

信用卡 向拒绝说

不

Say Yes to Credit Card

——一个总经理的信用卡营销讲述

孙祺然◎著

河南人民出版社

河南人民出版社

信用卡 向拒绝说

不

Say Yes to Credit Card

—— 一个总经理的信用卡营销讲述

孙祺然◎著



鸣谢 万事达卡国际组织

图书在版编目(CIP)数据

信用卡向拒绝说不:一个总经理的信用卡营销讲述/
孙祺然著. - 郑州:河南人民出版社,2005.3
ISBN 7-215-05619-8

I. 信… II. 孙… III. 信用卡-银行业务-研究-
中国 IV. F832.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 022555 号

河南人民出版社出版发行

(地址:郑州市经五路 66 号 邮政编码:450002 电话:65723341)

新华书店经销 河南龙华印务有限公司印刷

开本 890 毫米×1240 毫米 1/32 印张 12.125

字数 331 千字

2005 年 3 月第 1 版 2005 年 3 月第 1 次印刷

定价:22.00 元

序

心愿传递祝福

孙若辰

我的老爸是银行信用卡部的头儿，因为老爸总是加班，我和妈妈经常说老爸卖给了银行，可是老爸说：

“不是卖给了银行，是给银行打工的！”

“给银行打工哪有打那么长时间的？还要加班，那是长工吗？”

“是的，长工就必须持之以恒，坚持不懈。”

是老爸让我明白了“打工就要打长工”、学习也要有恒心的道理。

我的老爸是一个异常敬业的人，他在银行主管推广信用卡。听老爸说，信用卡可是个好东西，信用卡和储蓄卡最大的区别就是：信用卡是由银行预支一笔循环贷款，花完再还款，用的是银行的钱，通俗讲叫“透支”；储蓄卡是先存款后使用，花的是自己的钱，谁都可以拥有。在国外，每个人都可以持有储蓄卡，但不是每个人都能有信用卡。一个人如果没有信用卡就等于没有身份。可是信用卡在中国毕竟是个新事物，还有许多人无法接受它，甚至拒绝它。我经常在星期天跟着老爸到商场搞宣传营销。是老爸和他们团队用出奇的敬业

精神推销出去了无数张卡，影响越来越大，传播了信用文化。

老爸忙得连给我开家长会的时间都没有。记得有一次，老爸终于有时间了，便由他去参加四年级主题班会。临走时，他带了许多关于信用卡的资料，我没太在意，因为老爸走到哪里都会带上信用卡宣传资料的。

晚上老爸回来的时候，喜气洋洋，坐在沙发上时而点头，时而会心地微笑。

我问老爸：“怎么了？什么事情这么开心？”

老爸得意地对我说：“我去开家长会，同时大力宣传信用卡带来的好生活，结果你们的班主任和班中几位同学的家长都说要办卡，嘿嘿！有收获。”

我大吃一惊，心想：“不会吧，老爸再敬业也不会敬业到这个份儿上吧？”

没想到第二天上学时，老师真的把身份证复印件给了我，让我交给老爸，给他办理信用卡。

老爸和他们团队这类敬业的故事还有很多很多，要写下来还真要写个十页八页的不可。这不，他的书里就写了这样那样的营销方法。在老爸的身上，让我深刻地体会到了什么叫做持之以恒，明白了努力每天是中国优秀银行的价值图腾。真心祝福老爸和他们的金融事业蒸蒸日上！

祝叔叔阿姨、大哥大姐多用卡，用好卡。好信用，好生活，好人生！

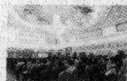
目 录

第一章 拒收 2 元钱官司的市场机遇 /1



小官司引起大反响——小问题蕴含大市场——央视媒体为此案六次发言——从爱护人民币到金卡工程——第一张银行卡——抢报事件展现营销方式的变化——信用卡区分市场——循环贷款乐万家

第二章 营销 信用卡寻找最优秀的人 /49



营销就是把握挑的艺术——天下优秀出渠道，渠道选择有方法——简单的事情重复做——龙腾四海系列方案出台——发现问题、解决问题的思路——寻找目标的途径——联谊会形成文化品牌——市场深挖有黄金

第三章 刷卡 提升个性化的生活品质 /84



亲历 12·9 抢劫大案——营销从拒绝开始——人人学营销，要点从那儿学——发卡五到位——细分客户，信用革命——干，是最笨也是最聪明的办法——客户回访三部曲——信用卡理财方案的理财快乐——四两拨千斤的媒体营销

