

高等职业教育专业教学资源库建设项目规划教材



# 金融服务营销

王艳君 主编



高等职业教育  
金融专业教学资源库  
National Teaching Database in Finance

F830.9  
3



高等职业教育专业教学资源库建设项目规划教材

# 金融服务营销

*Jinrong Fuwu Yingxiao*

王艳君 主编



高等教育出版社·北京  
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

## 内容提要

高等职业教育金融专业教学资源库项目（项目编号：2012-2-6）是教育部、财政部为深化高职教育教学改革，加强专业与课程建设，推动优质教学资源共享，提高人才培养质量而启动的国家级高职教育建设项目。本书是高等职业教育专业资源库建设项目规划教材，并已入选“十二五”职业教育国家规划教材立项选题。

本书主要内容分为三个模块。第一模块（1—3章）是金融服务营销基础模块；第二模块（4—7章）是金融服务营销业务流程模块；第三模块（8—11章）是金融服务营销技能训练模块。每一章节的学习都以典型任务为载体所设计的活动来展开，以工作任务为中心，以业务流程为重点整合理论知识与专业技能，突出银行、证券、保险等金融企业的服务营销技能的训练，通过情景导入、工作流程图等形式体现教学内容与职业工作岗位和过程的关联性，使学生明确所学内容在金融行业营销岗位的各项工作任务及其解决方法。

本书可供高等职业院校和高等专科院校金融专业、市场营销专业及相关专业的学生使用，也可作为金融企业、金融管理部门和金融咨询机构的职工培训书，还可作为从事金融、市场营销研究与教学人员的参考用书。

## 图书在版编目（CIP）数据

金融服务营销 / 王艳君主编. -- 北京 : 高等教育出版社, 2014.1

ISBN 978-7-04-038718-6

I . ①金… II . ①王… III . ①金融市场—市场营销学—高等职业教育—教材 IV . ①F830.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第 271020 号

---

策划编辑 黄燕 责任编辑 刘方媛 特约编辑 荆洁 封面设计 于涛  
版式设计 于涛 插图绘制 尹莉 责任校对 孟玲 责任印制 朱学忠

---

出版发行 高等教育出版社 咨询电话 400-810-0598  
社址 北京市西城区德外大街 4 号 网址 <http://www.hep.edu.cn>  
邮政编码 100120 <http://www.hep.com.cn>  
印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司 网上订购 <http://www.landraco.com>  
开 本 787mm × 1092mm 1/16 <http://www.landraco.com.cn>  
印 张 20.50 版 次 2014 年 1 月第 1 版  
字 数 331 千字 印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷  
购书热线 010-58581118 定 价 35.80 元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究  
物 料 号 38718-00

# 高等职业教育金融专业教学资源库建设项目课程建设委员会

<<<<<<<<<

## 主任委员：

周建松 浙江金融职业学院教授

## 副主任委员：

郭福春 浙江金融职业学院教授

## 委员：

陈春祥 浙商银行副行长

徐 刚 高等教育出版社编审

赵伟江 浙商证券股份有限公司监事长

吴 胜（女） 浙江金融职业学院教授

董瑞丽（女） 浙江金融职业学院教授

康建军 山西省财政税务专科学校教授

黄海沧 浙江金融职业学院教授

肖举萍（女） 保险职业学院教授

王艳君（女） 辽宁金融职业学院教授

王 华(女) 浙江金融职业学院教授

章安平 浙江金融职业学院教授

杨则文 广州番禺职业技术学院教授

武 飞 北京财贸职业学院教授

# 总序 <<<<<<<<

金融是现代经济的核心，是社会和谐发展的稳定器，对现代经济社会发展具有非常重要的意义。自改革开放以来，我国金融业得到了快速发展，对金融业从业人员提出了更高的要求。如何进一步提高我国金融从业人员，尤其是基层业务一线人员的整体素质和水平，是摆在我国高等教育，尤其是高等职业教育面前一项非常重要的课题。

