

第六章 商业银行的市场营销

01

第一节 商业银行市场营销概述

02

第二节 商业银行市场营销的环境分析与战略选择

03

第三节 商业银行的市场营销组合策略



一、商业银行市场营销的含义及特点

一般来说，市场营销是指企业在变化的市场环境中，为了满足客户需求并实现自身经营目标，将合适的产品与服务在适当的时间、适当的地点，以适当的价格、适当的方式销售给客户的一系列市场经营活动的过程。

商业银行的市场营销，是在市场竞争日趋激烈

的背景下，企业营销理念、策略、方法等逐步向金融领域，特别是商业银行延伸的产物，反映了银行发展对市场营销的要求。



一、商业银行市场营销的含义及特点

商业银行市场
营销的特点

银行营销的性质——属于服务营销

银行营销的过程——实施整体营销

银行营销的理念——注重关系营销

银行营销的方式——直接营销渠道和
间接营销渠道并存

银行营销的职能——实施双重营销



商业银行市场
营销的发展与
营销观念变迁

第一阶段——营销导入期

第二阶段——营销传播期

第三阶段——营销创新期

第四阶段——营销扩展期



三、市场营销在商业银行发展中的作用

- (1) 市场营销是银行了解市场情况和客户需求，把握发展机会的必要条件。
- (2) 市场营销是银行适应同业竞争，建立稳定客户关系的有力手段。
- (3) 市场营销是银行协调同业及内部各部门工作关系的纽带，利于树立良好的企业形象。





宏观环境分析

政治法律环境
经济环境
社会文化环境
科学技术环境

微观环境分析

客户环境
竞争者环境
银行内部环境





一、商业银行的营销环境分析

（三）环境综合分析方法——S W O T 分析法

环境综合分析，一般是指采用 S W O T 分析方法对银行营销的宏观、微观环境进行综合分析。

在综合分析的基础上，明确自身的市场定位，制定切合本银行实际的市场营销目标和策略。





二、商业银行的市场细分与市场定位

市场细分，是指银行通过环境分析，依据客户在需求上的各种差异，将整个市场划分为若干客户群的市场分类过程。其中，每一个客户群就是一个细分市场，即子市场或分市场，每个细分市场都是由具有相同或相似需求特征的客户构成的群体。

