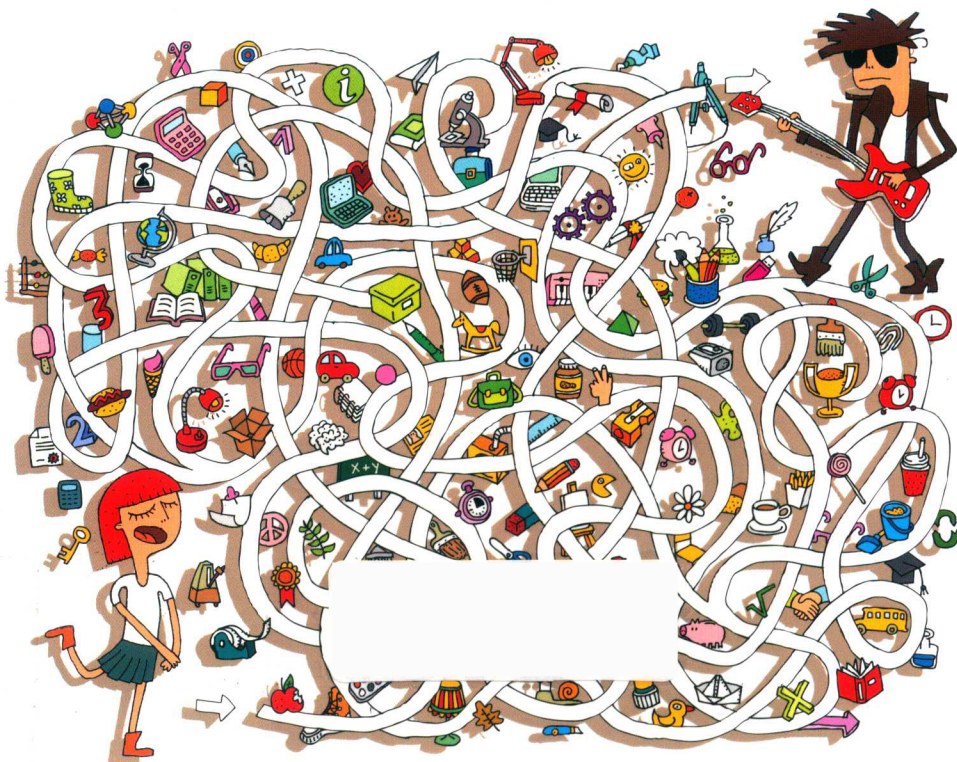


“新时代”首本全面论述信用卡业务的书籍

# 信用卡营销和管理的 99条金句

姜波◎著



囊括高效技巧——提升营销产能  
揭示经营风险——夯实发展基础

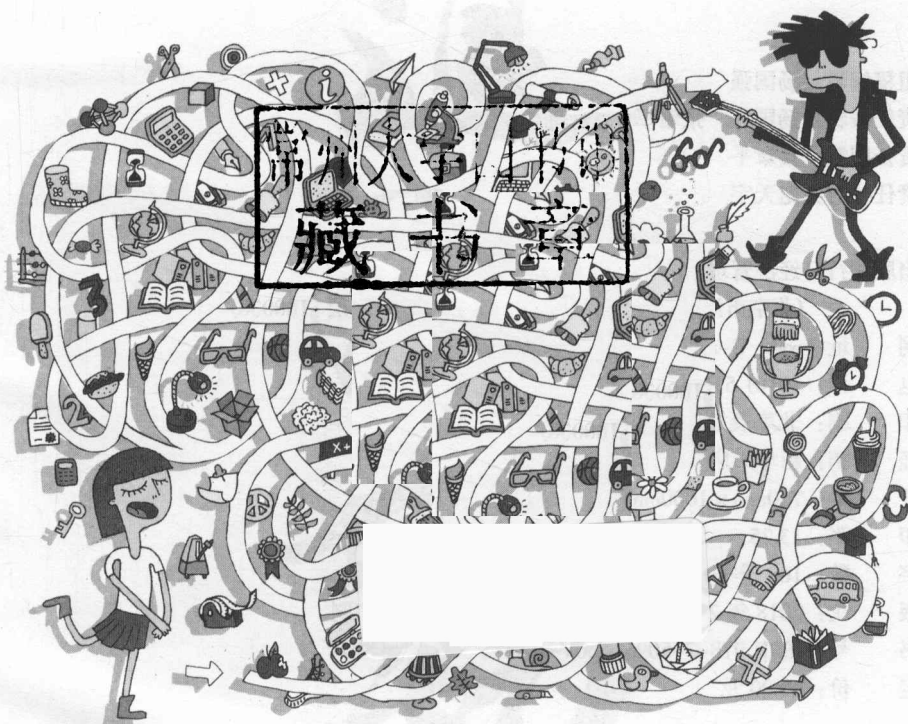
呈现实用方法——剖析管理症结  
洞悉市场方向——助推持续转型

 经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

“新时代”首本全面论述信用卡业务的书籍

# 信用卡营销和管理的 99条金句

姜波◎著



囊括高效技巧——提升营销产能  
揭示经营风险——夯实发展基础

呈现实用方法——剖析管理症结  
洞悉市场方向——助推持续转型

 经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

信用卡营销和管理的 99 条金句/姜波著. —北京: 经济管理出版社, 2018.1  
ISBN 978-7-5096-5604-4

I. ①信… II. ①姜… III. ①信用卡—银行业务—市场营销学—研究 IV. ①F830.46

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 320974 号

组稿编辑: 杨国强  
责任编辑: 杨国强 张瑞军  
责任印制: 黄章平  
责任校对: 赵天宇

出版发行: 经济管理出版社  
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: [www.E-mp.com.cn](http://www.E-mp.com.cn)  
电 话: (010) 51915602  
印 刷: 北京晨旭印刷厂  
经 销: 新华书店  
开 本: 720mm × 1000mm/16  
印 张: 13.25  
字 数: 168 千字  
版 次: 2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月第 1 次印刷  
书 号: ISBN 978-7-5096-5604-4  