2006年，教育部、财政部开始启动“国家示范性高等职业院校建设计划”，旨在引导我国高等职业教育人才培养应面向各行业企业岗位需求，向培养高素质技能型人才方向发展。高等职业教育金融专业教学资源库建设项目建设从2008年开始启动，2011年正式获得教育部、财政部建设立项。该项目建设是教育部门为了满足金融业迅速发展对从业人员素质提高的要求，规范金融专业人才培养模式，共享优质教学资源而做的一项重要的、有开创性的工作。几年来，高等职业教育金融专业教学资源库建设项目建设在原教育部高职高专经济类教学指导委员会的指导下，按照教育部提出的“由国家示范高职建设院校牵头组建开发团队，吸引行业企业参与，整合社会资源，在集成该专业全国优质课程建设成果的基础上，采用整体顶层设计、先进技术支撑、开放式管理、网络运行的方法进行建设”的建设方针，确定了浙江金融职业学院、广州番禺职业技术学院、山西省财政税务专科学校等10多所院校和中国农业银行浙江省分行、浙商银行等20余家金融企业作为联合建设单位，同时以课程和项目为单位吸收全国30余所高职院校的100余名骨干教师形成了一支学校、企业、行业紧密结合的建设团队。项目建设团队以金融产业转型升级的现实需求为起点，以“六业贯通”为主线，即办好“专业”，注重“学业”，关注“就业”，鼓励“创业”，强化“职业”，成就“事业”，以学生自主学习、教师教学交流、职员业务提升、社会大众金融知识普及四大平台为支撑，以10门课程与15个资源中心为主要建设内容，以现代教育信息技术为手段，实现优质金融教育资源人人、时时、处处的共建、共用、共享。

在上述工作基础上，项目组推出了高等职业教育金融专业教学资源库系列教材，包括《金融基础》、《金融服务营销》、《金融服务礼仪》、《商业银行会计》（第二版）、《银行授信业务》、《银行产品》、《国际结算操作》、《商业银行综合柜台业务》、《证券投资实务》、《保险实务》等10本教材。本系列教材是“高等职业教育金融专业教学资源库”建设项目的重要成果之一，也是资源库课程开发成果的重要载体和资源整合应用的实践。2013年，本系列教材已入选“十二五”职业教育国家规划教材立项选题。

本系列教材装帧精美，采用四色或双色印刷，使教材的表现力更加生动、形象。另外，按照资源库建设的顶层设计要求，在本系列教材编写的同时，各门课程开发了涵盖课程大纲、教材、职业活动教学设计、电子课件、操作演示、虚拟实训、案例、动画、视频、音频、图片等在内的丰富的教学资源。这些教学资源的建设与教材编写同步进行，相携而成，是本系列教材最大的特色。同时，为了引导学习者充分使用资源，打造真正的“自主学习型”教材，本系列教材增加了辅学资源标注（具体见本书学习指南），即在教材中通过图标形象地告诉读者本处教学内容所配备的资源类型、内容和用途，从而将教材内容和教学资源有机整合起来，使之浑然一体。如果说资源库数以千计的教学资源是一颗颗散落的明珠，那么本系列教材就是将它们有序串接的珠链。

我们有理由相信，这套嵌合着数以千计的优质教学资源、凝结着数以百计的优秀教师心血的教材将会成为高等职业教育金融专业教学上第一套真正意义的理实一体的数字化、自主学习型创新教材。衷心地希望高等职业教育金融专业教学资源库项目成果，能够为高等职业教育金融专业建设和人才培养起到积极重要的推动和引导作用。

高等职业教育金融专业教学资源库建设项目组

2013年10月

# 前言 <<<<<<<<

国家《金融业发展和改革“十二五”规划》提出了“十二五”金融业改革的具体量化目标值，其中之一是“十二五”期间金融服务业增加值占国内生产总值比重保持在5%左右。5%目标值的提出，意味着金融服务业将正式成长为国民经济的支柱产业，迎来难得的历史性发展机遇，预示着金融服务业增加值增速将略高于GDP增速。而要想实现5%的目标值，就必须加速发展我国的金融业。要想加速发展我国的金融业，其前提就是需要一批数量庞大的高素质、高技能的金融人才。本书就是为满足这一需要而编写的。

