

## 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. Специальное предложение для автомобильного рынка
- 1.6. Несколько примеров отраслевых специальных предложений
- 1.7. Пакетные предложения для частных лиц
- 1.8. Совместные предложения

### ГЛАВА II. ОРГАНИЗАЦИЯ КЛИЕНТСКОЙ СЛУЖБЫ.

- 2.1. Каким должен быть успешный сотрудник клиентской службы
- 2.2. Бонусная система банка
- 2.3. Правила использования CRM-системы
- 2.4. Формы отчетности клиентской службы
- 2.5. Структура клиентской службы

### ГЛАВА III. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА КЛИЕНТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

- 3.1. Аудит качества обслуживания
- 3.2. Сравнение с банками-конкурентами
- 3.3. Типовые ошибки организации обслуживания...

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

- 4.1. Образ банка в рекламных материалах
- 4.2. Требования к содержанию и логике веб-сайта банка
- 4.3. Оценка эффективности рекламы

## ГЛАВА V. ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ

5.1.Создание центра розничных продаж

5.2.Технологическая карта процесса консультирования клиента

## ГЛАВА VI. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКОЙ БАНКА

6.1.Создание реестра услуг банка

6.2.Банковское ценообразование

## 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