

客户经理的营销必修课程

# 商业银行客户经理 营销文案40例



巴伦一 编著

武汉出版社

# 商业银行客户经理 营销文案 40 例

巴伦一 编著

武汉出版社

(鄂)新登字 08 号

图书在版编目(CIP)数据

商业银行客户经理营销文案 40 例/巴伦一编著. —武汉:武汉出版社, 2005. 4  
ISBN 7—5430—3242—2

I. 商… II. 巴… III. 商业银行—市场营销学—文书—写作  
IV. F830.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 026422 号

## 书 名: 商业银行客户经理营销文案 40 例

---

编 著: 巴伦一

责任编辑: 李 俊

封面设计: 李亚莉

出 版: 武汉出版社

社 址: 武汉市江汉区新华下路 103 号 邮 编: 430015

电 话: (027) 85606403 85600625

印 刷: 武汉军经院印刷厂 经 销: 新华书店

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 22.5 字 数: 488 千字

版 次: 2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷

印 数: 0001—3000 册

ISBN 7—5430—3242—2/F·278

定 价: 40.00 元

---

版权所有·翻印必究

如有质量问题, 由承印厂负责调换。

# 内 容 提 要

《商业银行客户经理营销文案 40 例》是我国商业银行第一本关于营销文案方面的写作范本，有利于帮助商业银行客户经理提高写作技能、提升营销业绩、创造个人价值。

该书不仅从写作技能上对各种营销文书进行了创新研究，每篇文书均包括文种特征、结构模式、写作指要和范文解读四个方面的知识点，而且提供的范本大部分是作者在六年多市场营销工作中创造使用并已取得显著成效的实用范文。注重实务，具有较强的操作性；通俗易懂，具有较强的可读性；材料新颖，具有较强的创新性。

该书分为五篇，40 个营销文案写作范例：第一篇系统地介绍了营销文书写作的基本技巧，包括营销文书写作的重大意义、基本技能、主要步骤、谋篇布局和语言表达五个方面；第二篇介绍了商业银行对外营销类文书的写作范本，包括金融服务方案、投标书、PowerPoint（多媒体演示文稿）、银行简介及金融产品介绍书、契约文书、贷款项目评估报告、金融广告文案等文书的写作；第三篇介绍了客户部门营销专用类文书的写作范本，包括营销策划方案、客户谈判方案、市场调查报告、项目立项报告、科技需求报告、信贷调查报告等文书的写作；第四篇介绍了商业银行内部常用类文书的写作范本，包括营销工作意见、营销工作规划、营销工作计划、营销工作报告、营销工作总结、营销工作经验材料、通知、通报、请示、函、会议纪要、规章制度、简报、新闻稿件等文书的写作；第五篇介绍了客户经理自我管理类文书的写作范本，包括竞聘报告、述职报告、讲话稿、金融工作研究、培训教案（讲义）、读书笔记及学习心得（体会）等文书的写作。

该书不仅可以作为客户经理营销写作的实用工具书，而且可以作为商业银行制定相关文案的参考标准，开展营销工作的行动指南，还可作为客户经理的培训教材。

# 前 言

你是否正在为行长要求本周五必须上交的金融市场调研报告而犯愁？你是否为下周一就要提交给某一重要客户的金融服务竞标书而为难？你是否为起草本周三竞聘客户部总经理职务的竞聘演讲稿而焦心？你是否经常耽误领导指派的写作任务？你是否总期望着你的写作能显得更专业、更有吸引力一些？

这本书就是专为你——每一个经常有营销文书写作任务而总是非常吃力地去完成的商业银行客户经理而写的。

营销文书非常重要，它渗透到商业银行营销活动的各个领域。我们从事营销活动，几乎每天都要与营销文书打交道，要经常撰写和使用各类文书。它不仅关系到市场营销活动的成败，而且关系到个人的进步与发展。优秀的营销文书在明确有效地传递信息的同时，还能为作者树立起专业干练的良好形象；相反，粗制滥造的营销文书不仅会造成信息的误传，致使商机贻误，还可能破坏整个商业银行的信誉，成为营销活动中的败笔。可见，一个客户经理如果不具备相应的营销写作能力，就难以胜任本职工作。