本书主要内容分为三个模块。第一模块（1—3章）是金融服务营销基础模块；第二模块（4—7章）是金融服务营销业务流程模块；第三模块（8—11章）是金融服务营销技能训练模块。每一章节的学习都以典型任务为载体所设计的活动来展开，以工作任务为中心，以业务流程为重点精心整合理论知识与专业技能，突出银行、证券、保险等金融企业的服务营销技巧的训练，通过情景导入、工作流程图等形式体现教学内容与职业工作岗位和过程的关联性，使学生明确所学内容在金融行业营销岗位的各项工作任务及其解决方法。将应用型、职业化特色融入基础知识和实践项目等各个部分，并使之有机结合，实现理论与实践的一体化。本书打破了传统的市场营销学的教材体系，在国内尝试了一种全新的金融服务营销学教材体系。

“金融服务营销”是一门实践性和操作性很强的课程，其培养目标是金融企业一线服务营销人才。本书主要针对的是银行、证券、保险、信托、基金等金融企业的服务营销职位，由浅入深，图文并茂，理实一体，具有极强的实践性。本书着眼于我国金融企业实际发展的需要，根据职业教育的特点，各章安排了学习目标、内容结构、学习内容、综合实训和参考文献。本书的最大特点是设计了28个活动，并配备了大量的同步思考和同步案例及综合实训等技能训练项目；实训项目对活动要求、活动组织与步骤以及考核标准都做了翔实而严格的界定，同时，兼顾了职业岗位标准和职业资格考试内容，从根本上解决了高职高专院校金融专业“金融服务营销”课程实训项目难以量化和课程评价标准单一的问题，为教师提供了可供参考的教学实践依据，为提高学生的实战能力奠定了良好基础。

2008年，辽宁金融职业学院被辽宁省教育厅批准并开始了省级示范院校建设；同年，我们参与了由浙江金融职业学院牵头的高等职业教育金融专业教学资源库建设项目，该项目于2011年9月获国家教育部正式批准立项。通过近四年的示范院校建设和资源库项目建设，在金融专业的课程建设和教学改革上，积累了一定的经验，并在校内进行了近四年的实践，在此基

础上，广泛研究了目前“市场营销”和“金融营销”等课程使用的部分教材情况，最终完成了本书的编写。可以说，本书是高等职业教育金融专业教学资源库建设项目的重要成果之一，也是资源库课程开发成果和资源整合应用的实践和重要载体。

本书由辽宁金融职业学院王艳君教授主编，编写提纲由王艳君拟定，初稿完成后，由王艳君负责总纂、修改、编辑并定稿。各章具体分工如下表所示：

| 章序号 | 章名              | 参编院校及教师          |
|-----|-----------------|------------------|
| 1   | 感悟金融服务营销        | 辽宁金融职业学院 王艳君     |
| 2   | 金融服务营销团队建设第一、三节 | 山西金融职业学院 郝春霞     |
|     | 金融服务营销团队建设第二节   | 江苏财经职业技术学院 卢运莉   |
| 3   | 金融服务营销策略第一、二、三节 | 广东农工商职业技术学院 饶小琦  |
|     | 金融服务营销策略第四、五、六节 | 北京财贸职业学院 陈颖      |
| 4   | 金融市场调研与营销环境分析   | 黎明职业大学 黄挺顺       |
| 5   | 金融服务营销目标市场选择与定位 | 湖南大众传媒职业技术学院 颜家水 |
| 6   | 金融服务营销目标市场介入    | 广州番禺职业技术学院 罗威    |
| 7   | 金融服务品质评价与客户关系维护 | 山西财政税务专科学校 王波    |
| 8   | 银行服务营销          | 浙江金融职业学院 李宏伟     |
| 9   | 证券服务营销          | 北京电子科技职业学院 张春辉   |
| 10  | 保险服务营销          | 辽宁金融职业学院 梁涛      |
| 11  | 其他金融企业服务营销      | 辽宁金融职业学院 戴晓冬     |

