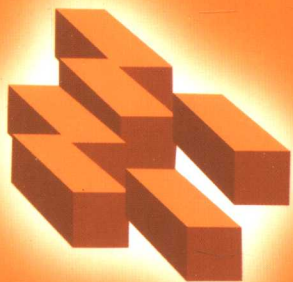


杨明生 主编



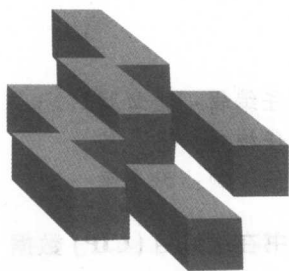
商业银行营销 实例与评析

Shangye Yinhang Yingxiao Shili yu Pingxi



中国金融出版社

杨明生 主编



商业银行营销 实例与评析

Shangye Yinhang Yingxiao Shili yu Pingxi



 中国金融出版社

责任编辑：张哲强

责任校对：孙 蕊

责任印制：尹小平

图书在版编目 (CIP) 数据

商业银行营销实例与评析 (Shangye Yinhang Yingxiao Shili yu Pingxi) / 杨明生主编. —北京：中国金融出版社，2006. 4

ISBN 7-5049-4007-0

I. 商... II. 杨... III. 商业银行—市场营销学—案例—分析
IV. F830.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 037014 号

出版

发行

中国金融出版社

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 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, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 保利达印务有限公司

尺寸 148 毫米 × 210 毫米

印张 11.375

字数 232 千

版次 2006 年 12 月第 1 版

印次 2006 年 12 月第 1 次印刷

印数 1-10090

定价 28.60 元

如出现印装错误本社负责调换

《商业银行营销实例与评析》

编写人员名单

主 编：

杨明生

副主编：

张 云 杨 琨 罗 熹

编 委：

姜尚君	郑 逊	陈 捷	张 健
朱卫国	崔宗河	周清玉	李庆萍
林姣绒	刘 星	肖 彬	张小彩

编写人员：

沈 勤	韩洪军	江 泉	高 捍
刘惠玲	沈 军	沈雪来	林小平
刘雪玲	王海笑	雷 敏	朱一明
胡 珀	陈俊娜		

总 纂：

韩洪军 刘惠玲

前 言

随着商业银行竞争的日趋激烈，营销战略选择、营销机会把握、营销过程控制和营销策略组合等一系列问题，已越来越被业内理论研究者、高层管理者及实际操作者所关注和重视。为了更好地适应竞争形势的要求，有序有效地在同业间展开竞争，实现规模扩大与效益增长同步、市场拓展与风险控制兼顾、满足客户有效需求与提高客户价值并行，使现代商业银行的营销理念与国内商业银行的营销实际有机统一，我们编写了《商业银行营销实例与评析》一书。

本书源于商业银行市场营销实际，并将运用于商业银行营销实践活动中。书中共选用了 81 篇实例，涵盖了不同行业、产品、区域、客户和服务手段等相关内容，打破了以往就案例论案例的传统模式，除营销实例外，还加入了理论知识和案例点评。书中理论部分，大胆借鉴参考了国内外商业银行在市场

营销中先进的营销理念、内容、方式方法、技巧等，并将其有机融入到灵活多样的营销实例中。本书的突出特点主要表现为以下四个方面：

一、管理与执行相结合，可操作性强。书中所有案例，紧密结合了商业银行改革发展中的实际，既是商业银行营销实际的生动再现，同时又体现了商业银行在市场营销中的发展态势和基本要求。通过阅读案例，有助于高层管理者更为科学合理地筹划营销战略、把握营销机会、加大对营销过程的控制和管理，使银企关系更为融洽；相对于实际操作者而言，可以通过借鉴参考相关经验，更加全面、系统地了解 and 掌握不同行业、不同区域、不同类型客户的特点和营销技巧，以便于在实际工作中少走弯路。

二、大胆创新，针对性强。从本书的体例和框架结构看，其本身就是一个创新。每个案例分为三个部分。第一部分为导入语。以高度概括性的语言，提炼出案例的核心、重要性和现实意义，言简意赅，一目了然。第二部分为案例回顾。基本展示了商业银行营销实例的原貌。第三部分为案例点评。点出案例的闪光点，有些案例做了必要的风险提示，其意义或作用在于触类旁通。

三、覆盖面广，政策指导性强。本书的选材既涵盖有战略层面的内容，又包括营销技巧和方式方法等微观层面的介绍；既有—般工商类传统客户的营销，也有事业法人类等新型客户的营销；既有单一产品的服务，又有组合产品的推介；既有关系营销、广告营销等传统营销方式，又有类似大市场营销、整

合营销等现代营销特色。无论案例归属哪一类别，都遵循了中国人民银行、银监会和有关商业银行颁布实施的相关制度规定，所以具有较强的政策导向性，从而为商业银行审慎、合规、有序、有效地营销竞争奠定了坚实的基础。

