

成功营销 成就非凡

营销 赐福

孙祺然 ○ 编

100个案例

真实讲述信用卡营销成功之道

- ★ 零售金融营销的MBA
- ★ 银行客户经理营销必读

 中国金融出版社

营销赐福

孙祺然 编



中国金融出版社

责任编辑：贾 真
责任校对：潘 洁
责任印制：张 莉

图书在版编目 (CIP) 数据

营销赐福 (Yingxiao Cifu) / 孙祺然编. —北京: 中国金融出版社,
2010. 5
ISBN 978 - 7 - 5049 - 5435 - 0

I. ①营… II. ①孙… III. ①银行业务—市场营销学 IV. ①F830.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 034994 号

出版 **中国金融出版社**

发行

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010) 63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010) 63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010) 66070833, 62568380

邮编 100071

印刷 北京松源印刷有限公司

装订 平阳装订厂

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 13.75

字数 216 千

版次 2010 年 5 月第 1 版

印次 2010 年 5 月第 1 次印刷

定价 35.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5435 - 0/F. 4995

如出现印装错误本社负责调换 联系电话(010)63263947

序 言

欣闻信用卡案例指导读本《营销赐福》出版面世，我十分高兴，首先表示祝贺。这是国内首本以讲述信用卡案例营销为指导内容的成长之道的书籍，相信它的出版必将会对银行营销中如何沟通交流起到有益作用。祝愿从事银行营销的同仁凭借学习的力量如虎添翼，虎跃雄风！

信用卡是近年来各家银行关注的新兴业务，竞争异常激烈。每当翻阅银行经营报表，我总会习惯地审视信用卡业务的走势，一组组数据携带着变化，由少到多、由小到大、由弱到强，更惊奇的是其在中间业务中的占比近60%，位居第一，有目共睹。在这坚实数据背后却凝聚着“简单事情重复做”的不平凡精神，这种精神就是“千方百计”和“千锤百炼”。可谓“二千”精神闯市场，勤者自强，强者自胜。

“千方百计”就是总结学习的精神。信用卡是银行业新兴业务，初上市场拒绝率很高，但尚无借鉴。广东发展银行北京信用卡团队不等不靠，积极总结，善于钻研，探索形式多样的学习方法，每天、每周、每月从不间断，先后出版《信用卡向拒绝说不》、《100个人的100个故事》、《100个格言的100个故事》、《100张图片的100个故事》，真正做到让学习方法成为力量，才使信用卡得以走进千家万户，惠及百姓理财生活。

“千锤百炼”一方面就是向市场学习的精神。信用卡具有较大同质化，但北京信用卡团队勤奋向市场学习，向客户学习，向他行学习，发现机会、抓住机会，创新营销模式。走出了“有特色、有市场、有价值、有针对性”的“四有”之路，本书中均有详细叙述，尽显价值。另一方面，就是对人的



历练。信用卡营销是很具挑战性的工作，只有以坚毅、友善、激情、自律融会的有力执行力才能攻坚克难；日复一日的营销锤炼，才能出规模、出业绩、出人才。几年来，北京信用卡团队培养了大批优秀人才，团队的共同特质就是有了困难，不退缩；遇到逆境，不灰心；受了挫折，不气馁。总是乐观向上，寻求真理，直面朝阳，这种百折不挠的品质价值恒久！

有句话说得好：“绵世泽莫如行善，振家声还是读书。”那就让学习成为优秀，让优秀成为习惯！

学习、学习……每天都不间断！

张庆修

广东发展银行党委委员、北京分行行长

2010年3月

前 言

走进新世纪，信用卡市场竞争大幕开启！持卡消费已走入千家万户。而对于银行来说，营销成为银行业竞争的生命线，具有决定性的意义，这本由北京营销一线团队编写的营销之道《营销赐福》，以案例的经典形式讲述无形胜有形的营销奥秘。知己知彼，志在必胜，对促进信用卡事业的健康发展和扩大交流发挥借鉴作用。