科学合理的市场细分对银行的市场营销具有重要作用。

- (1) 有利于银行发掘新的市场机会，形成新的目标市场。
- (2) 有利于银行调整营销策略。
- (3) 有利于银行发挥竞争优势，提高经济效益。



对企业客户市场的细分

规模因素
行业因素
企业类型因素
企业性质因素

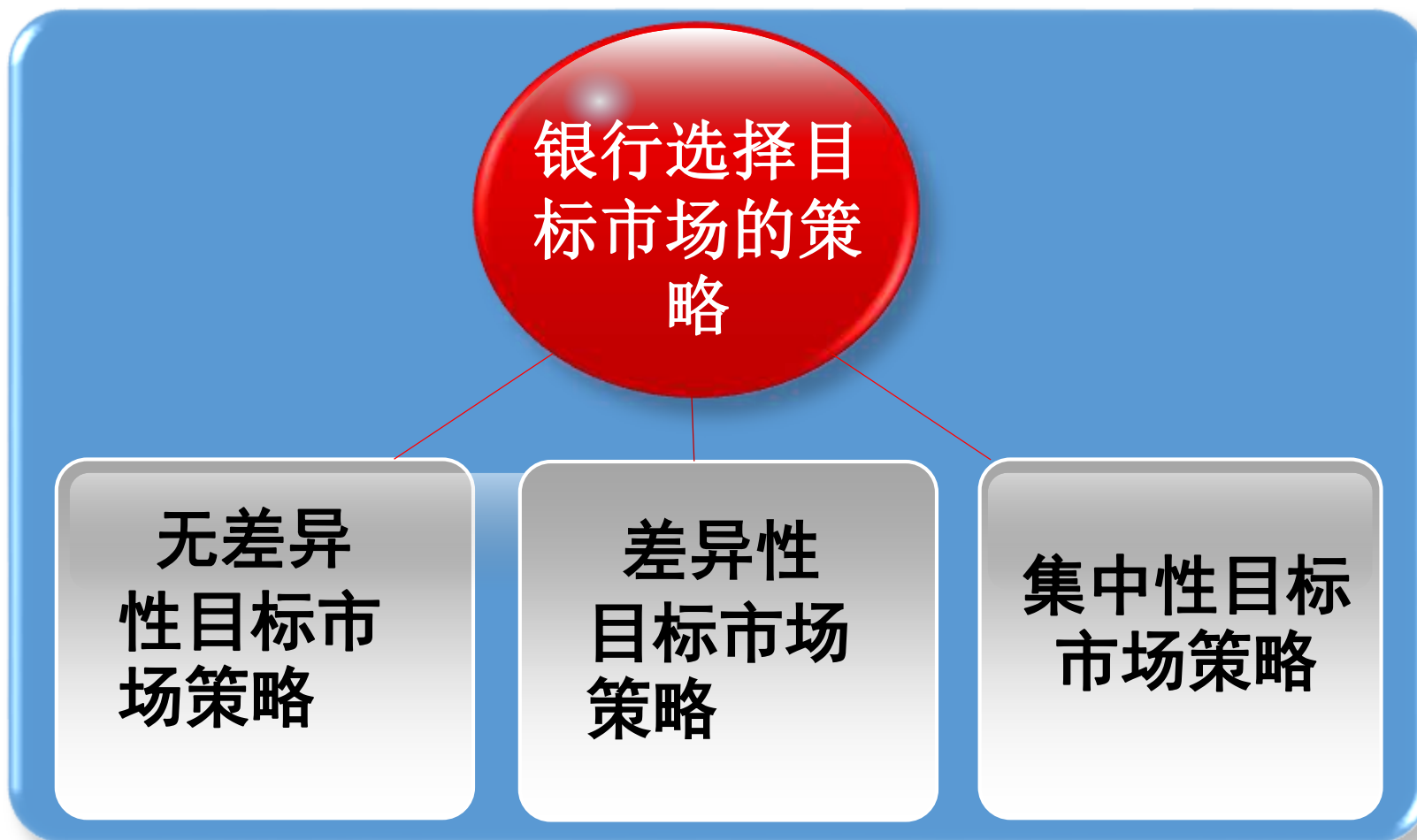
对个人客户市场的细分

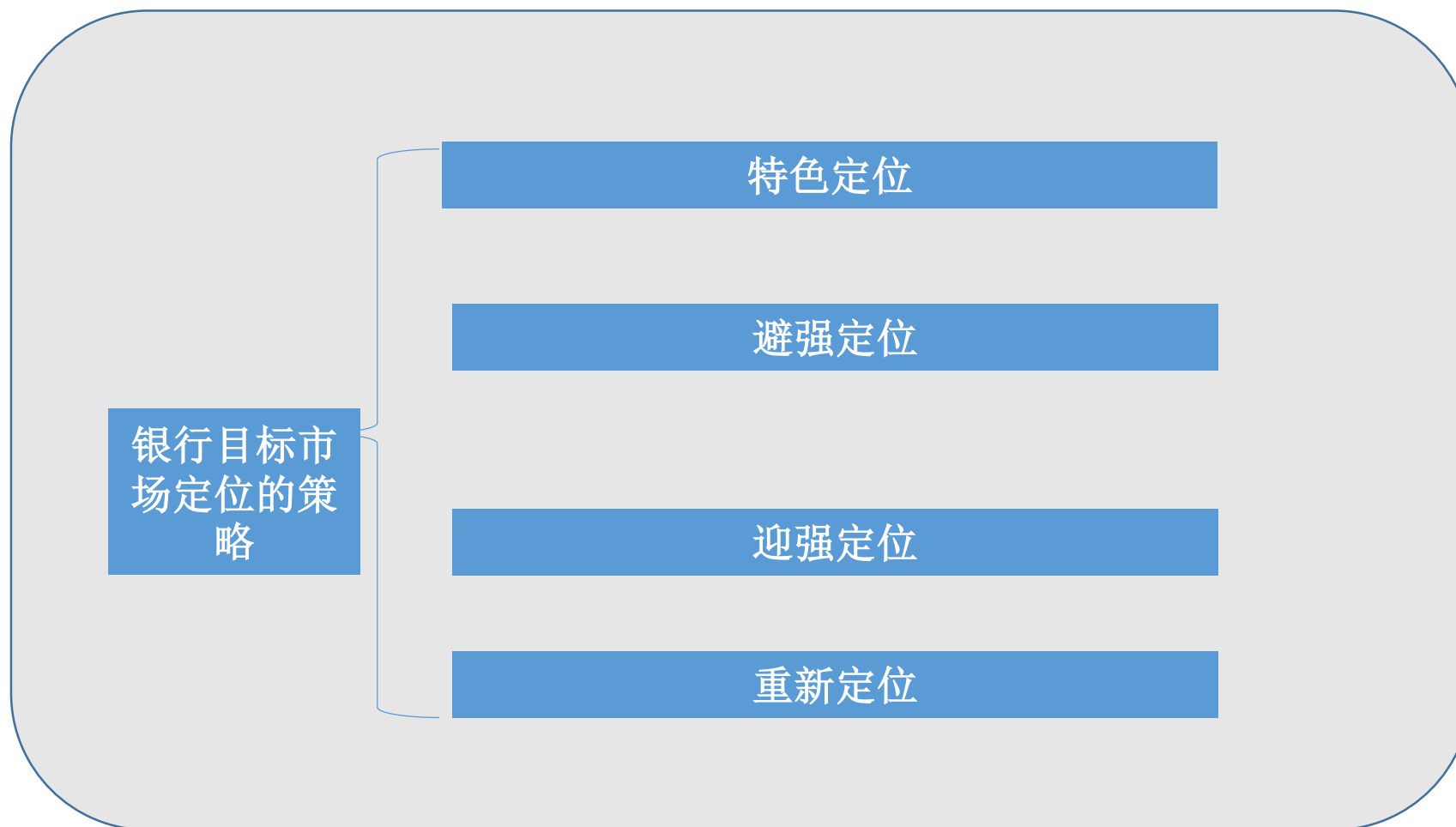