四、通俗易懂，适应性强。市场营销既是一门相对独立的专业，同时又是一门综合性较强的管理科学和艺术。从广义的角度看，银行所从事的各项经营活动都离不开营销，可以说营销无处不在。本书所征集的案例来自于不同层级行和不同客户部门，内容既可满足客户经理的阅读学习需要，同时又可以对其他相关部门的从业人员提供可资借鉴的业务参考和理论指导。

参加本书编写的课题组成员既包括身处一线的客户经理，又包括中高层管理人员，同时还有专门从事市场营销研究的专家学者等。希望本书既可为前台的客户经理和专门从事客户拓展和营销的同志们提供一种可供借鉴的营销理念、业务政策导向、操作思路和方式方法；同时也可以为后台部门加强管理以及有效推进各项规章制度的落实提供坚实的基础。

编 者

目 录

第一部分 营销战略选择	1
一、营销策划	3
1. 战略性营销策划	
——F集团公司营销案例	3
2. 战略性营销管理中的产品策略	
——B房地产公司营销案例	9
3. 以营销状态分析为基础制定营销方案	
——X移动通信有限责任公司营销方案	14
二、市场领导者战略	18
4. 锁定杭州湾 实施新市场战略	
——H大桥及北岸连接线项目营销案例	18
5. 适应农村城镇化建设需要实施绿色营销战略	
——农村城镇化信贷暨“绿色家园贷款”项目营销案例	22

6. 依据行业发展前景实施目标客户综合开发战略 ——省、市、区行三级联动, 锁定 Z 市天然气项目	27
三、市场挑战者战略	31
7. 市场挑战者的迂回进攻战略 ——T 行营销 Z 石油系统客户分析	31
8. 市场挑战者的侧翼进攻 ——A 行对 D 所的营销案例	35
四、战略性选择	38
9. 强化信贷管理 促进战略性合作 ——M 行对 H 公司的营销	38
10. 战略联盟——市场营销的新形式 ——H 市城市轨道交通项目营销	42
11. 用战略性营销思维推动集团性客户的开发 ——C 行营销 P 钢集团案例分析	47
第二部分 营销机会把握	53
一、客户信息研究	55
12. 依靠信息占先机 执著营销脱困境 ——X 行营销“二路一桥”案例	55
13. 重视信息分析 推动营销发展 ——X 行对 B 水电站项目的营销实例	58
14. 以高效的营销调研支持新产品销售 ——S 行对 C 公司人民币资金主账户营销案例	62
15. 依托信息 扬长避短巧营销 ——Y 行对 Z 烟草公司“电子结算”项目的营销	66

二、营销环境分析	71
16. 行业分析与营销市场选择	
——L 工矿（集团）有限责任公司营销案例	71
17. 加强行业分析 锁定优质客户	
——N 省交通厅营销案例	74
18. 通过行业分析把握营销机会	
——J 行对 F 铝业股份有限公司的营销案例	79
19. 重视微观环境因素 不打无准备之仗	
——J 行对 S 发电项目贷款营销	82
20. 重视微观因素与宏观因素的变化 实现 银行与客户战略性双赢	
——F 行对 Y 公司的营销	86
三、同业竞争分析	90
21. “快鱼”吃“慢鱼” 效率创效益	
——A 行对 H 公司发行可转债担保项目的营销	90
22. 涡轮营销：以快速反应作为竞争工具	
——N 行对 L 集团公司的成功营销	93
23. 逆境中的奋争	
——B 行对 C 汽车技改贷款项目的成功营销	95
24. 主动出击 抢占市场出成效	
——D 行对 S 纸业公司技改项目贷款的营销案例 ...	98
四、市场机会把握	102
25. 系统分析营销状态 准确把握营销机会	
——S 行对 F 集团的营销案例	102

26. 客户改制带来的合作机遇	
——L行对G公司的成功营销	110
27. 寻找市场机会 关注客户未来	
——F行对J炼油化工有限公司营销案例	112
28. 抓住机会 积极营销农户贷款	
——Y行积极营销农户生产经营贷款	116
第三部分 营销过程控制	119
一、营销方案的设计和实施	121
29. 一揽子理财服务方案	
——多级联动、整体营销ZY学院案例	121
30. 精心策划 过程控制	
——X行对LW公司营销案例	125
31. 战略与策略有机结合的营销方案	
——X行对Y集团营销方案	131
二、营销项目的管理	136
32. 以高效的项目融资服务推动大客户开发	
——X行对ZH集团有限公司的营销案例	136
33. 集团资金管理招标项目营销	
——X行对DZ集团的营销案例	139
34. 高端项目 高端服务	
——对M公司的国际银团贷款项目营销案例	144
35. X行营销物业维修基金项目	
——物业维修营销案例	147
三、营销客户的风险控制	150