第四章 定位 信用卡传播的价值卖点 /135



信用卡的“烧鸡理论”十要点——做正确的事和正确地做事——一分钱难倒英雄汉与营销实战语录集——铁嘴、铁心、铁腿——月亮神“神功”练就的营销精神——营销,说出你的亮点——轮值主席我当家——拒绝率就是成功率——胜利就是让信念坚持下去——高效管理见绩效

第五章 爱心 信用卡营销无字宝典 /173



爱,永不会失落——服务过头了会投诉,微笑不够也会投诉——柜台营销灵感6法——灭火的冰箱产生特惠服务——越难缠的人越好打交道——用真诚和爱心换回50000元收入——那年、那月、那场雪

2

第六章 执着 信用卡成长的无形力量 /197



梦若在心就在的市场风景线——习惯赢得市场——9月11日转折——信用卡元年的标志——卡片连着你我他,新的生活我刷新——走进《东方时空》特别节目——现钞,像缝“子弹袋”似的在内裤上缝一圈——时代呼唤支付革命——女性真情卡引发策略营销——非典行动,非常理念——风险控制先出招

第七章 追债 非常行动维护信用 /226



抓捕老赖,依法维信——短信追债短平快——30天提醒,60天催收,90天行动——催债秘笈,单刀直入——还是诚信的人多——恶意透支被判刑

第八章 创意 境由心造出精彩 /243



哥德巴赫猜想看不懂——广告不等于营销，爱女人更爱男人——啥叫国际标准美轮美奂——活动跟着广告走，广告配合活动走——只有生生不息的创意，才能创造刷卡服务的生意——额度通知书的效应——爱你没商量，推销总结法

第九章 激情 打造信用卡攻坚团队 /269



花钱是种风度——手中有剑，心中有剑，人剑合一营销法——地下堡垒是怎样攻克的——中国对待持卡消费为何如此急切——有情况，有困难，有了总结就有了办法——一条“错发”信息——心愿的力量是无穷的力量——处处留心皆营销——发卡团队星级指数对号入座——感受营销法

3

第十章 文化 信用卡市场永远的旗帜 /330



润物细无声——天使文化——让优秀成为一种习惯——营销总结公式——快乐是一种态度，也是一种选择——成功的一天和失败的一天——登台竞选，健者自强——情到深处自有道，艺术沟通十一点——中外机构竞技信用卡元年——风景这边独好——商务信用卡再掀波澜——异型卡上市偏爱时尚

后 记 /378





第一章

拒收 2 元钱官司的市场机遇

信用卡进入中国以来,电子货币作为一种新型的支付手段正在逐步为人们所接受。货币的支付方式由现金转为电子货币可以说是货币发展史上质的飞跃。

毋庸置疑,纸币对生产力的发展起到重要的推动作用,但是到了现代,随着国际市场一体化,资金大范围的频繁流动,人员大跨度的交往,人们消费和交易支付时,纸币显得越来越力不从心了。纸币的流通时间长,成本高,存在安全隐患,又经常在流通过程中出现问題。最近,众多媒体披露了万分之一的假币案发比率和 1999—2003 年收缴假币 20 亿元这样一个指数。这是继 2002 年年初荷兰阿姆斯特丹国际反伪货币会议上中国首次公开 2001 年收缴 4 亿元假币之后,再次向全社会公布的一项数据。信用卡的“通用、安全、便捷”成为人们远途频繁交易和旅途服务最好、最实用的服务工具。因此,信用卡被誉为 20 世纪最有影响力的金融创新产品,改变着人类的生活质量。

目前中国银行卡有 8 亿张,而信用卡的发行量不足 1 000 万张。有 5 000 万亿元的交易额绝大部分靠现金支付,而刷卡支付仅占 2%,这与美国的“无现金社会”存在明显差距。中国迫切需要改变支付方式。时代呼唤信用卡!