按人口因素细分
按地理因素细分
按心理因素细分
按利益因素细分
按行为因素细分





二、商业银行的市场细分与市场定位







三、商业银行的营销战略选择

一般来说， 商业银行在选择和制定营销战略时， 应遵循两大基本原则：

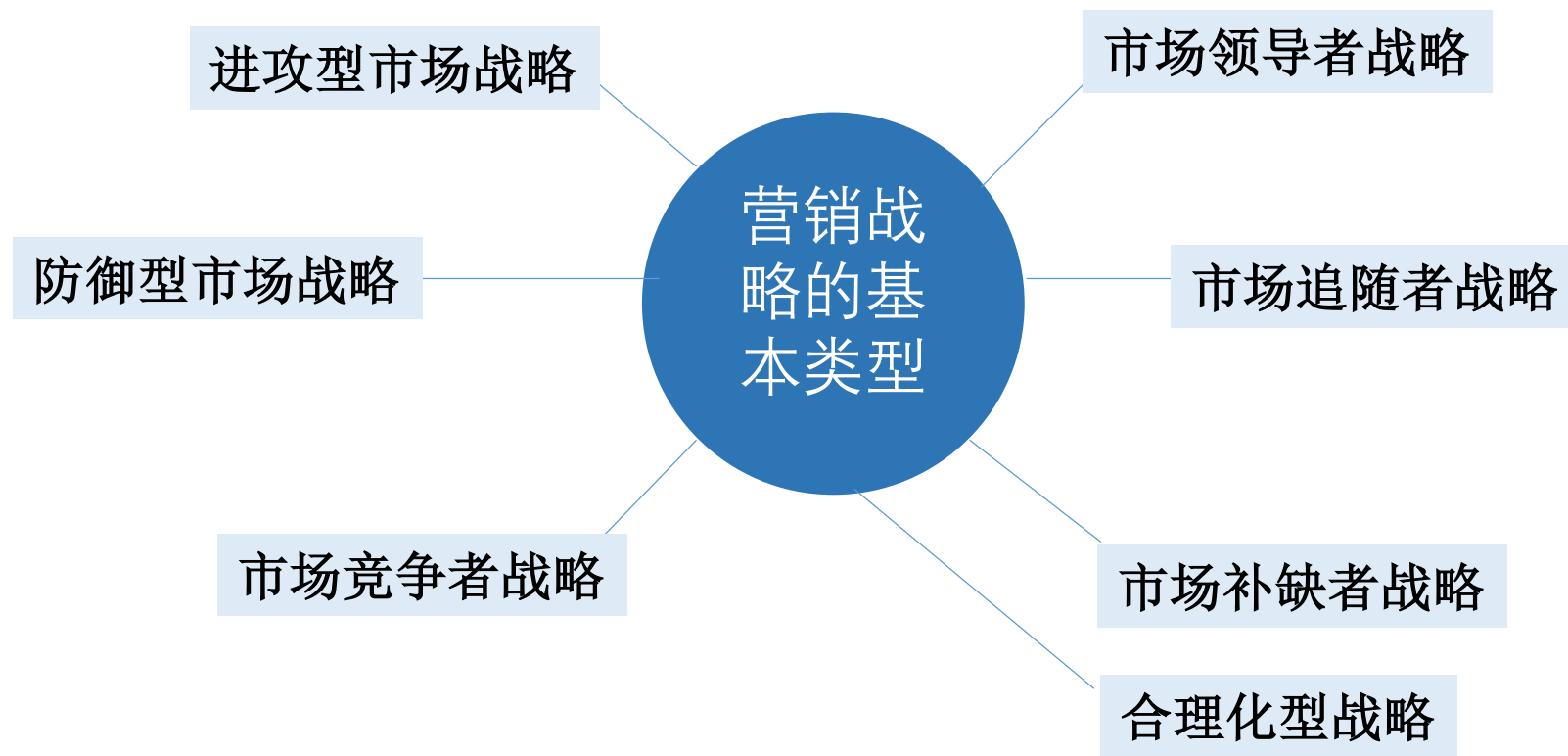
第一， 以客户为导向。

第二， 以竞争对手为导向。





三、商业银行的营销战略选择





