

教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书
中等职业学校市场营销专业教学用书

银行产品营销与服务

蔡宝兰 主编



教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书
中等职业学校市场营销专业教学用书

银行产品营销与服务

Yinhang Chanpin Yingxiao yu Fuwu

蔡宝兰 主编



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

内容提要

本书是教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书,是按照中等职业学校市场营销专业工作过程系统化课程模式编写的,主要内容包括:银行卡认知、信用卡营销与服务、借记卡营销与服务、银行创新产品营销与服务4个模块;每个模块中均包括目标要求、头脑风暴、核心知识、你问我答、拓展阅读和实战演练等栏目,其中,实战演练采用学习页的形式,为教师组织开展任务引领式的教学提供了蓝本。

本书既可以作为中等职业学校、高等职业院校营销类、财经类、企业管理等专业学生的教学用书,也可作为会计与出纳岗位的培训教材,还可作为各类金融工作者的自学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

银行产品营销与服务/蔡宝兰主编. —北京:高等教育出版社, 2013. 1

ISBN 978 - 7 - 04 - 036382 - 1

I. ①银… II. ①蔡… III. ①银行业务 - 市场营销学 - 中等专业学校 - 教材 IV. ①F830. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 276815 号

策划编辑 丁孝强
插图绘图 尹文军

责任编辑 丁孝强
责任校对 殷然

封面设计 张志
责任印制 赵义民

版式设计 马敬茹

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 北京鑫海金澳胶印有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 10.5
字 数 250千字
购书热线 010 - 58581118

咨询电话 400 - 810 - 0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landrac.com>
<http://www.landrac.com.cn>
版 次 2013年1月第1版
印 次 2013年1月第1次印刷
定 价 18.10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 36382 - 00

前 言

随着我国市场经济改革的不断深入，特别是中国加入世贸组织后金融行业的发展，对金融从业人员的需求逐步增加，对金融人员专业水平的要求也在不断提升，为此，职业学校所面临的迫切任务就是根据金融行业对专业人员的要求不断调整教学内容，培养符合金融企业需要的，既懂专业又有较高的实际操作技术水平的技能型人才。为贯彻全国教育工作会议和《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》精神，落实教育部《中等职业教育改革创新行动计划（2010—2012年）》，推进中等职业学校课程改革和教材创新，对接职业岗位和企业用人需求，建设符合我国国情、具有时代特征和职业教育特色的教材，高等教育出版社组织一线优秀教师共同编写了本书。本书是为“以工作过程为导向”的专业核心课程有效地实施而编写的，具有较强的实践性，是银行柜面业务处理等专业课程的后续性课程。

本书充分考虑到了中等职业学校学生的特点及银行产品营销与服务在实际工作中的现实情况，在内容、结构等方面非常注重以通俗易懂、简明扼要的语言、图文并茂的形式把理论知识与实操训练融为一体，在总体设计上力争体现业务的广泛性、系统性和可操作性，在结构上力求实现系统性、统一性，更利于学习，使学生在轻松愉快的情境中掌握银行产品的营销方法。

本书主要任务是使学生能够完成对银行产品市场的分析，寻找目标客户，收集、整理、录入客户资料，初、复审客户资料，售后服务等业务，培养学生的沟通、合作、应变和抗挫折能力，具备较强的服务意识，能够胜任银行产品销售与服务及相关岗位工作，按照相关的法律法规进行银行产品销售，并具有防范金融风险的职业安全意识。

本书的体例与结构是以任务驱动法作为主体教学方法而设计的，在设置任务情境的基础上，明确任务、分析任务并引导学生完成任务，最后做出评价分析。建议通过理论实践一体化的教学，以银行产品营销的过程来设计教学活动，采用行动导向理念的教学方法，通过学生的“行动”来学习，让学生在完成任务的行动导向教学实践中掌握相关知识、形成职业能力，培养学生形成良好的职业道德、职业意识和职业行为习惯。