信用卡向拒绝说不——一个总经理的信用卡营销讲述

小题大做

1996年5月,在河南太行山下有着悠久历史的焦作市发生了一桩平凡而又意义深远的“2元钱官司”。

“2元钱官司”所反映的问题已不是纯粹的诉讼官司,而是货币变革的前奏,影响深远。

仁者见仁,智者见智。

1996年5月7日,农历三月二十,一个极普通的日子,艳阳丽日,微风和煦。

上午9时,我在人民银行站(现改为八号院站)乘车去市二院护理住院的父亲。

2 稍候,一辆红颜色的加长5路公交车似微风吹面,缓缓驶来。也许是因为从始点发车到此为第一站,车上并不拥挤。我从前门上车后便在通道圆盘靠右找了个空位落座,随即掏出2元钱购买5角的车票。“烂钱我们不要”,循声望去,是前门售票员。

这时,我才注意到自己所持的1980年版有“南天一柱”图案的2元钱人民币为五成新,票号是IY41203311,币面呈顺长水平线断裂或折痕处用透明胶带粘贴,按理说,这钱既不污损、也不残缺,是完全可以流通使用的,可车上也没有银行可以兑换呀,我越想心里越不是滋味,就问了一句:“为啥不收这钱?”

“钱上粘有透明胶带,上面(指公交公司)不让收。”

“只要不是假钱,国家有法律规定不应当拒收人民币,而且我这张钱又不残缺。”

一方想让收,一方不愿收,事情进入了僵局。

我对座的一位六旬老者极力息事宁人,他对我说:“同志,上人家的车就应该服从人家管理,人家上面有规定就按人家的规定办呗,



非要打啥嘴官司？”

“这钱就是不收，我坐 5 路车几个月了。”一位年轻人快人快语道，言外之意，这确属上级规定无疑了。

莫非“失道寡助”？为什么拒收错误还有人自觉为其做广告以至辩解？后来，官司结束以后，我与公交公司领导谈及此事。他解释说：公交公司从某种意义上讲就是广告公司，每天上下客流量多达上万人。此时我才对公交公司的宣传效力刮目相看。真是小小车厢大社会，喜怒哀乐连万家呀！

刚开始我认为不收烂钱是售票员个人好恶所致，心中确实生气，但此情此景又让我释然如初。该单位这个规定也让我无可奈何，我明显感到它影响到了消费者的正当权益，是不合法的。是坚持己见，还是随波逐流算了？如果我身上还有别的零钱的话，我也许会换张钱了事的，但是摸摸口袋，只此一张了。

凡向市内方向行驶去的各路汽车一般都在六号院多停几分钟甚至更长时间，以等候更多的乘客光临，这段时间售票员再次督促我买票。

我仍然坚持用自己惟一的这张小面额钱支付。

售票员当然不喜欢这种争执方式，不耐烦地说：“你坐过公共汽车没有，别人都能按要求办，你却非用这粘胶带的钱不行？”

“说话要讲文明。拒收人民币是违法行为，你们公司的规定应符合国家大法呀！”我的口气也强硬起来。

“我不管是否违法，反正我是执行俺单位的规定。”

又一位售票员走到我的座位旁说：“别磨蹭了，你说的再多也白搭，就这么办，少啰嗦！”

“不收钱就是违法，这话太严重了。”先前那位老者又劝解道。

车仍在行驶，乘客有上有下。

双方你来我往，各不相让，声音时高时低，时急时缓，时长时短，难见分晓，在众目睽睽下我成了车厢的“焦点”。

信用卡向拒绝说不——一个总经理的信用卡营销讲述

我是平生第一次使用“粘有胶带的钱”就遇到坚决“抵制”，虽自感有理，但在人家的“一亩三分地”里，也气短几分。

车过百货楼站，人已上得不少，过道上站满了乘客，偶听前面传来声音：“懂的还怪不少哩，干脆叫他去队里给咱领导说说算了，让上面知道知道咱的难处。”

另一个随声附和道：“对，让上面也知道咱是咋两头受气哩！”

如果不是有事在身，我会继续坚持用这张2元钱购票，而毫不妥协，可现在我无心“恋战”，未作多想，我在汽车穿越立交桥时赶忙掏出仅有的一张大面额50元钱购票，售票员因换不开零钱便到后门售票员那里去兑换，车到二医院站稍停，我刚从售票员手中拿到49.50元钱，未来得及下车，门就关上开车了。

