

2024-2030年中国商业银行 金融服务行业分析与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国商业银行金融服务行业分析与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202403/444753.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

商业银行金融服务职能是商业银行充当客户财务顾问，提供各种商情咨询、征信服务的职能。金融服务是在银行基本职能发展的基础上形成的。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国商业银行金融服务行业分析与投资方向研究报告》共四章。首先介绍了商业银行金融服务行业市场发展环境、商业银行金融服务整体运行态势等，接着分析了商业银行金融服务行业市场运行的现状，然后介绍了商业银行金融服务市场竞争格局。随后，报告对商业银行金融服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了商业银行金融服务行业发展趋势与投资预测。您若想对商业银行金融服务产业有个系统的了解或者想投资商业银行金融服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 商业银行对公客户金融服务方案新趋势

第一节 公司客户金融服务需求发展趋势

- 一、投资银行业务服务需求日趋增多
- 二、融资需求呈现多样化发展态势
- 三、现金管理服务需求爆发式增长

第二节 金融服务方设计存在的主要问题

- 一、缺乏较为系统的理论指导
- 二、客户和产品应用范围狭窄
- 三、缺乏整体产品的概念
- 四、缺乏完备的客户信息数据库的支持
- 五、服务方案缺乏特色
- 六、营销策划人员的素质有待提高

第三节 客户金融服务方案制定的新原则

- 一、时刻关注产品能给客户带来什么
- 二、关注客户差异，提供个性化服务
- 三、为客户提供超越其期望的服务

第二章 商业银行对公客户金融服务需求分析

第一节 分析客户背景

- 一、客户背景分析的主要内容
- 二、客户背景分析的方法

第二节 掌握客户行为

- 一、客户行为的种类分析
- 二、影响客户行为的因素分析
- 三、客户持续交易行为分析
- 四、交易特例分析

第三节 了解客户需求

- 一、信贷需求
- 二、存款需求
- 三、中间业务需求

第三章 商业银行对公客户金融服务方案构思

第一节 公司客户金融服务需求全面梳理

- 一、客户问题深入分析
- 二、客户需求全面挖掘
- 三、客户关键需求定位
- 四、客户延伸需求关注
- 五、需求潜在风险分析

第二节 制定营销策略

- 一、分析现状
- 二、制定目标
- 三、制定策略

第三节 金融服务方案产品组合及定价策略

- 一、金融产品组合策略
- 二、金融产品定价策略

第四节 客户需求的应对措施

- 一、提高议价能力
- 二、完善金融产品

- 三、创新特色产品
- 四、采取上下联动营销模式
- 五、树立交叉销售经营意识
- 六、满足客户在其价值链上增值
- 七、提升使银行竞争向“融资+融智”转化
- 八、构建“最佳融资方案”的产品平台
- 九、进一步提高客户经理和产品经理的专业水平

第五节 经典金融服务方案借鉴

- 一、需求分析
- 二、案例简介
- 三、案例透析
- 四、方案评价

第四章 商业银行金融服务方案营销与实施

第一节 营销时机选择

- 一、当公司财务实权人物发生重大人事变动时
- 二、当对公客户经营管理方式发生重大变革时
- 三、当对公客户在生产经营中遇到暂时困难时
- 四、当对公客户与原合作银行发生重大矛盾时
- 五、当对公客户举办周年庆等重大庆典活动时
- 六、当公司财务实权人物有喜事或为难私事时

第二节 捕捉成交信号

- 一、客户情绪变化的八阶段
- 二、识别客户购买信号

第三节 讲究成交策略

- 一、基本成交法
- 二、曲线助营销

第四节 走出成交误区

- 一、成交的误区
- 二、成交的禁忌

第五节 签订合作协议

- 一、协议文本的基本构成要素

二、起草协议文本的注意事项

三、签订合作协议的注意事项

第六节 合作关系的定期评价

图表目录

图表 1 商业银行中间业务发展趋势

图表 2 波士顿矩阵对金融产品组合进行评价

图表 3 金融产品的寿命周期图

图表 4 银行客户需求管理示意图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/444753.html>