银行产品营销与服务对于市场营销专业、金融专业的学生来说，都是必备的专业知识和能力，因此，本书尽可能考虑到全国各类中等职业学校的基本要求，既注重金融专业知识的传授，又面向营销与服务技能的实际应用，书中每个模块都附有拓展阅读、实操演练等，非常适合教学应用。

本书由北京商贸学校蔡宝兰担任主编，参加本书编写的人员及其分工如下：北京市昌平职业学校叶玉曼、任自杰编写模块1和模块3；蔡宝兰编写模块2；武汉财政学校李咏臻编写模块4。



本书的课时安排建议如下表所示：

序号	模块名称	理论课时	实践课时
模块1	银行卡认知	6	6
模块2	信用卡营销与服务	16	12
模块3	借记卡营销与服务	10	4
模块4	银行创新产品营销与服务	12	6
合计		44	28

在本书的编写过程中，得到了高等教育出版社的领导和编辑、银行人士的热情帮助，同时还参考了许多专家学者的著作，在此一并表示衷心的感谢。

限于银行业的保密规定及时间的仓促，加之编者水平有限，本书疏漏之处在所难免，恳请广大读者提出宝贵意见。读者意见反馈信箱：zz_dzyj@pub.hep.cn。

编者
2012年9月

目 录

组团工作学习页	1
模块 1 银行卡认知	3
1.1 认识银行产品	4
1.2 认识银行卡	13
模块小结	23
模块 2 信用卡营销与服务	25
2.1 认识信用卡	26
2.2 信用卡市场调查与客户分析	35
2.3 信用卡营销	47
2.4 信用卡售后服务	63
模块小结	69
模块 3 借记卡营销与服务	71
3.1 认识借记卡	72
3.2 借记卡市场调查与客户分析	81
3.3 借记卡营销	89
3.4 借记卡售后服务	99
模块小结	107
模块 4 银行创新产品营销与服务	109
4.1 认识银行创新产品	110
4.2 银行创新产品市场调查与客户分析	117
4.3 银行创新产品营销	125
4.4 银行创新产品售后服务	135
模块小结	143
附录 1 中国银行业柜面服务规范	145
附录 2 银行卡业务管理办法	151
参考文献	159



组团工作学习页

让我们以银行职员的身份开始银行产品营销与服务课程的学习吧！

首先让我们组建银行业务小组，小组规模以 3~5 人为宜，采用竞争上岗的方式确定各岗位人选，并完成下列各项：

小组名称：

LOGO（标志）：

名称及标志寓意：

口号（广告语）：

本组各岗位人选及分工

序号	姓名	职务	联系方式	邮箱及 QQ	具体分工
1					
2					
3					
4					
5					

各小组将自己小组的名称、标志、口号等设计在 8 开大纸上，张贴在教室里，并要设计制作一个桌牌，胸牌可以选做。

上述工作完毕后，各组长到讲台上向全班同学介绍本组名称及标志、寓意，并带领本组成员喊出本组口号。教师点评，全班选出最具潜力的团队。

最具潜力的团队是：_____

模块 1 银行卡认知



模块内容概要



本模块通过学习银行产品的内涵，使学生能够了解银行产品市场，为进一步学习银行产品的营销做好准备；掌握银行卡的相关知识，为后续银行卡营销与服务任务的实施打下基础；通过了解银行产品及银行卡现状的过程，引导学生逐渐养成关注行业发展、善于学习的职业习惯。

本模块学时分配建议如下：

项目名称	理论课时	实践课时
1.1 认识银行产品	2	3
1.2 认识银行卡	4	3
合计	6	6

1.1 认识银行产品

目标要求

1. 知识目标:

了解银行产品的概念、类别,熟悉生活中常见的银行产品。

2. 技能目标:

能够区分银行产品与商品的不同;能够识别不同的银行产品,会简单地解读常见的银行产品特性,为银行产品营销活动做好准备。

3. 情感目标:

在学习银行产品的过程中,引导学生养成洞察市场动态、关注市场变化的职业习惯。

头脑风暴

1. 你知道什么是银行产品吗?
2. 银行产品主要以什么形式存在?
3. 你能说出几个目前市场上常见的银行产品吗?