5路车把我拉到火车站广场西南三分公司所在地，下车时我看清并记下了这辆车的号码是豫H-03958。

既来之，则安之。我也想探个究竟，找出一个正确答案。公交三分公司在一栋旧式灰砖二层小楼，并不豪华，但可以瞥见岁月流逝的痕迹和昔日的辉煌。

在二楼拐弯处，我小心翼翼地等待了一会，那位拒收我钱的售票员从一间屋里出来说：“你来，有啥话，把你的道理直接给龚队长再讲讲吧，我还急等出车！”言毕就跑下楼去。

5路队龚队长名叫龚灵芝，举止稳健，浑身洋溢着中原人特有的豪放，说起话来也十分坦诚：“啥事？对原爱玲有意见吗？”此时，我才知道那个售票员叫原爱玲。

“没有，对她我没啥意见。”说实在的，原爱玲遵守公司规定，我干吗对她有意见？那不是黑白不分吗？我心里想着，嘴角上照直就问：“你们为啥不收我的2元钱？”

龚队长说：“我知道了，又是粘胶带的钱，为这事不少费口舌，按说是应该收的，可票房不要，这事我得找经理协调。”

龚队长走后，我仔细打量了一下这间房，这是一间仅有十余平方



米的办公室,朴实简单,整洁有序,里面放着三张办公桌。另一位正伏案填报表的同志和我接上话:“都说这粘胶带的钱不收,可个体中巴车却收,现在还是服务意识跟不上,啥叫为人民服务呀?”

我由衷地赞叹她平实而一语中的的评论。

说话间,龚队长和原爱平经理一起走来,她走起路来风风火火,一看就是个急性子人:“不收你的钱,不能怨俺公司,是银行不收也不让俺收的。”

一刹那,我几乎目瞪口呆,我简直怀疑自己的耳朵听错了“银行”一词,心想自己不收还拿银行作借口,真是天下人都认为没理也该强争三分了。这句话激起我的义愤和不满,为维护银行声誉,我竭力争辩道:“‘银行法’有规定,任何单位和个人不得拒收人民币,银行是货币管理部门,肯定不会这么干!”

原爱平直言陈述:“啥时有了‘银行法’,银行也不在报上宣传宣传。可现在的实际情况是银行总拒收我们公司交的票钱,少的几元,多的几百元,赔了都是自己的,咱应该谴责银行才是。”

迫不得已,为证明银行无辜,我才表明自己在市人民银行工作的身份,并坚持说:“银行不会拒收也不敢拒收,还会为货币流通支付做好服务。可公交公司是货币回笼的主渠道,当然有责任为净化货币市场做出努力!现在应有个明确说法,收还是不收?”

原爱平说:“别生气,这种麻烦我们遇见的多了。有的人拿着粘胶带的钱,你不收他就不买票,下车就溜了,这个事我们得好好研究研究再说。”此时,听见有人喊她,她说了一句:“你等一会儿,我就回来!”便走了。

我认为经理去研究“粘胶带的钱”该如何处理了,只好耐心等待。这中间我随意地和龚队长谈论了一段货币流通的话,我试探着说:“假如银行拒收,你们应该和开户行协商解决,不能将难题转嫁到乘客身上。打个比方说,你自己打不过张三,就去骂李四,这样做是不公平的……”

信用卡向拒绝说不——一个总经理的信用卡营销讲述

这样持续有一个小时,左等不见,右等不来。我真的有点生气了:明明是自己拒收不对,却硬不承认,东拉西扯来搪塞人。

龚队长只好楼上楼下跑了两趟,还是找不见人,我只好告辞了。临走时越想越窝囊,便扔了句气话:“我要打官司!”其实当时并非真心要打官司。

纸币拒收就这么简单,本来希望在文明车厢里做“上帝”,结果“上帝”没做成反当“仆人”,为了这张粘胶带的2元钱而费尽了周折。(现在看来,持信用卡支付是社会的进步)

如果人人都忍气吞声,拒收只会依然如故,我行我素,百姓的利益和人民币的合法流通就会受到侵害。

人民币是我国法定货币,素有“国家名片”的美誉,它在执行流通手段的同时,也代表着国家的形象和尊严。为此,国务院曾明文要求把爱护人民币流通提高到爱国主义高度来加以对待。但现实生活中却由于种种原因,使损伤货币有“家”难归,影响人民币的信誉性、整洁性、流通性,要使公交、商业、宾馆、旅游等服务窗口行为确实尽到自己作为货币回笼主渠道的职责,很有必要从法律上强化公民意识。