谨以《营销赐福》的出版纪念广东发展银行信用卡发行走过1000万张历程！

《营销赐福》全书分为六个部分，按照目标、资讯、形象、需求、签单、服务的营销流程展开，逻辑严谨，理论缜密。全书通过对100个营销案例的分析指导，把深奥专业转化为生动的表达，通俗易懂，大道简行；营销技能娴熟适用，易于行动。该书有两个显著的特点：最具理念的营销模式，最具实效的真实案例。优秀的营销高手都是目标明确，科学安排，明白在重要时间干重要而不紧急的事，或者是干重要而紧急的事，力戒不重要不紧急之事，以时间为王。面对每日、每周、每月上千人次的客户访问量，不成功是没有找到方法，成功有道，营销需要方法。格物致知，战胜拒绝，坚持把每一件简单的事做好就是不简单，把每一件平凡的事做好就是不平凡。“成功的人找方法”贯彻全书始终，传道解惑，揭示规律。

探究规律，营销就要找对人、选对产品、说对话，细分市场，准确定位，以卓越的营销服务满足客户需求，坚持做到正确的做事，做正确的事。在营销中传播价值，用爱心分享成功的经验，以无形胜有形。



无形胜有形，是营销中看不见的力量，营销不只是产品的决胜，技术的决胜，更是思想意志的决胜。《礼记·大学》中“格物致知”源在于“意诚正心”。“意诚正心”就是支撑营销方法的“无间道”，《营销赐福》中大量篇幅论述“职场”就是“志场”，“志”就是尚德守正，勤勉敬业。通俗讲就是顶天立地做人，脚踏实地做事。面对营销中的挫折、困难或诱惑，不取巧、不投机、不胡来，因为道德可以填补智慧的缺陷，而智慧却永远填补不了道德的缺陷，因而修身己敬就显得格外重要，把“意诚正心”融入营销业务之中。用正心指导实践，方法决定成败。播洒阳光行动，收获阳光事业。正所谓“菩萨畏因，凡夫畏果”，就是关注每一个过程的因果变化，操之在我，止于至善。这些优秀的理念十分可喜地植入银行营销，发人深思，难能可贵！

匠人传人以术，哲人授人以道。

道可道，此乃道！

林德明

广东发展银行信用卡中心总经理

2010年3月

目 录

第一部分 目标 营销以终为始

冲锋一天	王 雪 (003)
宣言如山	郑曙光 (005)
颤抖之勇	陆 英 (008)
三次掌声	高 阳 (010)
成功倒算	苏玉红 (012)
再写雄心	罗 林 (014)
瞄准目标	于 静 (016)
玫瑰传情	姜海峰 (019)
明天还来	赵 莹 (022)
那就是我	张 欧 (023)
种子法则	孙 鹰 (025)
方向之道	孙永辉 (026)
取回名片	杨丹丹 (028)
展会故事	夏小新 (029)
特别声明	林色钦 (031)
勇敢上当	苟于华 (032)
语定伦次	刘长云 (034)

第二部分 资讯 营销知己知彼

创建 Q 群	陈 超 (039)
耳听八方	怀艳艳 (041)
怀旧珍藏	王 华 (043)
听话听音	李 军 (044)
成败之间	杨 眉 (047)

“堡垒”男孩	房 华 (049)
“扫街”拾趣	孙永飞 (050)
失望之后	黄春燕 (052)
搜索猎物	孙雯轩 (054)
天使书信	贾莉萍 (057)
小小铅笔	杨丽珍 (059)
笑傲江湖	刘国强 (060)
准备行动	李 乐 (062)
五次拜访	马 琳 (065)
“扫楼”攻略	战俊岩 (067)

第三部分 形象 营销赢得信任

2

感恩挫折	张 岩 (071)
拒绝诱惑	牛 方 (073)
吃亏为善	寇 媛 (074)
急中生智	杜海琴 (076)
见贤思齐	罗 巍 (078)
路伴歌声	马 兰 (080)
耐心前行	张国平 (083)
期待美丽	张 丽 (084)
“三顾”营销	杜 伟 (086)
微笑关门	王薇薇 (087)
购买笑容	刘 萍 (089)
欣赏自己	尹国埃 (090)
一扫而光	薛佳琳 (093)
岿然不动	王 军 (095)
奇迹出现	刘小天 (096)
以险为鉴	舒克海 (099)
应邀传道	赵丽丽 (101)
与雪共舞	赵润萍 (103)
追问营销	杨晓静 (104)