以小组为单位进行课前讨论,查阅资料并整理出答案,通过选优方式派出代表向全班展示成果。

知识链接

头脑风暴

会议使用没有拘束的规则,使人们就能够更自由地思考,进入思想的新区域,从而产生很多的新观点和解决问题的方法。当参加者有新观点和想法时就大声说出来,然后在他人提出的观点之上建立新的观点,所有的观点都被记录下但不进行批评。头脑风暴会议结束时,才对这些观点和想法进行评估。

头脑风暴的特点:让与会者敞开思想使各种设想在相互碰撞中激起脑海的创造性风暴,其可分为直接头脑风暴和质疑头脑风暴法,前者是在专家群体决策基础上尽可能激发创造性,产生尽可能多的设想的方法,后者则是对前者提出的设想,方案逐一质疑,发现其现实可行性的方法,这是一种集体开发创造性思维的方法。

具体做法:推定一名主持人,1~2名记录员(秘书)。

主持人的作用:是在头脑风暴畅谈会开始时重申讨论的议题和纪律,在会议进程中启发引导并掌握进程。如通报会议进展情况,归纳某些发言的核心内容,提出自己的设想,活跃会场气氛,或者让大家静下心来认真思索片刻再组织下一个发言高潮等。记录员应将与会者的所有设想都及时编号,简要记录,最好写在黑板等醒目处,让与会者能够看清。记录员也应随时提出

自己的设想，切忌持旁观态度。



核心知识

1.1.1 什么是银行产品

产品是指能够提供给市场，被人们使用和消费，并能满足人们某种需求的任何东西，包括有形的物品，无形的服务、组织、观念或它们的组合。

服务是一种无形的产品，是为满足顾客的需求，供方和顾客之间在接触时的活动以及供方内部活动所产生的结果，并且是在供方和顾客接触上至少需要完成一项活动的结果。如医疗、运输、咨询、金融贸易、旅游、教育等。服务特性包括：安全性、保密性、环境舒适性、信用、文明礼貌以及等待时间等。

银行产品都有一个共同特征，那就是每一个产品都是一个或一组银行与客户的“约定”，或者说是“合约”、“合同”。银行产品在银行内外都是鲜活的。

特别提示：产品区别于商品，商品是用来交换的产品，商品的生产是为了交换，而当一种产品经过交换进入使用过程中，就不能再称之为商品了。

1.1.2 认识常见的银行产品

银行产品区别于一般商品，具有特殊性，它是向客户提供的一种金融服务或金融产品。人们在生活中会接触到各式各样的银行产品，服务于大众，与每个人的生活息息相关。

1. 银行产品的分类

按照需求对象的不同，银行产品可以分为个人需求的银行产品和企业需求的银行产品，如图 1-1 和图 1-2 所示，个人需求的银行产品按需求层级不同，可分为存款、结算、代理、银行卡、资金交易、电子银行、贷款、信用消费、投资理财、投资交易等；企业需求的银行产品按需求层级不同，除上述银行产品外，还包括担保承诺、债券发行等。

