

《证券营销业务》

图书基本信息

书名：《证券营销业务》

13位ISBN编号：9787509532720

10位ISBN编号：7509532728

出版时间：2012-10

出版社：中国财政经济出版社一

作者：张春辉

页数：87

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

内容概要

作为1999年教育部首批建设的高等职业院校之一，十年来我们始终不懈地在探索适合高等职业教育的模式。

目前金融保险重点专业及专业群已形成以就业为导向、以岗位能力培养为核心、校企合作、学训一体的人才培养模式。

教学与实训是人才培养的重要内容，应用其中的教材起着关键的作用。我们认为高职教材应具有以下特色：

1. 体现社会对职业的要求。高职教材必须体现职业对从业人员的相关要求，教材编写要以提高学生职业素质为中心，

明确每章教学应达到的素质目标、知识目标、技能目标 and 能力目标，并据此调整相应的内容，以强化课程教学的针对性和应用性，使学生毕业后即能够适应企业工作的需要。

2. 体现岗位对技能的要求。由有实践经验的教师 and 行业中的专家，按照工作岗位的实际需要，对岗位要求层层加以分解，确定从事这一岗位工作所应具备的能力，从而明确培养目标。按照教学规律，将相同、相近的各项能力进行总结、归纳，构成各种不同的教学模块，制定教学大纲，依此来组织教材的结构 and 内容。教材强调以工作岗位所需职业能力的培养为核心，保证了职业能力培养目标的实现。

3. 适应高职学生的特点。教材编写要密切关注学生的特点，注重教材的适应性。目前高职学生的生源由中职生为主转向以高中生为主，使学生的文化基础素质得以提高，根据这一变化，教材编写应跟随时代新技术的发展、摒弃过时陈旧的内容，将新方法、新规范、新标准编入教材，使学生毕业后具备从事专业技术工作和管理工作的能力。

4. 便于组织教学。在结构上，理论讲述、案例分析、综合实训相结合。充分运用表格、结构图、流程图 and 案例等形式表现教学内容。可以进行网络学习的电子化教材与纸质教材配合使用。

《证券营销业务》

书籍目录

课程标准

学习情境一 证券营销认知

学习单元一 证券营销基本原理

学习单元二 证券营销人员行为规范

学习情境二 证券公司柜台业务

学习单元一 开立账户

学习单元二 变更账户

学习情境三 证券公司客户开发

学习单元一 寻找客户

学习单元二 客户沟通

学习单元三 客户促成

学习情境四 证券公司客户维护

学习单元一 客户管理

学习单元二 客户服务

参考文献

三、诱发客户兴趣 赢得客户的兴趣是营销时首先碰到的挑战。为引起客户的兴趣，许多成功的证券营销人员都使用了一种类似于报纸为吸引读者阅读而采用标题的技巧，标题就是问一个概括性的问题或是一句说明，其唯一目的就是激发客户的兴趣。例如：“你是否听说过证券行业中引进了一项新的令人振奋的服务？”在听到这些标题性的题目后，潜在客户已经开始准备听你的详细介绍了。但是由于还未发现客户需求，因此，营销人员还不具备作详细介绍的条件，还需要通过关键性提问，减少紧张程度，发现客户需求。 诱发客户兴趣要想取得好的效果，应该注意不要使用太具体的产品介绍，因为证券营销人员尚未了解客户的真正需求，所以，营销人员要至少准备三个让人觉得舒服的题目，并先在自己的同伴、家人和朋友中进行试验，看是否有效地激起了他们的兴趣，再推而广之，应用到客户沟通中。

四、介绍产品及服务 在介绍产品之前，证券营销人员在问询与倾听过程中，应该努力揭示客户的一些需求或需要解决的问题，同时也要了解客户哪些方面的需求已经得到了满足。证券营销人员只有在明确客户尚未满足的需求后，才能提出解决问题或满足客户需求的方法。通过这种方式的沟通，会使客户感觉到证券营销人员关心的是客户的需求而非本公司的产品或服务。产品介绍取得成功通常注意以下三个方面。

（一）保持简短扼要 产品介绍时要尽可能清楚、简洁地表达证券营销人员的思想。尽可能避免使用一些行业术语，这些术语往往只有证券营销人员能懂，客户并不总是像证券营销人员一样熟悉行业术语。通常情况下，客户听不懂也不会主动告诉营销人员，而客户一般不会购买他们所不了解的产品；同时需要注意，滔滔不绝并非销售，证券营销人员要用最简要、清晰、易懂的语言与客户沟通。

（二）运用视觉手段 运用视觉手段有助于证券营销人员清楚明了地展示产品和服务，有助于客户形象地了解所能得到的好处。如果证券营销人员把这些视觉材料放在一个活页夹中时，就必须熟悉它们摆放的次序，这样才能很快地找到拜访客户需要的资料。

《证券营销业务》

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