6



拒收官司引起连锁效应,“爱护人民币”成为全国的话题



当初一句气话难道真要走向公堂？从个人角度来说，我真不愿打；但从公众的合法权益角度，为了维护货币的正常支付，我不愿回避官司。我并不介意官司的胜败，而想唤起更多人的关注，提高以法律保护人民币流通的社会观念。

万事开头难。

“天下之事，必作于细。”

《中华人民共和国中国人民银行法》第三章第十五条规定：中华人民共和国的法定货币是人民币。以人民币支付中华人民共和国境内的一切公共和私人债务，任何单位和个人不得拒收。

而我所持的 2 元钱纸币是五成新，中间呈水平断裂处有一透明胶带附着。这是否意味着可以拒收呢？规定中未作详细说明。

我把探寻的目光又投到了《残缺人民币兑换办法》条文上。

国家为充分体现对人民币流通的负责，保护人民的利益，保持市场票币整洁，银行早在 20 世纪 50 年代就制定颁布了残缺人民币管理制度。残缺人民币系指由于某种原因明显缺去一部分的货币。根据情况可分为按票面全额兑换、半额兑换、不予兑换三种。这个兑换办法的条文对外张贴、公布并加以宣传，目的是较大程度上让广大群众知道残缺人民币的兑换原则，并以此教育人民群众爱护人民币。现将《残缺人民币兑换办法》全录如下：

残缺人民币兑换办法

（中国人民银行一九五五年五月八日公布）

第一条 为保护国家货币和人民利益，便利流通，特制定本办法。

第二条 凡残缺人民币属于下列情况之一者，应持向中国人民银行照全额兑换：

信用卡向拒绝说不——一个总经理的信用卡营销讲述

1. 票面残缺不超过五分之一,其余部分的图案、文字能照原样连接者;

2. 票面污损、熏焦、水湿、油浸、变色,但能辨别真假,票面完整或残缺不超过五分之一,票面其余部分的图案、文字能照原样连接者。

第三条 票面残缺五分之一以上至二分之一,其余部分的图案、文字能照原样连接者,应持向中国人民银行照原票面额半数兑换,但不得流通使用。

第四条 凡残缺人民币属于下列情况之一者不予兑换:

1. 票面残缺二分之一以上者;

2. 票面污损、熏焦、水湿、油浸、变色,不能辨别真假者;

3. 故意挖补、涂改、剪贴、拼凑、揭去一面者。

不予兑换的残缺人民币由中国人民银行打洞作废,不得流通使用。

第五条 本办法自公布之日起施行。

显然,我持有的2元钱既不残缺也不污损,表明这2元钱属于可流通货币之列。接着我又查阅银行内部管理业务执行的《全国银行出纳基本制度》,其第五章《人民币的兑换与挑剔》第二十一条载明:各行在收付、整点人民币时,要随时挑出损伤币。

损伤人民币的挑剔标准:

1. 票面缺少部分损及行名、花边、字头、号码、国徽之一的;

2. 票面裂口超过纸幅三分之一或损及花边、图案的;

3. 票面纸质较旧,四周或中间有裂缝,或断开而粘补的;

4. 由于油浸、墨渍透成脏污面积较大或涂写字迹过多,妨碍票面整洁的;



一石激起千层浪,2元钱官司引发纸币支付的讨论

5. 票面变色严重影响图案清晰的;
6. 硬币残缺、穿孔、变形、磨损、氧化损坏花纹的。

从中不难看出我那张被公交公司拒收的2元钱符合其中第二或第三项,这进一步说明该币在银行回笼收进前可以流通,通过商品销售、社会服务、居民储蓄等渠道流进银行后予以挑剔,做打洞处理,列入待销毁票币,任何人不得再投入流通市场,以保持人民币整洁。否则,对损伤人民币随意拒收,不仅侵害公民的财产权,也使损伤币“有家难归”,国家关于保护人民币的意愿就难以达到和实现。

有了依据并不等于就拥有了法律,拥有了公理。

路仍漫漫。

1996年5月21日,《焦作日报》记者刘金忠对我进行了采访。刘金忠是报社的资深记者,他举止儒雅,谈吐不凡,宽阔的额头显出文人特有的深沉,深邃的目光透射出军人独有的睿智。后来我才知道他原是铁道兵文工团的专业作家,焦作籍的著名诗人、作家。