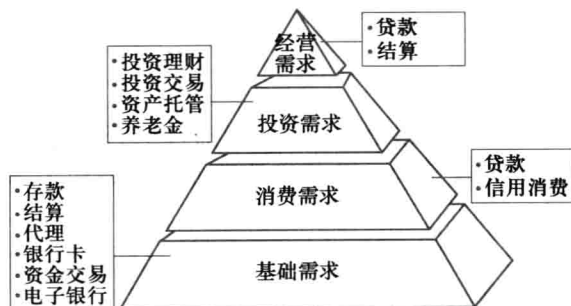


图 1-1 个人需求的银行产品分类

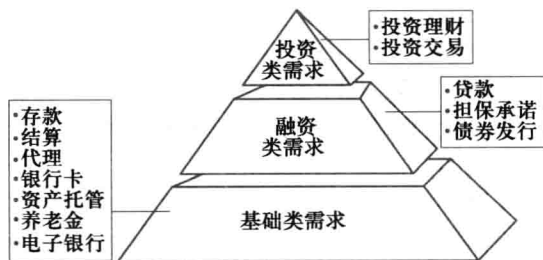


图 1-2 企业需求的银行产品分类

2. 常见的几款银行产品

(1) 银行卡。银行卡具有存取款、信用消费和转账支付等功能。银行卡包括信用卡、支票

卡、自动出纳机卡、记账卡和灵光卡等。因为各种银行卡都是塑料制成的，又用于存取款和转账支付，所以又称之为“塑料货币”，如图1-3所示。

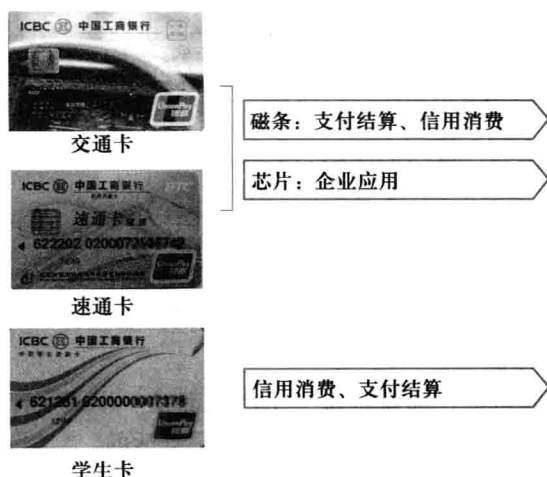


图1-3 银行卡

(2) 信用卡分期付款。信用卡分期付款是指持卡人使用信用卡进行大额消费时，由银行向商户一次性支付持卡人所购商品（或服务）的消费资金，然后让持卡人分期向银行还款的过程。如图1-4所示。

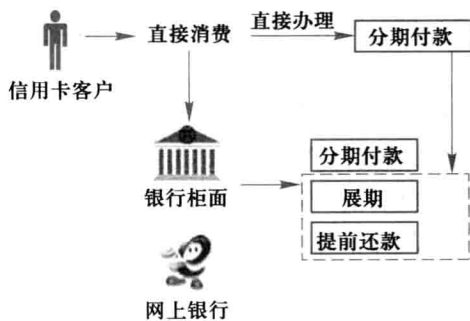


图1-4 信用卡分期付款

(3) 预约。预约即“约定将来订立一定契约的契约”。通常，人们可以通过柜面、网银、电话银行等多种途径，完成转账汇款预约、信用卡还款预约、缴费预约等业务，如图1-5所示。

(4) 网上结售汇。网上结售汇是为已在银行开立多币种账户、同时开通网上银行的境内个人客户提供的网上自助本外币兑换业务。如图1-6所示。

(5) 质押贷款。质押贷款是指贷款人按《担保法》规定的质押方式以借款人或第三人的动产或权利为质押物发放的贷款。可用于质押的质押物包括：国库券（国家有特殊规定的除外）、国家重点建设债券、金融债券、AAA级企业债券、储蓄存单等有偿证券，如图1-7所示。