定 价: 48.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836



Preface | 前言

# 天道酬勤



党的十九大开启了党和国家事业的新篇章，银行迈入了新的发展阶段。随着大数据、移动互联网、区块链、云计算等信息技术的蓬勃发展，传统金融与信息技术不断实现融合，银行业务量在增大的同时，经营模式也发生了深刻的变化。

在中国特色社会主义新时代，信用卡作为互联网支付、移动支付、线下支付的重要载体，对国家经济增长的贡献逐年增大，信用卡的消费交易额已占到社会消费品零售总额的50%左右。从国家层面来看，自2015年以来，国家有关部门多次出台了鼓励信用卡业务发展、规范信用卡业务经营的相关文件。从银行层面来看，信用卡已成为银行吸纳优质客户和创利的重要工具，是银行零售业务转型发展最重要的产品。

各家银行从事信用卡及相关业务的员工少则上万人，多则数十万人。信用卡是大多数银行每天必须营销的重点产品。前端负责利用线上、线下数十种渠道销售产品，中端负责进行营销推动、审核、产品创新以及产品管理等，后端负责做好系统和渠道建设，以及风险管理工作。随着业务量增大和市场竞争加剧，如何让信用卡营销更加高效，管理更加科学，是当前摆

在多家银行及部分金融机构面前的一个重要的课题。

笔者继 2012 年出版的《做好信用卡业务十二大绝技》之后，经过六年的再次沉淀，继续以丰富的从业和实战经验，结合当今信用卡业务发展的现状，一方面完善前书的观点，另一方面植入更加科学有效的营销和管理方法，通篇展示了提高业务能力、提升业务效率的“金句”，全面解析如何做好信用卡的营销和管理。

源于实践，成于总结！笔者愿为广大从业者找到更加科学有效的工作方法，为各家银行抓住时代机遇、实现信用卡业务转型升级、推动消费金融持续健康发展献上绵薄之力！

姜 波

2017 年 11 月

## 信用卡营销篇

### 信用卡营销之自我修炼 / 003

- 金句 1：“斗志”是做好营销的“第一要务” / 003
- 金句 2：“乐观”是做好营销的前提条件 / 005
- 金句 3：良好的“形态”能为成功营销增添“砝码” / 006
- 金句 4：出色的“口才”是成功营销的重要“润滑剂” / 007

