ISBN编号：7802554926

出版时间：2010-5

出版社：企业管理出版社

作者：张敬坤

页数：197

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《零售银行利润倍增金律》

## 内容概要

《零售银行利润倍增金律》一书并不是面向全体人群。对本职工作骄傲自满的人不必成为《零售银行利润倍增金律》的读者，优秀的工作者从不满足于现状；《零售银行利润倍增金律》同样不适用于那些给自己的工作业绩找各种借口开脱责任的人，提升业绩不能有任何借口。

该书面对的是具有上进心的以及希望变得有上进心的银行业者，读者对象是那些立志成为银行业优秀人才的个人。

通过对国内外数百家银行案例的分析与研究，你就会发现业绩领先银行和一般银行之间的差别是显而易见且大同小异的。

业绩领先银行和其他银行的最大区别在于前者往往强烈地希望去满足其客户的需求、梦想及目标。而其他银行往往只是关注内部的数字、系统和鸡毛蒜皮的琐事。

业绩领先银行不断地给自己制定更远的目标并紧锣密鼓地执行其计划；然而，一般的银行却逐渐营造出另一种文化氛围，在这种氛围下，种种借口受到包庇，公司的损失也越来越大。

# 《零售银行利润倍增金律》

## 作者简介

张敬坤，毕业于中国人民银行研究生部，获经济学硕士学位，并拥有中国注册会计师资格和律师资格。现任中信银行总行营业部零售风险管理部总经理，具有十余年商业银行零售业务的从业经历和经验。

# 《零售银行利润倍增金律》

## 书籍目录

第1章 打造超一流的客户服务 仅“让客户满意”远远不够 附：样表 本章小结第2章 伟大成就之宏伟蓝图 过时的经营模式只能获得过时的结果 仅仅使用科学是远远不够的，还要讲求艺术 愿景宣言 构建愿景宣言 本章小结第3章 成为银行业的领头羊 市场定位 学习案例：激发思考 认知改变感觉 本章小结第4章 制定卓越的战略使收益量大化 更改发展战略 什么才是真正意义上的发展战略 本章小结第5章 成功的市场营销。高额的投资回报 高效和无效的市场营销战略 战略一：将主要的营销资金投资于现有客户 战略二：制造舆论 战略三：清晰定位利基市场 战略四：针对影响中心建立正规的介绍人机制 战略五：理念的革命 战略六：直邮意义重大 战略七：改变发展战略 本章小结第6章 突破高利润销售障碍 如何突破传统的“订单接收”习惯 你的解决方案 销售系统 能带来高利润的价格询问流程步骤 有效的交叉销售系统 跟踪与贯彻 销售管理 本章小结第7章 突破自我，成就非凡、高绩效人士 创建高绩效员工团队 价值观1：“无借口”领导 .....附录 利润成长营销计划

# 《零售银行利润倍增金律》

## 章节摘录

感谢来电人的电话。 请注意：每个标准都可以用于评估；来电人能够评估是否达到了所有的标准。 员工通过观察你在某项策略的设计和 execution 上花费的精力就可以得知其重要程度。 同时，所有的职员都要共同针对每一个“真相时刻”制定可以测量的标准。一定要抵制诱惑，不要让管理团队或者CEO制定标准然后自上而下地将其执行，这没有任何效果。如果某一程序的制定邀请了职员的参与并允许他们进行创造性的思维，那么程序制定出来之后，职员就更容易去遵守。 管理层的任务就是要提升公司的服务水准。既然你的职员已经在共同制定标准，那么就不要再仅仅要求他们表现地稍好一些，而要指导他们达到“非同凡响”。 当他们说“我们应该在电话铃响四声之前接听电话”时，就要挑战他们，可以这样问：“那样的客服还是令人满意的，但是，如要提供非同凡响的服务，我们又将如何去做呢？”让他们从此去发挥创造力吧。 开票人如果没有具体的策略并接受严格的监督的话就不能实现收支平衡，同样，销售或服务部门如果没有具体的策略和系统并接受全面的监督的话，也不会以最佳的状态运转。

# 《零售银行利润倍增金律》

## 编辑推荐

业务领先银行和其他银行的最大区别在于前者往往强烈地希望去满足其客户的需求、梦想及目标。而其他银行往往只是关注内部的数字、系统和鸡毛蒜皮的琐事。

# 《零售银行利润倍增金律》

## 精彩短评

1、本书买给老公的，由于行业的关系，他也很喜欢看，觉得这本书很新，实践中能派上大用场。

# 《零售银行利润倍增金律》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)