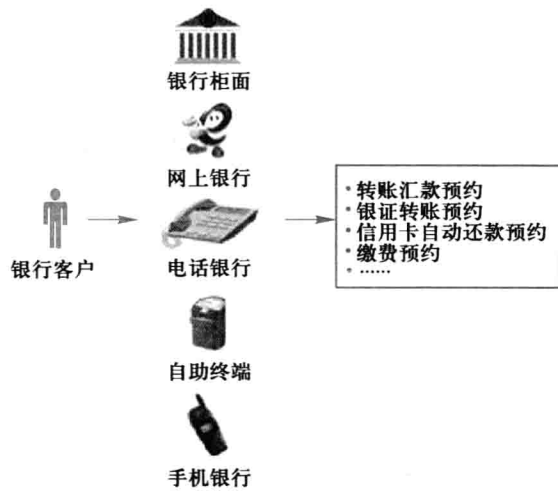


图 1-5 预约

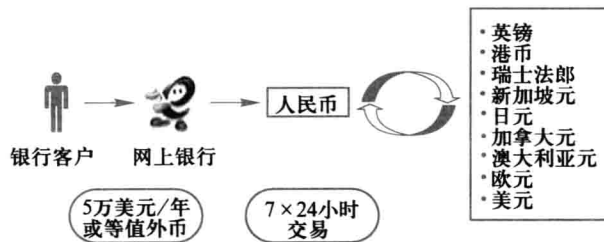


图 1-6 网上结售汇

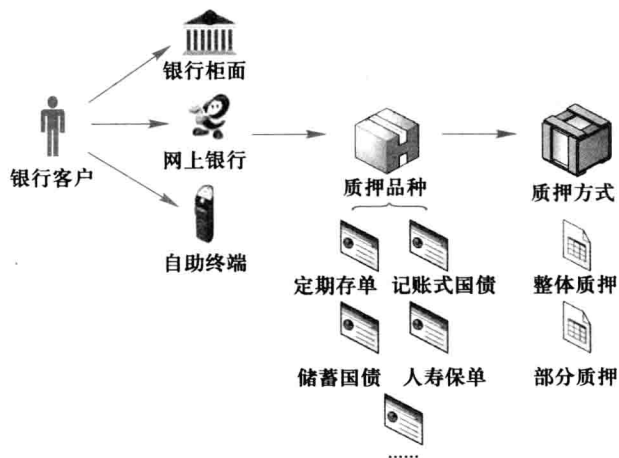


图 1-7 质押贷款

(6) **基金定投**。基金定投是定期定额投资基金的简称，是指在固定的时间（如每月 8 日）以固定的金额（如 500 元）投资到指定的开放式基金中，类似于银行的零存整取方式。如图 1-8 所示。这样投资可以平均成本、分散风险，比较适合进行长期投资。

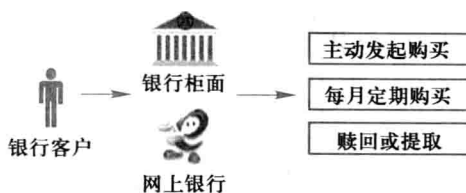


图 1-8 基金定投

知识拓展

黄金定投

黄金定投也是一种银行产品，又叫黄金积存或积存金，也可以叫黄金零存整取。就是每月以固定的资金按照上海黄金交易所 AU9999 的收盘价购买黄金。适合人群有：

(1) 月光族。黄金定投要求每月最低存 100 元即可，可以帮助月光族养成好的理财习惯，“强迫”月光族进行投资和积累，攒小钱买大件，为长远生活做准备。

(2) 上班族。黄金定投特别适合上班族，因为工作忙碌，没有时间理财。黄金定投是“懒人”的投资理财方式，每月收入稳定，小额分批，投资未来。建议收入的 1/3 作为定投。

(3) 责任族。可以把黄金定投作为长期的理财工具，规划子女教育金、退休养老金，建议家庭收入的 1/4 作为定投。

(4) 投资族。黄金是合适的投资品种，通过定投方式来购买，可以摊低成本，降低风险。加上可以兑换实物黄金，更加可以防御风险。建议投资金额的 1/2 作为定投。

你问我答

小案例：

客户李才是一名金融专业的学生，为了更好地学习“银行产品营销与服务”这门专业课程，想了解一下现行市场上主流银行产品都有哪些？于是他来到了银行，假如你是银行工作人员，能否为客户解答？

智慧箴言

工欲善其事，必先利其器。居是邦也，事其大夫之贤者，友其士之仁者。

——孔子

拓展阅读

(1) <http://insurance.hexun.com/2012-04-25/140773138.html>，“银行产品也忽悠 谨防储蓄变保险”；

(2) <http://wenku.baidu.com/view/19e58b150b4e767f5acfcea9.html>，“保险产品 VS 银行产品的优势”；