第四部分 需求 营销满足客户

成功有约	张 尧 (109)
独胆出击	蒲海燕 (112)
化险为夷	李小成 (114)
炫亮八天	刘 峰 (116)
跑出优秀	刘峰山 (119)
三个男人	龚 磊 (120)
踏雨前行	黄 燕 (122)
天使宣言	张忠豪 (124)
有备而来	杨旭芳 (125)
悬丝诊脉	于菲菲 (128)
学会询问	张书芝 (130)
勇者不惧	王亚伟 (132)
心强志坚	管永红 (134)
追逐美女	朱晓蕾 (135)
业精于勤	闫莉莉 (137)

第五部分 签单 营销排解疑异

“扫表”秘籍	冯晓岩 (141)
三秒制胜	侯永杰 (143)
“改心”悟道	杨丽萍 (145)
成长四天	曹 燕 (146)
不找借口	周丽媛 (150)
泰然镇定	刘 佳 (152)
剑走偏锋	李春芳 (153)
励志名言	王宏伟 (155)
破“墙”之道	邱照军 (156)
时间为王	张文超 (158)
突破设限	史洪杰 (160)
下一秒钟	钟 媛 (162)

一步之遥	冯 盈 (163)
以变应变	孙崇连 (165)
有问必答	李德强 (167)
再见百人	何 山 (169)

第六部分 服务 营销永恒真情

顾问写信	王 芳 (173)
吵架真情	王 静 (174)
诚信无价	蔡 潇 (176)
斗志昂扬	王 莉 (178)
发现幸福	王心洁 (180)
“快克”真情	李 娜 (181)
宽容是福	王 洋 (183)
情到深处	石灿军 (186)
收获短信	石敏利 (188)
特事特办	张 野 (189)
笑遍世界	刘书斌 (191)
有胆敲门	李 慧 (192)
忠实客户	于楠楠 (194)
重新办卡	袁 伟 (196)
走在雨中	杨增辉 (198)
纪念失败	宋云龙 (200)
透露天机	葛艳花 (201)
贺岁行动	李东海 (203)

后记 营销祝福

第一部分

目 标

营销 以终为始

信用卡营销是“挑”和“销”的艺术，正是因为这个“挑”的技术，决定首先知道去哪里挑选出优质客户。目标营销的魅力在于整合资源，将市场按行业、按系统、按区域进行细分，锁定目标，以终为始，永不放弃。目标为营销的第一要义！

营销格言：一心向着目标前进的人，整个世界都会为他让路。

冲锋一天

王 雪

那是一个适合营销的好天气。蓝色的天空里飘着几朵白云，微微的风吹在身上让人有一种绸缎掠过的感觉，初夏的炎热让人对这种天气的向往变成一种奢求。

开完晨会，我立即带上礼物出发。心里琢磨着这样好的天气一定不要浪费，尽量多办几张表。我兴高采烈地去了前一天刚刚开发过的一个物业公司，那个物业公司有50多名员工，他们对信用卡都不是很了解，所以上次去只办了10张表，这里还是非常有开发潜力的。我琢磨着经过上次详细的介绍，加上今天特地拜访的诚意，他们中会有很多人接受广发卡。

但是当我自信地敲开办公室的门时，事情并不如我想象中的那样。那些人并未被信用卡的优惠便捷和我的诚意所打动，无论我怎么讲述广发卡的优势和种种功能，他们还是不办理。我很失落，但还是礼貌地关上了办公室的门，微笑着退了出来。