作为主编，在此我要感谢参与“金融服务营销”课程教学资源库开发工作的人员——来自全国11所高职院校的全体老师们，正是由于各位老师对我国高等职业教育的热爱，不辞辛苦，认真钻研，用心做事的工作态度及不懈努力，才使本书在历经近一年的时间得以完成。在这里，我要真诚地道一声：大家辛苦啦！

本书从编写大纲的拟定，到内容的编写，我们得到了辽宁金融职业学院院长、本项目主持人郑永海教授，副院长、本书主审李厚俭教授，本项目合作单位盛京银行个人业务营销部副总经理姜殿成，中国建设银行辽宁省分行企业文化部业务经理万云等专家、学者和企业界人士的热心帮助和指导，他们为本书的编写提供了许多珍贵的参考资料，并提出了许多宝贵的意见和建议，在此，一并表示感谢！

此外，在本书的撰写过程中，参考了国内外大量文献，借鉴了国内金融企业的内部刊物和培训资料，作者已尽可能在参考文献中详细列出，对这些前辈、同行、专家、学者表示深深的谢意！引证材料恐有疏漏，在此深表歉意！

由于编者专业和学术水平的局限，错漏之处，在所难免。敬请各位专家、学者不吝赐教，恳请广大读者批评指正。

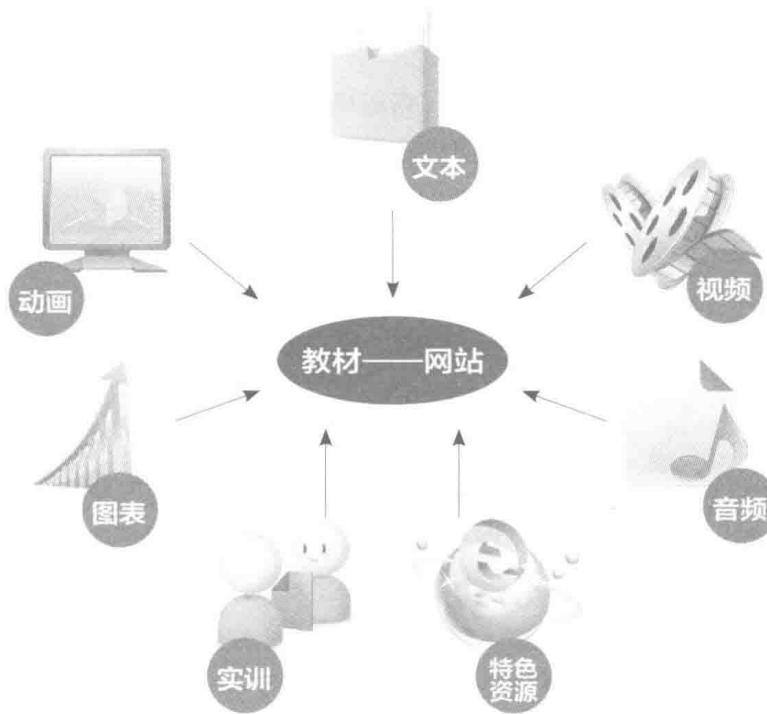
编者

2013年8月

# 学习指南 <<<<<<<<<

## 一、资源标注说明

高等职业教育金融专业教学资源库系列教材共有7种辅助资源标注形式，分别是文本、图表、音频、视频、动画、实训、特色资源。当教材中出现相应图标时，表示此处配有对应类型的资源。学习者可到相关网站查看或获取。



## 二、资源获取方式

1. 高等职业教育教学资源中心，网址：[www.cchve.com.cn](http://www.cchve.com.cn). 学习者可自行注册，浏览课程大纲、职业活动教学设计等相关课程资源。
2. 高等职业教育学习资源网，网址：[hve.hep.com.cn](http://hve.hep.com.cn). 学习者可自行注册，然后用书后防伪码进行充值，即可浏览、获取上述7种教材辅助资源及试题库等其他资源。