客户经理怕写作早已成了全国银行业界的普遍问题。在不少人的心目中，怕写作就如同怕考试一样。写作就像在公共场所演讲那样令许多客户经理望而生畏。许多人害怕把自己的思想和感情诉诸于文字；更糟糕的是，还有一些人认为随便写出一堆文字别人就可以理解他们的意思了。

但是，如果你要做一名优秀的客户经理，就一定要避免上述问题，因为营销依赖于沟通。清晰地沟通可以减少错误，从而提高工作效率，不好的沟通则引起工作效率的降低。令人费解的通知、平淡无味的金融服务方案、没有竞争力的投标书、缺乏文采的商业信函、毫无吸引力的演讲稿、没有特色的经验材料等等，都是许多客户经理在工作中司空见惯的，也是低质量沟通的鲜活证明。沟通意味着同他人建立联系，而写作则提供了一种长久的联系。

其实，在某种意义上说，写作是现代人所必须具备的最起码的素质之一。这里所说的写作，并不是都去当作家，而是通过写作，锻炼自己的思维能力，提高对生活的感悟。特别重要的是要在写作中得到一种乐趣，进而把写作当作一种习惯。要达到这个目标，就要最大限度地读书。书读得多了，自然就引起许多思考；思考得多了，就要写下来，用笔记录这稍纵即逝的感悟。此外，还要在生活中不断感悟，不断提高。将自己在生活中的各种观察，通过日记、周记、随感记录下来，不也是自己的一部人生史吗？！

把写作当作一种习惯，将使自己耳聪目明，反应灵敏，从不会到会，从怕写到

爱写，进而在竞争中保持独特的优势。

知识经济时代，是需要高效学习的时代。学习——财富蕴藏其中。美国的未来经济学家阿尔温·托夫勒在 20 年前就曾预言：“21 世纪的文盲不是那些没有知识的人，而是那些不会学习的人。”因此，要跟上知识经济时代的步伐，就迫切地需要去不断地获得新的知识。所以，从某种意义上说，你已经和将要获得的知识并非最重要，最重要的是你是否掌握了学习的方法和技巧。如何用最短的时间、最快的速度获取最丰富的信息并进而将其转化为社会实践有用的知识，这也是知识经济时代提高人们自身素质的前提条件。这也正是我创作本书的目的，同时我希望也是你阅读这本书的原因。在本书中，我将尽力满足你的需求，帮助你写好营销工作中常见的各种文书，助你的营销事业不断成功。

我将在本书中与你分享我的写作经验。通过此书，你将获得我用了 22 年时间才取得的写作经验。从 1983 年我的文章第一次发表在全国性杂志上至今，我已独立创作和参与写作出版了 12 本著作、141 篇论文以及许许多多的文字材料。我创作出版了《商业银行市场开发运作流程与技巧》、《香港银行客户经理制》和《商业银行客户经理营销技巧 60 招》三本营销专著，参与了农总行《商业银行客户经理制》、《商业银行客户经理必读》、《商业银行公司业务》和《商业银行保险代理》等营销教材的编写。所以我想我能提供给你最实际的写作经验，这将帮助你更加轻松而自信地写作。

本书具有以下几个显著特点：

一是注重实务，具有较强的操作性。写作本书的目的并不是要广大客户经理精读细研，而是让读者能够即学即用，活学活用。基于这种理念，本书并没有在高深的写作理论上做过多的研究，而是用详实的案例和透彻的分析给人耳目一新的感觉。

二是通俗易懂，具有较强的可读性。为方便读者使用，本书尽量避免使用比较专业和不易理解的词语；对于范文的选用，尽量选用日常营销工作中简短、浅显和新颖的范文，既方便读者阅读，不断拓宽知识面，又方便读者使用，提高工作效率。