我站在马路上连续进行了几次深呼吸，告诉自己：并不是所有的事情都会朝着自己的目标发展的，出现这种状况是再正常不过的。如果客户不深入了解就主动办卡，那只能算是幸运！想到此，我鼓起勇气转身走进了附近的另一座大厦，但当我从16楼“扫”到1楼时仅仅办出了1张表，我的情绪低落到了极点。

老天真会开玩笑，给我那么好的心情和那么惬意的天气，却给我少得可怜的业绩。我拖着又饿又累的身体来到一家小吃店，随便吃了点东西就坐上公交车回单位，虽然有几许不甘，但是我实在是没有勇气去面对接下来的拒绝了。到了单位楼下的时候，我又犹豫了，坐在公交车站的凳子上，我怅然若失，这1张表的业绩让我实在没有脸面去见我的队长和队友，更让从没认输过的我觉得抬不起头来，我迷茫地看着眼前来来往往的人群，时间仿佛在我的面前静止，我也不知道该何去何从。

正胡思乱想间，我接到了队友江华的电话，他说和胡恒正在“扫楼”，

业绩还可以，还关切地问我这边情况怎样，并告诉我贵在坚持，一定会有好的结果。我知道队友们的安慰是好意，但因为触碰到了我内心最脆弱的地方，我没有办法假装坚强，没头没脑地敷衍了几句后，就慌忙地挂掉了电话。正暗自心虚的时候，我又接到队友战俊岩的短信，他告诉我他已经办出五六张全件了，还说：“我们今天一定要努力完成队长布置的任务，这样我们队才能排上名次，加油！”看到这里，我的心里更加不是滋味。为什么别人都能办出很多张表，而我只有少得可怜的1张？是我不够勤奋，还是我的嘴笨？想来想去，答案只有一个，就是——队长天天说得我们耳朵都能生出茧子的词语：坚持！

是啊！不坚持到最后，怎么知道我还有没有机会？怎么知道我还能不能完成每天“破五”的目标呢？看了看表，已经下午4点多了，离下班还有1个小时的时间，是放弃还是继续呢？我选择坚持！此时迎面正好开过来一辆671路公交车，我不加考虑地就上去了。

到了知春路，我看到路边有一栋大厦挺气派，就用最快的速度下车进了大厦，因为我不想给自己考虑的时间。幸运的是，在这里我只工作了1个小时就办出了15张表，还有4个人答应第二天办理。

晚上6点，我回到了单位，悄悄地重复着每天的工作：打印、复印、交表。只有我自己知道，在这一天里我战胜了自己，超越了自己，经历了不同寻常的转变！

后来，听同事说去了那座大厦没有办出表，我暗自窃喜，如果没有那天的坚持和队友们传递的力量，机会就不属于我。

发卡竞赛的上半场活动结束了，我通过自身的努力及队长和队友的帮助进了中心前30名。通过历练，我比以往更自信了，我相信在下半场的竞赛中，通过我的努力和坚持一定会登上中心前10名！这是我奋斗的目标，我相信自己可以做到！

我现在就付诸行动，天地都在助我成功！



营销工作，最大的困难与障碍不是客户的拒绝，也不是产品的缺陷。最大的困难是战胜自己！心灵设限了，行动也将受限。

“心灵无疆”的精神世界才是最高的营销境界！

宣言如山

郑曙光

进入4月，春暖气爽，花开烂漫。但此时我的心情却无法开朗，看到业绩排行榜上全是些不认识的新员工，恍如一觉醒来整个世界不再是我的。

来广发银行将近两年，已是个不折不扣的“老”人，初始的那份棱角和激情逐渐在磨损和隐退。业绩渐渐趋于平淡，看到不断刷新的业绩榜，有种江山易主、恍如隔世的感觉。难道自己真的老了吗？这已不是我们当朝的时代了吗？不！老当益壮，老而弥坚，再不出山恐怕真的要归隐了。下期业绩榜首非我莫属！要狠狠地超！争口气！