# 目录 <<<<<<<<

本书导读 /001

## 第一章 感悟金融服务营销 /009

第一节 认知金融服务 /011

第二节 体验金融服务营销 /020

## 第二章 金融服务营销团队建设 /039

第一节 金融服务营销人员职业素养 /041

第二节 金融服务营销人员职业行为规范与职业道德建设 /046

第三节 金融服务营销团队建设 /053

## 第三章 金融服务营销策略 /063

第一节 金融企业关系营销策略 /066

第二节 金融企业品牌营销策略 /071

第三节 金融企业电子平台营销策略 /075

第四节 金融企业体验式营销策略 /078

第五节 金融企业媒体营销策略 /081

第六节 金融企业人员营销策略 /086

## 第四章 金融市场调研与营销环境分析 /095

第一节 金融市场调研概述 /097

第二节 金融服务营销环境分析 /103

## 第五章 金融服务营销目标市场选择与定位 /117

第一节 市场细分与目标市场选择 /119

第二节 市场定位与品牌创造 /127

## 第六章 金融服务营销目标市场介入 /139

第一节 挖掘和识别目标客户 /142

第二节 客户深层次需求及决策分析 /147

第三节 客户沟通及金融服务展示 /152

第四节 谈判确立成交 /161

**第七章 金融服务品质评价与客户关系维护 /173**

第一节 金融服务品质评价 /175

第二节 客户关系维护 /182

**第八章 银行服务营销 /199**

第一节 银行营销人员的服务营销 /201

第二节 银行服务营销训练 /225

**第九章 证券服务营销 /241**

第一节 证券公司客户经理的服务营销 /243

第二节 证券经纪业务营销训练 /251

**第十章 保险服务营销 /265**

第一节 直接保险服务营销 /267

第二节 间接保险服务营销 /275

**第十一章 其他金融企业服务营销 /289**

第一节 信托企业服务营销 /291

第二节 证券投资基服务营销 /298

# 本书导读 <<<<<<<<<

## 1. 学习目标

“金融服务营销”是一门多学科结合的前沿课程，是金融专业核心课程。本书以市场营销学为基本理论框架，以银行、证券、保险和其他金融企业为对象，通过把市场营销和服务营销进行融合，研究和揭示金融行业的营销观念、营销策略、营销流程和营销技巧等金融服务营销理论与实务。

本书通过“边学、边练”的教材编排形式，实现理实一体化的教学模式。本书充分体现学生为主体、教师引导和指导的思想。通过精心设计的学习目标、内容结构、学习内容、综合实训和参考文献等结构体系，以及精心设计的能力目标、同步思考、同步案例、活动设计和综合实训等实训体系和教学活动，来训练和培养学生的专业能力，帮助学习者建立金融企业的服务营销意识，了解国家关于金融企业服务营销的政策、法规，让学习者具备金融企业服务营销的基本素养、基本知识和基本职业技能，并能够应用于今后的工作实践，以满足我国金融行业对营销人才的需求。

## 2. 适用对象

本书可供高等职业院校和高等专科院校金融专业、市场营销专业及相关专业的学生使用，也可作为金融企业、金融管理部门和金融咨询机构的职工培训用书，还可作为从事金融、市场营销研究与教学等人员的参考用书。

## 3. 内容介绍

本书分为三大模块共十一章。

第一模块：金融服务营销基础模块，包括第一章至第三章，主要介绍金融服务和金融服务营销必备的基本知识和基本技能。

第一章是感悟金融服务营销：主要介绍金融服务和金融服务营销的含义、特征、基本操作流程和渠道模式；怎样向客户简单推介金融服务；怎样在既定的服务和营销模式下，做好金融服务和营销。

第二章是金融服务营销团队建设：主要介绍金融服务营销人员的职业素养、行为规范、职业道德和团队建设等内容；怎样提高金融服务营销人员的职业素养；怎样加强金融企业服务营销人员职业道德建设和团队建设。

第三章是金融服务营销策略：主要介绍金融企业关系营销、品牌营销、电子平台营销、体验式营销、媒体营销和人员营销等策略的特征、目标和操作流程；怎样实施关系营销；如何建立品牌组合与科层结构；怎样运用互联网、电话、自助服务终端等电子平台进行营销；如何进行体验式营销；怎样