### 信用卡营销之专业技能 / 009

- 金句 5：专业技能是保证良好业绩的“地基” / 009
- 金句 6：做好针对性的准备工作 / 012
- 金句 7：“勤学好问”提高审核通过率 / 013
- 金句 8：具备强烈的合规操作意识 / 014

### 信用卡营销之策略方法 / 017

- 金句 9：营销要分人群 / 017
- 金句 10：特色产品要结合场景开展营销 / 020
- 金句 11：“简化”客户申请手续 / 021
- 金句 12：“美化”自己的产品 / 023
- 金句 13：“适度”表扬客户 / 023

金句 14: 拒绝客户要“委婉得体” / 024

金句 15: 平稳地化解危机 / 026

金句 16: 别诋毁竞争对手 / 027

### 信用卡营销之资源扩充 / 029

金句 17: 从客户身上和客户单位找资源 / 029

金句 18: 从“二次营销”中深挖资源 / 031

金句 19: 学会利用天然的资源 / 032

金句 20: “留有余地”也是资源 / 033

### 信用卡营销之心理认同 / 035

金句 21: 照顾多数人的心理对营销有好处 / 035

金句 22: 主动提问摸透客户的真实需求 / 036

金句 23: 抓住客户给予的营销信号 / 037

金句 24: 让客户感觉办得“值” / 038

### 信用卡营销之高效技巧 / 040

金句 25: 问得巧能卖得好 / 040

金句 26: 根据申请准入政策组织营销话术 / 042

金句 27: “适当炫耀”是重要的吸客方法 / 043

金句 28: “故意”是高效的营销技巧 / 044

金句 29: “先优惠后产品”十分必要 / 045

金句 30: 宣传也要“接地气” / 047

### 信用卡营销之网点提效 / 050

金句 31: 结合客群特色开展营销 / 050

金句 32: 做好大数据精准营销 / 051

金句 33: “配套”营销信用卡 / 053

金句 34: 与犹豫型客户保持联系 / 054

金句 35: 先进带动后进 / 055

金句 36: “情感”营销管大用 / 057

### 信用卡营销之风险防控 / 059

金句 37: 从申请信息上判断风险 / 059

金句 38: 从辅助材料上辨识风险 / 060

金句 39: 从来源渠道上杜绝风险 / 061



### 信用卡营销之总结提升 / 064

- 金句 40: 规划是营销的核心前提 / 064
- 金句 41: 也要考虑“天时、地利、人和”等因素 / 065
- 金句 42: 向不同类型的客户推荐适合的产品 / 066
- 金句 43: 找准关键时间点 / 067
- 金句 44: 最大限度地减少“无用功” / 068
- 金句 45: 发现和用好你的“擅长” / 069
- 金句 46: 做到“有备而答” / 071
- 金句 47: 学会“见招拆招” / 074

### 信用卡营销之业绩检验 / 077

- 金句 48: 业绩是靠“完成目标”来定义的 / 077
- 金句 49: 业绩是靠“创造价值”来铸就的 / 078
- 金句 50: 业绩是靠“不出大的风险”来支撑的 / 079

## 信用卡管理篇

### 信用卡管理之全面认知 / 083

- 金句 51: 认清信用卡的“国情” / 083
- 金句 52: 切合信用卡的“省情” / 087
- 金句 53: 摸清“家底” / 089
- 金句 54: 把握行内的“动向” / 092
- 金句 55: 学习同业的积极变化 / 095
- 金句 56: 关注信息技术与信用卡业务的有效结合 / 097

### 信用卡管理之精细管理 / 099

- 金句 57: 心不要急,但动作要快,关键是方法要对 / 099
- 金句 58: 敏锐判断并及时把握商机 / 101
- 金句 59: 主动解决基层面临的问题 / 102
- 金句 60: 把“现场管理”摆在突出的位置 / 104
- 金句 61: 业务通报要展示要点 / 107
- 金句 62: 重点业务常抓不懈,自我纠偏要快 / 109
- 金句 63: 从用户的角度去思考和推进业务 / 112

### 信用卡管理之组织推动 / 114

- 金句 64: 发挥“党建融合”引领推动 / 114
- 金句 65: 部门要“专业化”精细推动 / 116
- 金句 66: 基层管理机构要“统筹协调”推动 / 120
- 金句 67: 利用“考核激励”积极推动 / 122
- 金句 68: 通过“批量营销”高效推动 / 125
- 金句 69: 用好“预算费用”合理推动 / 128