定下目标后，我开始不停地联系单位，交表量稳定地上涨。心里逐渐有了底数，尽管这些表量离目标还很远。

在去中关村办卡途中，路过某电子城，看到门口有某计算机培训学校在做宣传，客流量很多，便想尝试一下在这里做展示活动。于是跟企划部洽谈，一番周折后，商场要收场地费，展期最少1个月，且费用不低，令人瞠目！而我的底线还不及这个数的零头。我开始同他们谈展示的利好，最终给了他一个报价，他没有当场答应，但表示可以征询一下老总的意见。

两天后，企划部给了我答复，可以按我的价格来展示，时间是1个月，但须两天内签约。我口头答应，因为之前盘算过商场客流、刷卡环境及活动前景，我有信心。但确实有很大风险，因为要交场地费，行里一时无法给予经费支持，而且展示周期太长，万一决策失误，将会血本无归，但我仍然决定要试一试。

我需要找搭档，因为这1个月内既要做展示活动又要整理资料，一个人肯定忙不过来。我跟以前的搭档说起这事，几经犹豫后他放弃了，因为场地费太贵风险太大。我又重新说服一个铁哥们儿，他当时同意了，但第二天准备去签约时，他又犹豫了，风险太大。无奈我只能放弃，而且备受打击。但越发坚定了做好的决心，既然决定了，就一定要做，豁出去了，就算没有搭档，我也得血拼一把，证明自己！幸好最终找到了一位邻组的搭档孙庆丰。

最后签约前，我提醒他：“这么大风险，万一活动效果不好，赔了，你

怎么办？”他豁达一笑：“赔了就赔了呗，也就这么些钱，就半个月的工资呗！我相信我们的实力！”

“是啊，其实机会与风险并存，像男人一样，赌一把，既然做了，就一定要做得漂亮！”

我们开始在电子城门口做展示活动，这将持续整整1个月。我们拟订了策略：电子卖场客流量大但群体构成较杂，不过客户不会太重复；商场大额物品较多且价位灵活，适宜推行样样行分期付款；门口有加油站，且巨大的银联标识分外显眼，正好便于推广车主卡的加油优惠功能。我们准备好一切后，活动正式拉开序幕。

当天效果超出我们想象，咨询展台前人头攒动，络绎不绝，可能因为从来没有银行在电子卖场做过展示吧。我和老孙忙着招揽、解答、填表和复印，不亦乐乎。一天下来，我们没有吃一口饭，仅仅靠喝水保持体力。统计战果：80张。远远超出预期，我俩兴奋得在回单位的路上眉飞色舞，滔滔不绝。

到单位整表时，我们傻眼了：这么些表，得整理到什么时候啊？因为每天都要忙着做活动，所以晚上必须把当天的申请表整理完。我们由最初的兴奋到兴味索然，手指酸痛，哈欠连天，头脑昏沉，双眼呆滞，那天直到凌晨一点半才将表格整理完，回到家都已经两点多了。想想接下来的日子每天晚睡、早起，还得忍饥挨饿，真有些恐惧，但一看到桌上堆积成小山似的申请表，值！

于是，每天早上我们一人直接去商场做展示活动，另一人回单位拿礼品，早出晚归，周而复始。招揽客户时声嘶力竭，讲解时不厌其烦，复印时来回奔波，晚上还得整表到深夜，第二天又得早起……睡眠不足，体力严重透支，没有周末节假日，工作复工作。看到搭档老孙双眼布满血丝，嗓子干哑，我有些心疼地问：“能坚持下来吗？”他扬了扬眉毛说：“没问题！全当给新加坡之行挣零花钱了！”我们相视大笑，这就是苦中作乐吧！突然想起陈鲁豫说起在凤凰卫视时的工作状态：女人当男人使，男人当牲口使。想想我们现在也不过如此吧。同事们都笑谈我俩活在传说中——只闻其名，不见其人！

一天，下楼买水时，忽然发现竞争对手在超市门口做展示活动，而商场门口的草坪处另一家银行也来势汹汹地“杀”过来了，顿时气氛紧张起来，颇有三国之战的氛围。不行，绝不能掉以轻心，我可以藐视他们，但不能轻视他们。既然今天你们都来了，那我们就把这里当做主场，贴身肉搏，奉陪到底！