根据金融企业营销目的和预算要求，选择电视、网络、报纸、广播等合适的媒体进行组合营销；怎样进行金融企业人员营销。

**第二模块：金融服务营销业务流程模块**，包括第四章至第七章，主要介绍金融市场调研与营销环境分析、金融服务营销目标市场选择与定位、金融服务营销目标市场介入、金融服务品质评价与客户关系维护四大操作步骤。

**第四章是金融市场调研与营销环境分析：**主要介绍金融市场调研方法、流程和影响因素；怎样按照市场调研流程进行金融市场的调研；如何进行金融市场宏观与微观营销环境的分析；如何撰写市场调研分析报告。

**第五章是金融服务营销目标市场选择与定位：**主要介绍金融服务营销的市场细分的方法和目标市场选择与定位的策略；怎样运用细分市场和目标市场选择的方法，有效地进行市场细分和目标市场的选择；怎样运用市场定位和品牌创造的方法，有效地进行市场定位和品牌创造。

**第六章是金融服务营销目标市场介入：**主要介绍金融服务营销目标市场介入的方法、流程和策略；怎样挖掘和利用相关技巧转化潜在客户；怎样撰写客户需求调研问卷；怎样分析客户的决策过程；如何按照规定约访客户、与客户直面沟通和进行销售面谈；怎样进行有效的电话交流；怎样撰写金融服务营销方案；怎样有效展示金融服务；怎样进行金融服务谈判；如何妥善解决谈判中出现的客户异议；怎样促成合作；如何撰写客户需求方案。

**第七章是金融服务品质评价与客户关系维护：**主要介绍金融服务品质评价体系的构建与实施，客户关系维护的方法与技巧；怎样调查和分析客户满意度和客户忠诚度及其相互关系；如何评价金融企业的服务质量；怎样建立和完善客户营销档案并进行针对性的维护；如何恰当对待和妥善处理客户的异议、拒绝和投诉，并有效补救服务失误。

**第三模块：金融服务营销技能训练模块**，包括第八章至第十一章，主要介绍商业银行、证券公司、保险公司和其他金融企业的营销技能演练。

**第八章是银行服务营销：**主要介绍银行客户经理、大堂经理与柜员、理财经理的岗位职责、绩效考核和营销技巧；怎样以银行客户经理、大堂经理与柜员、理财经理的身份，恰当地运用营销手段去营销银行融资、结算、票据等公司金融业务和储蓄、结算、银行卡、贷款、理财、电子银行等个人金融业务。

**第九章是证券服务营销：**主要介绍证券公司客户经理的岗位职责、绩效考核以及证券公司客户经理和证券经纪业务的营销技巧；怎样根据产品的特点和客户的差异，进行证券产品或服务的营销；怎样根据营销渠道的特点和沟通技巧，开发客户，并为客户提供优质服务。

第十章是保险服务营销：主要介绍保险公司业务人员服务营销的岗位设置、岗位职责、绩效考核和保险产品或服务的营销渠道和营销技巧；保险业务员、保险代理人、保险经纪人怎样根据保险产品或服务的特点，在不同的营销渠道里进行不同形式的营销。

第十一章是其他金融企业服务营销：主要介绍信托和证券投资基金管理企业服务营销的岗位职责、绩效考核和信托产品、证券投资基金的营销技巧；怎样根据客户的需求、产品的特点和规定的流程进行信托产品、证券投资基金的营销。

#### 4. 能力目标

通过本课程和本书的学习，学习者达到的能力目标是：

##### 4.1 职业通用能力目标

通过本课程和本书的学习，使学生的自我管理和自我发展能力、与他人合作共事能力、交往和联系能力、安排任务和解决问题能力、实践和创新能力等方面都有一定程度的提升；同时具有一定的职业责任心、敬业和求索精神、团队合作意识、创新意识、职业操守素养，严格遵守职业行为规范与职业道德规范，为上岗就业做好充分的准备。