36. 对 D 公司营销与服务中的风险控制	
——X 行对 D 公司营销案例	150
37. 加强营销管理 防范客户风险	
——X 行对 AB 高速公路项目营销案例	154
四、营销执行力价值	158
38. 执行力推动成功营销	
——X 行对 SS 公司的营销案例	158
39. 银行营销执行力的实际价值	
——X 行对 BGZ 公司的营销案例	164
第四部分 商业银行营销策略组合	169
一、产品策略	171
40. 品牌营销 实现“绿色家园”梦想	
——X 行 C 市“绿色家园贷款”营销实例	171
41. 触类旁通 打造国内保理业务	
——X 行国内保理业务营销实例	175
42. 产品营销 改写同业竞争地位	
——X 行应收账款融资业务营销实例	177
43. “为客户创造价值”: 系统性客户营销之关键	
——对 C 通信集团公司的营销案例	179
44. 以产品为支撑 以服务为保障	
——对 C 公司现金管理业务的营销案例	182
二、需求策略	186
45. 及时发现需求 积极营销优质集团性客户	
——C 高速公路 TT 段项目营销案例	186

46. 高校金融业务新需求带来的合作机遇	
——C 大学的营销案例	190
47. 以目标客户需求为导向的营销组合	
——C 集团水电开发项目贷款营销案例	194
48. L 行对 C 航空公司的利率调期产品营销	
——C 航空公司的营销案例	197
三、沟通策略	201
49. 真诚换信任 沟通促发展	
——C 发电有限责任公司二期项目营销案例	201
50. 营销沟通的魅力	
——C 热电有限责任公司集中供热贷款项目营销	
案例	204
四、便利策略	207
51. 电子银行业务步入集团性客户	
——X 行现金管理业务营销实例	207
五、分销与促销策略	210
52. 创新金融产品 创造优质客户	
——对 W 市 C 公司的营销案例	210
53. 量身定做显身手 百亿资金落 X 行	
——B 省 C 公司方案营销案例	215
54. 团队精神——营销团队的凝聚力	
——对 G 电气有限公司总部的营销案例	218
六、品牌策略	222
55. “金钥匙”理财推动对私营企业主的营销 ..	222

第五部分 营销方式与方法创新	227
一、整合营销	229
56. 通过整合营销吸引和稳定客户资源	
——H 行对 FD 汽车集团的营销案例	229
57. 内外携手 合力营销	
——G 行对 GD 电信公司的营销案例	234
58. 集中资源 综合营销 凸显核心竞争力	
——T 行对 DT 电力公司的营销案例	239
59. 整合营销的力量	
——L 行对 LZ 航运公司国际双保理业务的营销	
案例	243
60. 以整合营销为依托战胜强劲对手	
——X 行对 GD 电信集团的营销案例	246
二、顾问式营销	250
61. 从交易型销售到顾问型销售	
——H 行对 JN 能源公司的营销案例	250
62. 投融资顾问营销的细节把握	
——A 行对 AS 铜矿项目的营销案例	255
三、增值服务营销	259
63. 超值维护 超值服务	
——M 行对 GM 热电联产项目的营销案例	259
64. 全程跟踪客户需求 贴身提供超值服务	
——C 行对 PS 水力发电厂项目的营销案例	263
四、知识营销	268

65. 知识营销创造竞争优势	
——S行对SH社保系统的营销案例	268
66. 营销通才正成为重要人力资本	
——H行对SH电力公司的营销案例	271
五、关系营销	275
67. 诚心换来“心”的收获	
——C行对NX社保厅的营销案例	275
68. 体贴式营销：细微之处见威力	
——F行拓展FL交委营销案例	278
69. 关系营销提高客户感知价值	
——S行对HS海关业务的营销案例	282
70. 情感营销的艺术	
——W行营销维护T市土地收购储备中心案例	286
六、差异化营销	292
71. 用差异化服务赢得客户	
——Y行对SG板材公司的营销案例	292
七、互动式营销	296
72. 银企双赢的互动式营销	
——H行对HS集团公司的营销案例	296
八、大市场营销	299
73. 大市场营销：克服目标市场进入障碍的有效方法	
——F行对DY公司的营销案例	299
第六部分 客户关系管理	307
一、客户价值分析	309

74. 准确评价客户价值 积极做好贷款营销	
——水产养殖户贷款营销案例	309
二、高端切入	312
75. 高端切入 分层营销显神威	
——J 行对船舶出口福费廷融资的营销	312
三、客户主导	314
76. 以客户为导向 强化客户关系管理	
——S 行利率互换业务营销案例	314
四、客户培育	317
77. 多策并举 培育银行新客户	
——默默耕耘春华秋实获百亿信贷营销实绩	317
78. 以增值服务巩固和发展银企合作关系	
——对 B 公司的培植及营销案例	324
五、客户维护	329
79. 由浅入深 与客户建立合作关系	
——紧跟市场脚步 以优质服务促优质客户营销	
.....	329
80. 在客户关系维护中扩大银行销售	
——对 M 集团的营销案例	334
六、客户忠诚度分析	337
81. 在营销中提高客户对银行服务的忠诚度	
——J 行拓展 G 师范学院新校区建设项目贷款实例	
.....	337
后 记	343

Shangye Yinhang

Yingxiao Shili yu Pingxi

第一部分

营销战略选择



商业银行营销实例与评析