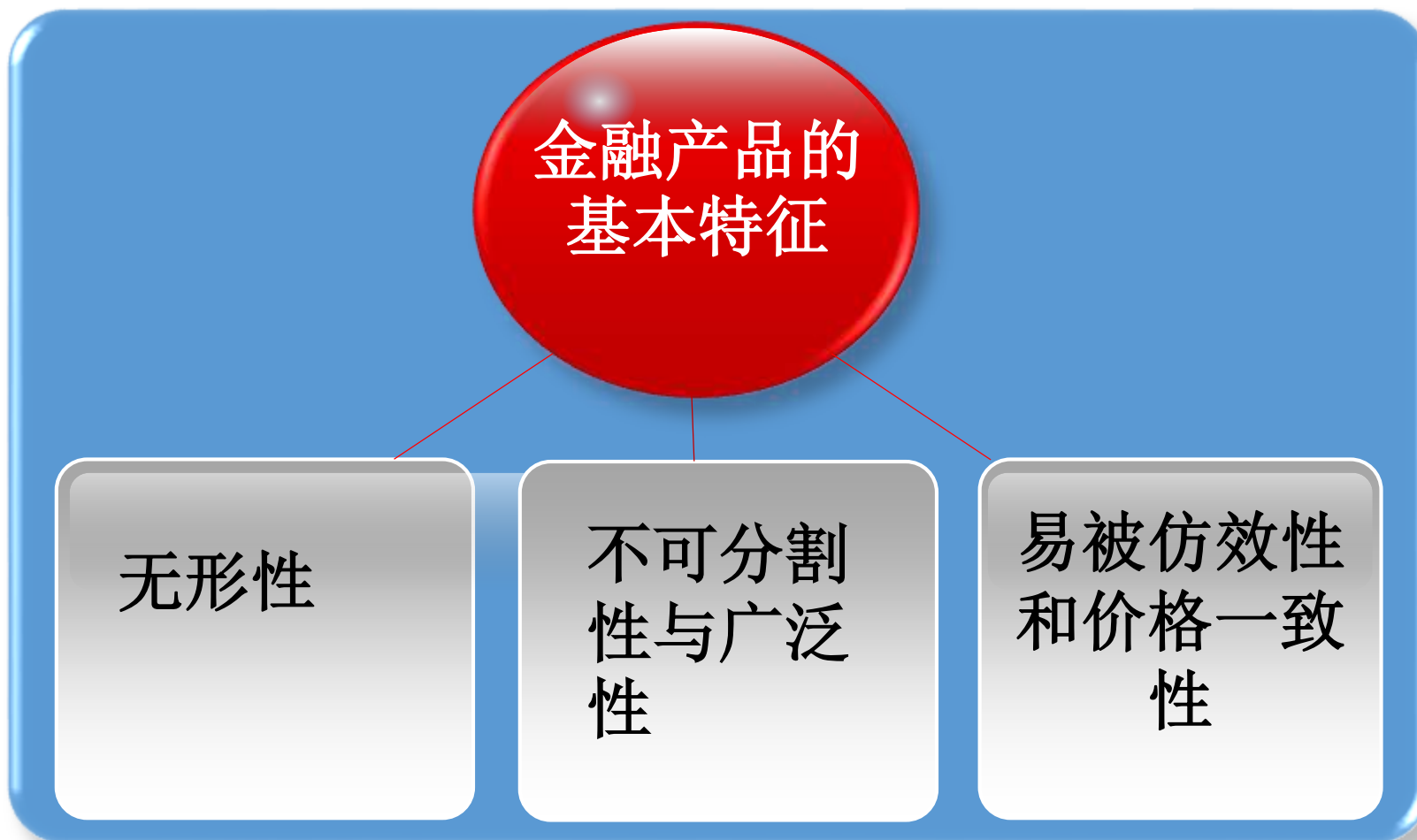
一、商业银行的产品策略

金融机构向市场提供的，使顾客可以取得、利用或消费的一切事物。其既包括各种金融工具，也包括与各种金融工具有直接关系或间接关系的各类金融服务。





一、商业银行的产品策略





银行开发金融产品的主要方法

全新金融产品开发

部分新金融产品开发

改进新金融产品开发

仿制新金融产品开发