##### 4.2 职业专业能力目标

通过本课程和本书的学习，使学生具备从事银行、证券、保险等金融服务营销岗位的职业专业能力：

4.2.1 市场调研与分析能力：会按照市场调研流程进行金融市场的调研，会进行金融市场宏观与微观营销环境的分析，会撰写市场调研分析报告；会分析客户的需求和决策过程，能有效进行客户满意度和忠诚度的调查分析，会撰写客户需求调研问卷、客户需求方案。

4.2.2 开发与客户维护能力：能有效进行市场细分和目标市场的选择与定位；会利用营销技巧挖掘和转化潜在客户；能与客户直面沟通和进行销售面谈，能有效进行电话交流，会撰写金融服务营销方案，能有效展示金融产品或服务；会运用谈判技巧，妥善解决谈判中出现的客户异议并促成合作，会撰写金融服务营销方案；能妥善处理客户异议和投诉，能恰当对待和处理客户拒绝，能有效补救服务失误。

4.2.3 营销金融产品或服务能力：能在金融企业的营业网点进行一对一人员营销；会利用互联网、电话或手机、自助服务终端等手段进行金融产品或服务信息的发布、产品推介和产品营销；会利用指定的渠道和手段营销银行的公司金融业务和个人金融业务、证券经纪业务、保险业务、信托业务和投资基金业务，会为客户制定综合理财方案。

## 5. 学习建议

### 5.1 学习计划(见下表)

| 序号 | 章 目             | 学习重点及要求  | 参考学时 |
|----|-----------------|--|------|
| 1  | 感悟金融服务营销        | 认知金融服务或产品的一般种类和主要模式；熟悉金融服务营销的基本操作流程，主要渠道与模式  | 6    |
| 2  | 金融服务营销团队建设      | 了解金融服务营销人员所必备的职业素养；熟悉有关金融服务营销人员的监管规章、行为规范和职业道德；理解团队建设的实践意义和主要途径                          | 4    |
| 3  | 金融服务营销策略        | 理解金融企业关系营销、品牌营销、电子平台营销、体验式营销、媒体组合营销和人员营销等策略的操作流程、实施途径；会分析上述营销策略并能进行适度的选择运用               | 10   |
| 4  | 金融市场调研与营销环境分析   | 熟悉金融服务市场调研的方法和流程；会对金融企业营销环境进行宏观因素与微观因素的分析  | 4    |
| 5  | 金融服务营销目标市场选择与定位 | 理解市场细分的方法和流程，掌握目标市场选择的策略；熟悉市场定位的流程和策略，了解品牌创造的过程和途径                                       | 6    |
| 6  | 金融服务营销目标市场介入    | 会挖掘并利用相关技巧转化潜在客户；熟悉客户的购买决策流程并会撰写客户需求调研问卷；能与客户直面沟通和进行有效的电话交流，能有效展示金融服务；能解决谈判中出现的客户异议以促成合作 | 8    |
| 7  | 金融服务品质评价与客户关系维护 | 熟悉金融服务质量评价指标，会调查分析客户满意度与忠诚度；能妥善处理客户异议和投诉，能恰当对待和处理客户拒绝，能有效补救服务失误                          | 6    |
| 8  | 银行服务营销          | 熟悉银行客户经理、大堂经理与柜员、理财经理的岗位职责与绩效考核和营销技巧；会营销银行的公司金融业务和个人金融业务                                 | 6    |
| 9  | 证券服务营销          | 熟悉证券公司客户经理岗位职责、绩效考核和营销技巧；会进行客户的开发与客户服务，会营销证券产品或服务  | 6    |
| 10 | 保险服务营销          | 熟悉保险公司业务人员服务营销的岗位设置、岗位职责、绩效考核和保险产品或服务的营销渠道和营销技巧；会根据保险产品或服务的特点，在不同的营销渠道里进行不同形式的营销         | 6    |
| 11 | 其他金融企业服务营销      | 熟悉信托企业营销人员的岗位职责与绩效考核和营销技巧；熟悉基金营销人员的岗位职责与绩效考核和营销技巧  | 4    |
| 12 |                 | 集中实训   | 6    |
| 合计 |                 |  | 72   |