三是材料新颖，具有较强的创新性。为提高广大客户经理的写作艺术，本书不仅从写作技能上对各种营销文书进行了创新研究，每篇文书均包括文种特征、结构模式、写作指要和范文解读四个方面的知识点，而且提供的范本大都是作者在多年营销工作中创造使用并已取得显著成效的实用范文，具有较强的权威性和创新性。

因此，本书不仅可以作为客户经理营销写作的实用工具书，而且可以作为商业银行制定相关文案的参考标准，开展营销工作的行动指南，还可作为客户经理的培训教材。

按照本书提供的范本，客户经理可以通过以下四个途径提升营销写作技能：通过模仿写作，提高写作技能，因为写作艺术是一个从“仿造”到“创造”的过程；

通过对照写作,提高写作技能,把本书提供的范本与自己写作的文案进行对比,找出自己的差距,学习写作方法;通过嫁接写作,提高写作技能,因为杂交方式可以创造最优良的品种,结合自己的特点借鉴别人的经验进行综合提炼也是一种创造;通过创新写作,提高写作技能,最终形成自己独特的写作风格。

写文章有一定的理,但没有固定的法。知道文章的某些写法,不一定能写出好文章。商业银行市场营销工作非常复杂,没有固定的程序和不变的法则,因而其营销文书也不可能只有一个包罗万象的写作格式。对一个人极有用的方法,对另一个人来说可能百无一用,一个全新的金融服务方案对一个客户起到了十分有效的作用,但另一个客户对此方案却不感兴趣。因此,在任何时候,客户经理都要根据自身实际和市场变化来学习写作并运用一些营销文案,更重要的是必须在营销实战中形成自己独特的写作风格。

恳切希望读者对本书多提宝贵意见,以便不断完善提高。

来信请寄:武汉市武昌中北路66号津津花园A座巴伦一收,邮政编码430071。  
联系电话013907111610。E-mail: bluny2004@hotmail.com。巴伦一网站: <http://861.126.com>