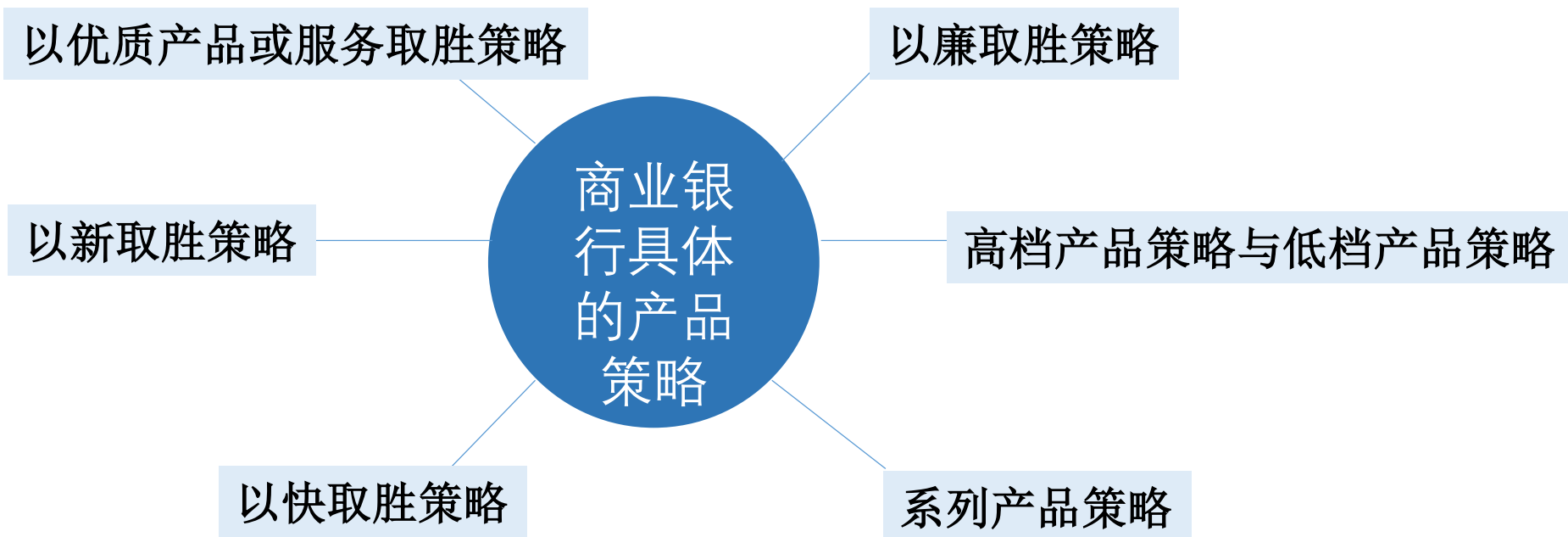
一、商业银行的产品策略

商业银行在进行产品开发时，一般应做到以下几点：

- (1) 开发新产品必须有足够的市场。
- (2) 开发新产品必须有自己的特色。
- (3) 开发新产品，银行必须具备足够的能力。
- (4) 开发新产品必须与相应顾客层的社会文化、价值观念、消费习惯等相适应，以使开发出的金融产品能够较快地为市场及一定的消费群体所接受。
- (5) 开发新产品必须能够产生效益。

