

## Содержание

### ПРЕДИСЛОВИЕ

### ГЛАВА I. ОТРАСЛЕВАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ БАНКА

- 1.1. Поиск банками стратегии
- 1.2. Процесс создания и применения отраслевого специального предложения
- 1.3. Специальное предложение для компьютерного рынка
- 1.4. Специальное предложение для рынка грузоперевозок
- 1.5. Пакетные предложения для частных лиц

### ГЛАВА II. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА КЛИЕНТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

- 2.1. Аудит качества обслуживания
- 2.2. Сравнение с банками-конкурентами
- 2.3. Типовые ошибки организации обслуживания

### ГЛАВА III. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОМ РЕКЛАМЫ

- 3.1. Образ банка в рекламных материалах
- 3.2. Требования к содержанию и логике веб-сайта банка
- 3.3. Оценка эффективности рекламы

### ГЛАВА IV. ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ

- 4.1. Создание центра розничных продаж
- 4.2. Технологическая карта процесса консультирования клиента

### ГЛАВА V. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКОЙ БАНКА

- 5.1. Создание реестра услуг банка
- 5.2. Банковское ценообразование

### ГЛАВА VI. ОРГАНИЗАЦИЯ КЛИЕНТСКОЙ СЛУЖБЫ

- 6.1. Каким должен быть успешный сотрудник клиентской службы
- 6.2. Бонусная система банка
- 6.3. Правила использования CRM-системы

## ГЛАВА VII. БАНКОВСКИЙ PR

7.1. Медиа-образ банка

7.2. Банковские рейтинги

## ГЛАВА VIII. ЭЛЕМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

8.1. Выбор приоритетных отраслей

8.2. Экспресс-маркетинг

## ГЛАВА IX. ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

9.1. Природа и формы финансовых групп

9.2. Модели интеграции

## ГЛАВА X. МОНОПОЛИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

10.1. Процесс концентрации на финансовом рынке

10.2. Связь конкуренции и монополизации

## ГЛАВА XI. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

11.1. Экономические информационные продукты

11.2. Требования к экономическим базам данных

## ГЛАВА XII. МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ БАНКА

12.1. Цели и принципы моделирования

12.2. Управленческий образ банка