巴伦一

2005年4月于武昌东湖

# 目 录

## 前言 / 1

### 第一篇 营销文书写作的基本技巧

#### 一、营销文书写作的重大意义 / 3

营销文书是商业银行进行营销与管理活动的重要工具 / 3

写作技能是市场营销的“常规武器” / 4

写作技能是一个人在 21 世纪的“通行证” / 4

写作是复杂的脑力劳动和精神生产 / 5

#### 二、营销文书写作的基本技能 / 5

要激发写作热情 / 5

要树立写作信心 / 5

要培养写作精神 / 5

要提高政策和业务水平 / 6

要掌握基本写作知识 / 6

要增强写作能力 / 6

#### 三、营销文书写作的主要步骤 / 7

计划 / 7

调研 / 8

成文 / 9

修改 / 10

编辑 / 11

#### 四、营销文书写作的谋篇布局 / 12

主旨显示 / 13

开头布局 / 13

主体布局 / 14

结尾布局 / 15

#### 五、营销文书写作的语言表达 / 16

营销文书语言的基本要求 / 17

营销文书语言的组织 / 17

正确运用数字 / 22

营销文书语言的特殊表达 / 24

## 第二篇 商业银行对外营销类文书

### 一、金融服务方案/29

[范例 1·项目贷款金融服务方案] /32

××高速公路项目金融服务方案

### 二、投标书/40

[范例 2·主办行竞选投标书] /43

为战略合作伙伴创造价值

——××××公司主办行竞选投标书

### 三、PowerPoint (多媒体演示文稿) /54

[范例 3·资金集中管控金融服务方案演示稿] /57

××集团公司资金集中管控金融服务方案

### 四、银行简介及金融产品介绍书/64

[范例 4·金融产品介绍书] /66

招商银行一卡通

### 五、契约文书 (银企合作协议、合同) /73

[范例 5·全面合作协议] /76

银企全面合作协议

### 六、贷款项目评估报告/78

[范例 6·公司类贷款项目评估报告] /83

××××水泥有限公司新建 2500T/D 新型干法水泥生产线贷款评估报告

### 七、金融广告文案/117

[范例 7·金融产品宣传广告 (传单)] /120

破解企业财务难题, 投资债市更轻松

——中国农业银行债市通帮您破解财务难题

## 第三篇 客户部门营销专用类文书

### 一、营销策划方案/127

[范例 8·项目营销策划方案] /129

××高速公路项目营销策划方案

### 二、营销谈判方案/132

[范例 9·汽车金融服务网络谈判方案] /134

关于与××公司建立汽车金融服务网络的谈判方案

### 三、市场调查报告/136

[范例 10·经济体制改革调查报告] /139

电力体制改革对我行电力行业信贷营销与管理影响的调查报告

[范例 11·区域市场调查报告] /147

大城市行大客户营销大有作为

## 2 商业银行客户经理营销文案 40 例

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| ——对××市大型公司客户市场情况的调研报告              |  |
| [范例 12·行业市场调查报告] /153              |  |
| 关于××市零售商业市场与信贷运行调研报告               |  |
| 四、项目立项报告/158                       |  |
| [范例 13·项目立项报告] /161                |  |
| 关于代理全市××系统行政事业性收费、罚没收入和结算业务项目的立项报告 |  |
| 五、科技需求书/163                        |  |
| [范例 14·科技需求书] /164                 |  |
| 关于代收煤气费的科技需求报告                     |  |
| 六、信贷调查报告/167                       |  |
| [范例 15·房地产信贷项目调查报告] /173           |  |
| 关于××房地产有限公司申请 1 亿元房地产开发项目贷款的调查报告   |  |
| <b>第四篇 商业银行内部常用类文书</b>             |  |
| 一、营销工作意见/183                       |  |
| [范例 16·部门工作意见] /185                |  |
| 中国××银行××分行                         |  |
| ××××年公司业务工作意见                      |  |
| [范例 17·专项工作意见] /192                |  |
| 中国××银行××分行                         |  |
| 关于公司类大客户营销工作指导意见                   |  |
| 二、营销工作规划/196                       |  |
| [范例 18·五年发展规划] /198                |  |
| 中国××银行××分行                         |  |
| ××××年~××××年公司业务发展规划                |  |
| 三、营销工作计划/206                       |  |
| [范例 19·项目推广计划] /209                |  |
| 中国××银行××分行                         |  |
| ××公司资金归集业务推广计划                     |  |
| [范例 20·贷后管理方案] /210                |  |
| ××公司 2004 年贷后管理方案                  |  |
| 四、营销工作报告/215                       |  |
| [范例 21·工作情况报告] /218                |  |
| 关于我行支持民营企业发展情况的报告                  |  |
| [范例 22·访问客户报告] /221                |  |
| 关于对××股份有限公司的访问报告                   |  |
| 五、营销工作总结/229                       |  |

[范例 23·部门工作总结] /233

××××年公司业务工作总结

## 六、营销工作经验材料/238

[范例 24·综合经验材料] /240

开拓大市场 营销大客户 参与大竞争

——努力促进资产质量和经营效益明显提高

[范例 25·个人经验材料] /243

为了农行的营销事业我们无怨也无悔!