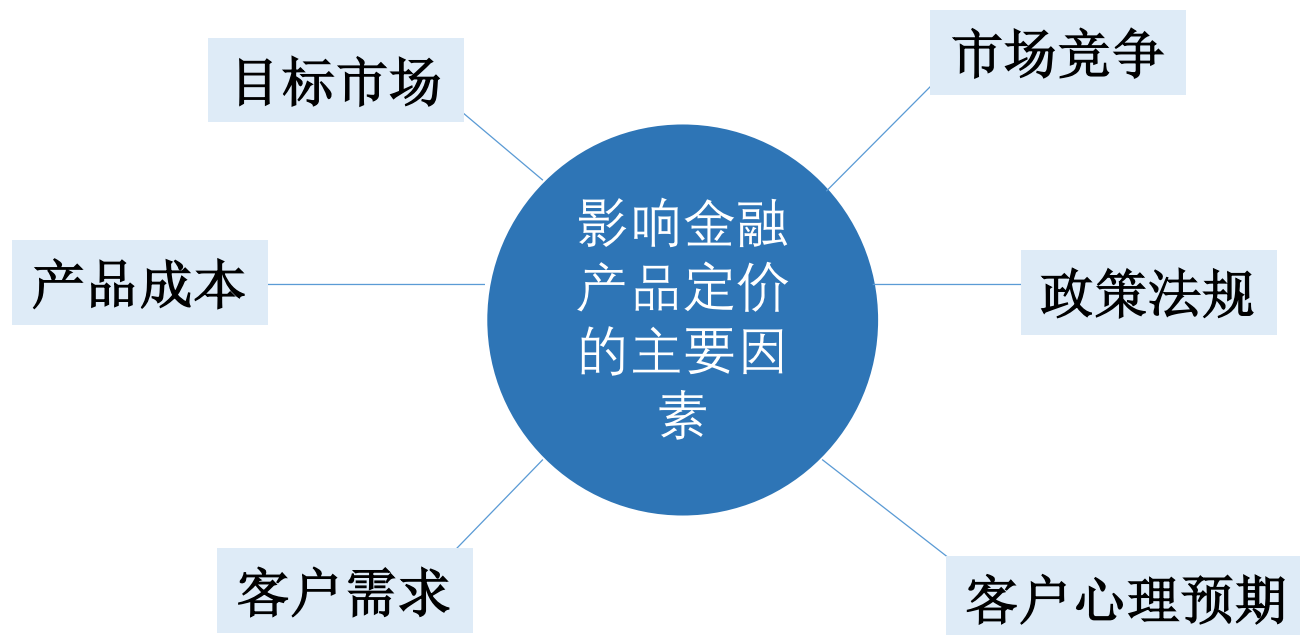


一、商业银行的产品策略





一、商业银行的产品策略





二、商业银行的定价策略

(三) 金融产品定价的几种具体策略

高价策略

低价策略

竞争定价策略

差别定价策略

产品组合定价策略

价值定价策略

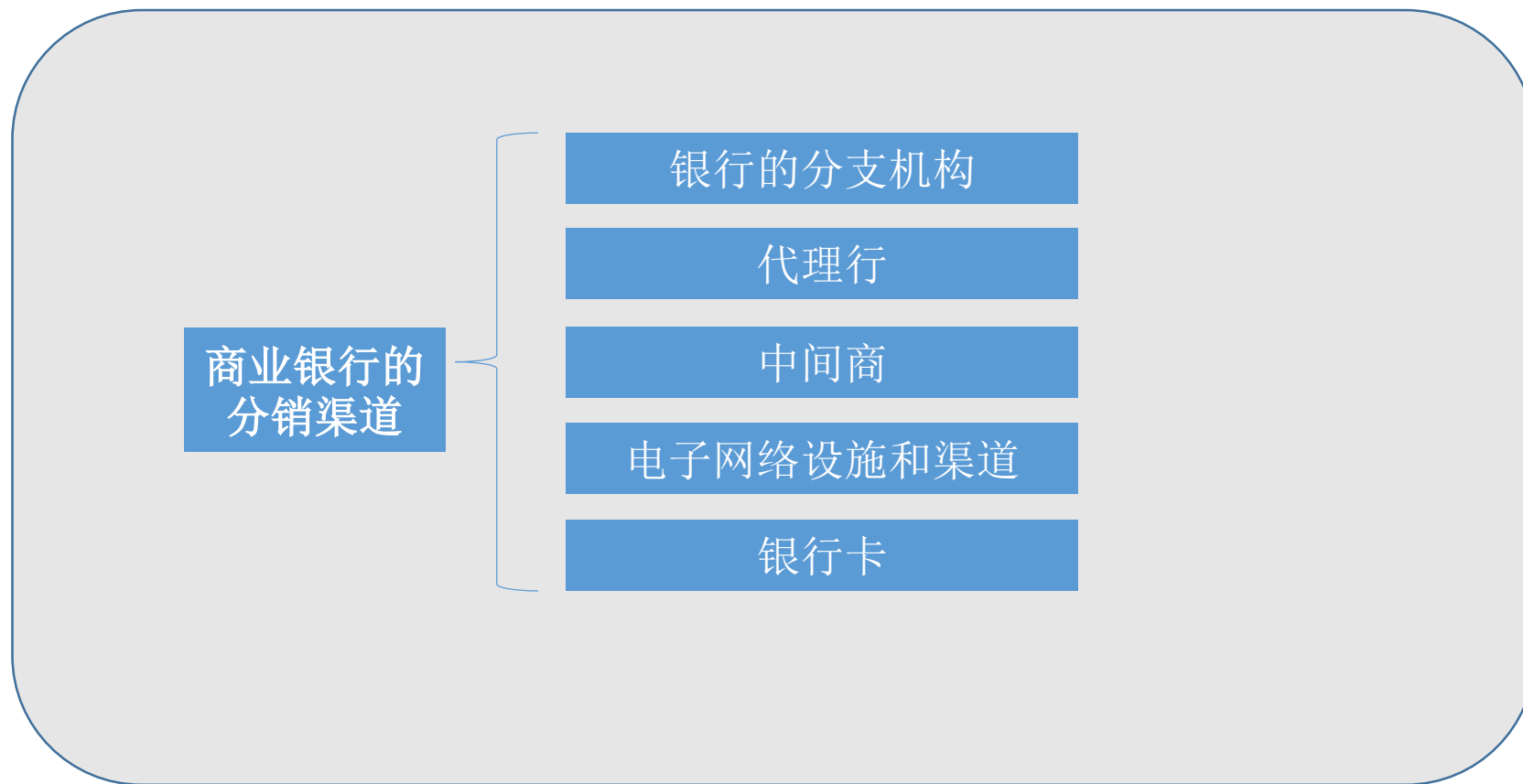
关系定价策略

战略定价策略

成本定价策略



三、商业银行的分销策略





三、商业银行的分销策略

(二) 银行分销渠道的选择

选择直接分销渠道还是间接分销渠道，取决于银行对下列多种影响因素的基本判断：

- | | |
|------------------|----------------------|
| 1.金融产品的特征及客户需求因素 | 2.市场因素 |
| 3.商业银行的自身状况 | 4.分销渠道的成本和利润因素 |
| 5.相关政策法律因素 | 6.自然环境、经济环境、科技与文化等因素 |
| 7.客户忠诚度 | |



人员促销

人员促销，是银行利用促销人员向顾客推销产品和服务的一种促销方式。

非人员促销

广告
公共关系
营业推广