(3) <http://wenku.baidu.com/view/3a98e01efc4ffe473368abf1.html>，银行产品开发策略。



实战演练

银行卡认知学习页 1

案例导入

金紫是一名即将毕业的金融专业中职学生，准备应聘银行产品营销工作，为了更好地完成这次面试，她找到了她的师姐——已在银行工作的柏媛讨教，准备了解一下现在主流的银行产品都有哪些。如果你是柏媛，金紫能否在你的帮助下如愿以偿呢？

营销工作面试准备之旅

经过前面的学习，我们已经初步学习了银行产品的内涵以及常见的银行产品，为我们帮助金紫完成这次面试打下了基础。

一、明确任务、获取相关知识信息

与金紫进行良好的沟通，拟定金紫在面试准备过程中，可能遇到的相关问题，为金紫的这次面试之旅做好准备。任务分析以银行产品的相关知识准备为主，确定掌握哪些银行产品的知识，才能很好地完成这次任务，同时也可将面试过程中的语言表达、沟通能力、礼仪礼貌等方面的综合能力准备考虑进去，如表 1-1 所示。

表 1-1 学习任务分析

组别：

完成时间： 年 月 日

序号	任务名称	工作内容	备注

二、制定计划

(1) 小组成员进行协作，制定一份本小组的工作实施计划，做好辅导金紫进行面试的准备。为了提升工作效率，每组除了均要完成银行产品的整体介绍外，任选一类市场上常见的银行产品，给金紫进行讲解说明。

(2) 小组制定好计划后，派代表说明计划制定情况，根据反馈，修改工作计划，如表 1-2 所示。



表 1-2 小组工作计划

组别:

制定时间: 年 月 日

思考角度	具体内容	修改意见
银行产品名称		
辅导方式		
确定组内分工		
预估可能会出现的困难		
预期辅导的结果及呈现形式		
预估完成面试业务辅导的时间		
待加项 1		
待加项 2		

三、任务实施与控制

小组学生按照人员分工,模拟演练柏媛为金紫进行面试辅导的过程,一名学生扮演金紫,两名学生扮演观察员,其中,一名观察员将任务实施过程中涉及的银行产品知识进行记录,并注明知识运用程度,另一名观察员针对着装、礼仪礼貌、沟通等方面进行监督控制四名组员轮流扮演四个角色。将有关情况记录在任务实施与控制表中,如表 1-3 所示。

表 1-3 任务实施与控制表

评价内容	完成程度					其他表现	表现情况				
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
是否将银行产品的概念解释清楚						语言表达精准度					
是否将本组所负责的银行产品的特性讲解清楚						沟通顺畅程度					
是否尝试运用了营销技巧						着装整齐度					
资料准备充分程度,营销人员对市场的了解程度						仪容仪表符合企业标准					

四、任务检查与评估

1. 任务检查

小组成员进行成果展示,在展示过程中,对自身发现的问题以及其他组和老师提出的意见进行记录,为下一次的任务实施积累经验,及时修正问题和错误。

本组发现: _____



他组建议：_____

教师建议：_____



营销专家经验

机会向来是给有准备的人，如果没有准备，就会感觉不到机会的来临。只有做好充分准备的人，才能把握机会。

——营销风云人物黄全敏

2. 结果评估情况

学生本人、所在学习小组组长、教师共同完成《任务实施评价表》（见表1-4）。

表 1-4 任务实施评价表

组别：_____

学生姓名：_____

学号：_____

序号	考核点	自我评价	组长评价	教师评价
1	能正确地说明银行产品的含义			
2	能够了解常见的银行产品			
3	能够运用所学知识对具体的银行产品进行解释说明			
4	主动地通过多渠道收集信息			
5	信息资料的分类、整理能力			
6	小组成员的沟通协作能力			
7	语言表达能力			
8	借助投影、多媒体等信息媒介的能力			
综合评价 (文字描述)				

注：按照评价标准对成果展示的结果进行评价，给出1~5分的定量评价等级，有特殊贡献的可上报申请加分。

自我总结（上述工作做得好的地方、存在的问题与不足、经验与收获、改进措施等）：