## 七、通知/247

[范例 26·工作事项通知] /250

关于做好××××年末公司客户访问工作的通知

## 八、通报/253

[范例 27·情况通报] /254

关于全行上半年贷款利息收入情况的通报

## 九、请示/257

中国××银行××省分行

[范例 28·工作事项请示] /260

关于中国××(集团)××公司作为现金管理业务全国性客户上线的请示

## 十、批复/262

[范例 29·工作事项批复] /264

关于“××总公司及关联客户营销方案”的批复

## 十一、函/265

[范例 30·平行单位的函] /267

中国××银行××分行

关于为××有限责任公司提供优质金融服务的函

## 十二、会议纪要/269

[范例 31·工作会议纪要] /272

全行重点公司客户贷后管理工作会议纪要

## 十三、规章制度/275

[范例 32·信息管理办法] /278

中国××银行××分行

市场营销信息管理暂行办法

## 十四、简报/283

[范例 33·营销工作类简报] /286

七大转变扭转市场格局

——××分行新式营销成效显著

## 4 商业银行客户经理营销文案 40 例

十五、新闻报道（消息）/288

〔范例 34·经验消息〕/291

精心整合产品 量身订做服务

——湖北：“黄金”方案“斩获”超级客户

第五篇 客户经理自我管理类文书

一、竞聘（岗）演讲稿/295

〔范例 35·竞聘演讲稿〕/298

竞聘支行客户经理的报告

二、述职报告/300

〔范例 36·任期述职报告〕/303

任期述职报告

三、讲话稿/308

〔范例 37·特定仪式讲话稿〕/313

在中国××银行××分行与中国××总公司××公司

银企全面合作协议签字仪式上的讲话

四、金融工作研究/314

〔范例 38·金融产品类研究〕/318

商业银行金融新产品开发工作的基本思路

五、培训教案（讲义）/330

〔范例 39·文字讲义范例〕/333

现代商业银行的发展趋势

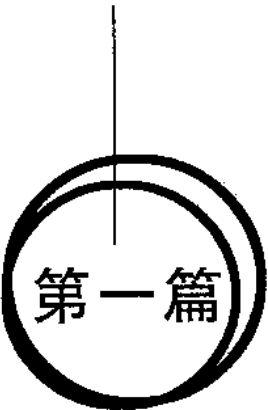
六、读书笔记和学习心得（体会）/341

〔范例 40·读书笔记〕/343

读书不妨先读人

——读《商业银行市场开发运作流程与技巧》有感

后记/346



# 第一篇

## 营销文书写作的基本技巧



# 一、营销文书写作的重大意义

营销文书是商业银行在市场营销与管理过程中所形成并使用的具有特定内容和惯用格式的一种应用文体。

营销文书写作是应用文写作的一个重要分支，它是商业银行营销管理活动的产物，是商业银行及其客户经理进行营销管理活动不可须臾离开的工具和手段。

与一般应用文写作相比，营销文书既有其共性，也有其独具的特点。一是具有明显的目的性和针对性。写作本身是一种有目的的行为，但是一般文章特别是文学作品的写作，它也虽然具有目的性和针对性，但往往是非直接的，需要通过含蓄隐晦、迂回曲折的手法加以表现出来。而营销文书的写作则不然，几乎每篇文书的目的性都要直接显露地表达出来，那种故弄玄虚的“弦外之音”，必须绝对禁止。二是具有特定的内容和范围。所谓特定的内容和范围，是指每一种营销文书所要反映的内容、写作的范围都是明确和固定的。三是具有规定的写作模式。银行经营管理活动的特殊需要决定了营销文书特殊的格式规范。其中通用公文要遵从国务院《国家行政机关公文处理办法》和国家质量技术监督局《国家行政机关公文格式》(GB/T9704—1999)的规定与要求。其他营销文书也是如此，都有其特定的格式。

## 营销文书是商业银行进行营销与管理活动的重要工具

营销文书对推动商业银行营销活动的正常进行，提高银行营销管理活动的效率和效益，增强银行的信誉度和美誉度都发挥着重要的作用。

### 规范约束作用

通用类营销文书是商业银行进行营销与管理活动的喉舌，它代表着银行的法定权威，传递着银行领导的意图，是银行员工特别是客户经理行动的依据和准绳，也是银行加强管理的重要保证。特别是那些规章制度类文书，其规范约束作用体现得就更为明显。

### 知照沟通作用

营销文书是商业银行之间、与客户之间及与社会之间进行公务活动往来的桥梁和纽带。它使银行与银行、银行与客户、银行与社会的各项经营管理活动紧密地联系起来，构成一个有机的协调运转的网络系统，并由此达到沟通情况、传递信息、交流经验的目的，实现银行与企业、社会的多赢，促进社会经济的健康、稳健、快速地发展。

### 领导指导作用

商业银行经营管理的主要权力集中在上级行，上级银行要经常通过制发各种营销文书来指导推动营销工作的开展，对有关工作做出安排和布置。

### 宣传教育作用

一篇营销文书特别是通用类文书，一般总是要陈述情况，阐明理由，分析原因，提出有关希望或要求等。就其实质而言，这是其宣传教育作用的体现。通过文书的制发，使有关单位和客户经理不仅知道应该做什么，而且还知道应该怎样做和为何这样做，以推动和指导营销工作的正常开展。