### 信用卡管理之一体经营 / 131

- 金句 70: “一体化”经营是业务发展的必然选择 / 131
- 金句 71: 通过前台“一体化”提高营销效率 / 132
- 金句 72: 通过中台“一体化”强化支撑保障 / 135
- 金句 73: 通过后台“一体化”提升管理水平 / 136
- 金句 74: 发挥信用卡“一体化”对其他业务的支持作用 / 138
- 金句 75: 建立全盘系统应用和考核转型的“一体化” / 139

### 信用卡管理之分期转型 / 142

- 金句 76: 由“能办”向“快办”转型 / 142
- 金句 77: 由产品推进向由渠道推进转型 / 143
- 金句 78: 由完善产品体系向完善用途转型 / 145
- 金句 79: 由人工操作向系统自动处理转型 / 147

### 信用卡管理之商户策略 / 149

- 金句 80: 得商户者得天下 / 149
- 金句 81: 为商户提供个性化、多功能服务 / 151
- 金句 82: 用完善的组织职能协调推进商户业务发展 / 153

### 信用卡管理之客户服务 / 156

- 金句 83: 部门要多重并举提升客户服务效率 / 156
- 金句 84: 客服人员要主动做好客户服务 / 158
- 金句 85: 完善和整合客户服务系统 / 161
- 金句 86: 持续发挥“客户之声”的重要作用 / 163

### 信用卡管理之创新发展 / 166

- 金句 87: 建立管理制度推动“常态”创新 / 166
- 金句 88: 完善产品功能打造“需求”创新 / 168

金句 89: 选择优质客户形成“目标”创新 / 170

金句 90: 优化业务流程促进“体验”创新 / 171

### 信用卡管理之基础夯实 / 174

金句 91: 站在客户的角度有效完善经营主线 / 174

金句 92: 把握网点“轻型”转型方向并做好信用卡营销 / 176

金句 93: 构建“前、中、后”三端的风险防控体系 / 179

金句 94: 建立多条人才培养的通道 / 183

金句 95: 形成优秀的信用卡文化 / 185

### 信用卡管理之未来展望 / 189

金句 96: 信用卡也有周期性特征 / 189

金句 97: 信息技术主导信用卡业务的未来 / 191

金句 98: “服务”是信用卡市场竞争的“最后一公里” / 193

金句 99: 信用卡创造更加美好的生活 / 195

### 后 记 / 199

## 信用卡营销之自我修炼

### 信用卡营销篇

#### 导语1：“斗志”是做好营销的“第一要素”

为什么“斗志”是做好信用卡营销的第一要素？这句话的含义可能有很多种，勤奋、行动、进取心、规划……付出不一定有回报，但不付出肯定没有回报。“斗志”是一种“有欲者事竟成”的心态，这是一种“自强不息”的状态，最终达成“更上一层楼”的目标，才能“更上一层楼”。

业绩是靠“勤奋”换来的。

想要让业绩的态势长期保持不败，保持高昂的“斗志”，你



## 信用卡营销之自我修炼

按照监管部门的有关规定，信用卡营销必须由银行员工或者银行协议委托单位员工亲自进行面签，即是“亲见客户本人、亲见客户证件、亲见客户签名”。目前，虽然存在着“视频面签、已认证身份的手机银行申请”等客户自助申请且不需要面签的情况，但绝大多数情况下，还需要“人见人”。所以，一定程度上，信用卡营销在当前和今后一段时期内，还应紧紧依靠人手，依然是“群众运动”。

### 金句 1：“斗志”是做好营销的“第一要务”

为什么“斗志”是做好信用卡营销的第一要务？这句话的合理解释有很多种：勤奋、行动、进取心、规划……付出不一定有回报，但不付出肯定没有回报。斗志既是一种“有志者事竟成”的心态，也是一种“自强不息”的状态，最终达成“更上一层楼”的目标。

#### 1. 业绩是靠“勤奋”换来的

时常让积极的思想占据你的头脑，保持高昂的“斗志”，你

就会有坚定的信念，能充分挖掘自己的潜力，克服困难，自觉地完成工作，达到营销上的一个又一个高度。

可以想象一下，办公室外是 40℃ 的高温或者刺骨的寒风，如果你在办公室等待客户主动找你办卡，那么这样的客户会很少有的。如果你主动上门营销，客户也许会被你的营销精神而不是产品本身所打动，你的产能更容易提高。平时，你比别人多跑一个单位，多去一间办公室，多介绍一句产品，也许你们之间的营销业绩会有本质上的差别。

对个人而言，做信用卡业务就像在“培养一颗树苗”，它需要用“勤奋”来灌溉，浇灌越多，长得越好，越有可能长成“参天大树”。其实，无论是做管理还是做营销，都必须付出大量的努力，因为“勤奋与业绩是正相关的关系”。

## 2. 业绩是靠“行动”做出来的

俗话说，“心动不如行动”，再好的想法，如果不付诸行动，也只能是一句空话。信用卡营销最忌讳的就是拖沓懒散，时间不等人，客户难等，竞争对手也不会等你。你早到一个目标单位了解客户办公地点、分布情况和作息时间，总比你晚到要好得多。

例如，对于学校这样的单位，课间休息是办卡的黄金时间，如果你上课后才到，那就需要再等一节课，同时也失去了一次营销和宣传的机会。早上，要缩短早饭的用餐时间，平时，要加快自己的走路步伐，提升步行速度。通常情况下，如果你和客户预约好了，最好提前 5~10 分钟到达，千万别迟到，因为你做的是信用卡业务，更要讲信用。

“市场不等人”！要敢于付诸行动，并在行动中不断培养自

己的外拓营销能力，培养适合市场竞争的能力。所以，营销行动要当机立断，在营销过程中要处事果断，不要随意折返和轻易改变营销目标，否则，既不利于斗志的“形成”，也不利于业绩的达成。

## 金句 2：“乐观”是做好营销的前提条件

随着信用卡业务规模的发展壮大，必然会涌现出更多的营销和管理问题，成为发展道路上的一道道障碍。乐观者，一定是富有工作热情的人，一定是离成功更近的人。“营销的顶尖高手”一定是心态较好的人。“一切成功都源于有一个好的心态”，好的心态一定是积极向上的心态。

不可能每次营销都会有收获，时常会有两手空空的烦恼。不可能每次外出都能取得成绩，经常会存在无功而返的情况。不可能每样产品都会受到客户的欢迎，有的产品功能设计不完善、核心权益不够好，因而得不到客户的采纳。营销中出现“滑竿”的现象很正常，但要通过及时调整心态，并找到正确的方法，将“滑竿”的频率尽可能地减少。

调整自己的心态，改进自己的观点，时刻保持着乐观的精神，时常给予肯定和正面的自我暗示。遇到营销失败时、业务发展不好时不要悲观，要积极主动寻找解决问题的办法。正所谓“自信人生二百年，会当水击三千里”，乐观者更容易看清楚业务发展的方向，敢于直面困难和挑战。



### 金句 3：良好的“形态”能为成功营销增添“砝码”

“销售产品就是销售自己”，这是营销界的一句经典名言。其实是告诉我们，良好的职业素养对成功营销的重要性。“形态”代表外形和精神状态，良好的形态能让客户在接受产品和服务的过程中，保持一个“畅快”的心情，这有助于提升营销的成功率。

#### 1. 修饰自己的外形

无论是驻点营销，还是上门营销，首先要带上工作证，服装不要过于时尚但也不要随心所欲，最好是穿着整洁大方的工作服。外表干净得体，注重持续培养自己良好的职业气质，初次拜访客户时，要给客户留下良好的第一印象。

领带要打，就要打得长短适宜；衬衣要穿，就要穿得平整挺拔，不要出现油渍和褶皱；男同志不要染发和留长发，头发整齐干净；身上不要有异味，保持口气清新，尽量不要吸烟，营销过程中禁止吸烟，因为不少人反感吸烟，尤其是女性客户；在与客户交谈的过程中，双手应自然放置，不要双臂交叉于胸前，在给客户解释产品时，要自然地伸出手指指向宣传折页，引导客户按照你的讲述去了解产品；如果要握手，力度要适中，动作要谦和，递送名片时要谨慎恭敬。