### 记载和凭证作用

这是就营销文书的时效性而言的。有些营销文书在发挥了现行的效用之后，还要依据有关规定进行立卷存档，成为历史，加以保存。它记载和反映了当时商业银行进行的营销活动情况，具有重要的记载、凭证和查考作用。

## 写作技能是市场营销的“常规武器”

当今社会是一个信息社会，各种现代化的传播工具和传播手段，时刻不停地把大量信息输送到人们生活和工作的各个领域，而形成和传递信息的最基本的载体就是文字。很难想像，在当今信息社会里，没有文字材料人们能够有效地进行沟通与交往。同样，你想当一个受客户和银行都欢迎的客户经理，就必须掌握营销文书写作——这个市场营销的“常规武器”。可以说，市场营销的每一个环节，每一项活动，每一个项目都离不开营销文书写作。营销文书写作贯穿于市场营销工作的自始至终。从信息情报的收集整理、市场营销的调研分析、营销策划方案和金融服务方案书的制作再到银企合作协议的拟定、金融产品管理办法的制定、客户的维护报告等等，几乎每一次信息交流都离不开营销文书写作。因此，你掌握了营销文书写作的“常规武器”，不仅可以助你营销成功，还可以极大地提高你的综合素质，助你实现人生的成功。

## 写作技能是一个人在 21 世纪的“通行证”

写作是一个人最重要的知识资本，是无形资产，是财富积累，是一个人品牌和能力的重要标志之一，是个人身价的衡量标准之一，是在社会中营销自我、展示才华的重要工具，是人们生存竞争的重要手段。在经济、金融部门工作的人大都有这样一个共识：一个人能力强弱的重要标志之一就是看他是否会写文章。在一般情况下，一个熟练地掌握了写作技能的人比不会写作的人，在社会上的生存竞争能力要强得多。因此，写作是一个人在 21 世纪的“通行证”。

## 写作是复杂的脑力劳动和精神生产

写作是复杂的脑力劳动，它以智力为基础，是观察力、记忆力、思维力、想象力的整体合力。它同时也是复杂的精神生产，是一个人的情感意志、知识经验、思维方式、审美习惯、政治信仰、生活态度的综合表现。写作是一个学习和创造的过程，通过写作可以开发智能；写作是一个人政治、业务、文化、社会等方面综合知识的集中体现，通过写作可以提高素质；写作可将感性认识上升为理性认识，将实践经验上升为理论知识，通过写作可以升华经验；写作是在生产精神产品，在人类历史中留下痕迹，留下作品在人间，留下财富给后人，通过写作可以体现成果。

## 二、营销文书写作的基本技能

### 要激发写作热情

爱因斯坦有一句名言：“热爱是最好的老师。”热爱写作，兴趣浓烈，才能使作者全身心地投入到整个写作过程中去。客户经理要学会写作必须热爱写作，培养兴趣，产生一种“我要写作”的强烈冲动，并使之成为一种爱好、生活方式和习惯。

### 要树立写作信心

有个客户经理对我讲：天不怕，地不怕，就怕领导叫我写材料。怕写作的心理状态在许多客户经理中都不同程度地存在着。我认为写作除了有一个基本的技能外，关键还在于你有没有信心。要特别强化“我能行”的意识：我要写文章；我能写文章；我一定能成为“笔杆子”。

### 要培养写作精神

文章千古事，甘苦寸心知，字字皆是血，篇篇均有汗。要走写作之路，就注定要经历落寞孤独，甚至受人冷嘲讥讽。写作是一个非常动脑费神的工作，因此学好写作必须做到五个乐于：一要乐于勤奋，要勤学苦练，做到脑勤、腿勤、笔勤、电脑勤，勤观察、勤读书、勤动笔、勤修改；二要乐于吃苦，要苦读苦学、苦思苦想、苦写苦练；三要乐于寂寞，写作是精神产品的创造过程，必须耐得住寂寞；四