

商行营销8-商业银行营销中的促 销策略



| CATALOGUE |

目录

- 商业银行营销概述
- 促销策略的种类与实施
- 商业银行营销中的促销策略应用
- 促销策略的优缺点与适用场景
- 商业银行营销中的促销策略案例分析

01

商业银行营销概述



商业银行业务营销的定义与特点



01

商业银行营销是指商业银行通过提供金融产品和服务，满足客户需求并实现盈利目标的一系列经营活动。



02

商业银行营销的特点包括：以客户需求为导向、提供专业化的金融服务、具有较高的风险性和监管要求、竞争激烈等。

商业银行业务营销的重要性



01

提高客户满意度和忠诚度

通过满足客户需求，提高客户满意度和忠诚度，增加客户黏性，降低客户流失率。

02

提升品牌形象和市场地位

通过有效的营销策略，提升商业银行的品牌形象和市场地位，增强市场竞争力。

03

实现盈利目标

通过营销活动吸引新客户和拓展业务，增加收入来源，实现盈利目标。

商业银行业务的历史与发展

早期发展

商业银行业务起源于20世纪初的美国，当时银行开始意识到客户需求的重要性，开始进行市场调研和定位。



快速发展

20世纪70年代以后，随着金融市场的竞争加剧和客户需求的变化，商业银行开始更加注重营销策略的制定和实施。



创新发展

进入21世纪，随着科技的发展和互联网的普及，商业银行业务不断创新，数字化营销成为新的趋势。

02

促销策略的种类与实施





促销策略的定义与种类

定义

促销策略是指通过各种营销手段，刺激消费者购买欲望，提高销售量的营销策略。

种类

包括价格促销、赠品促销、优惠券促销、组合促销等。

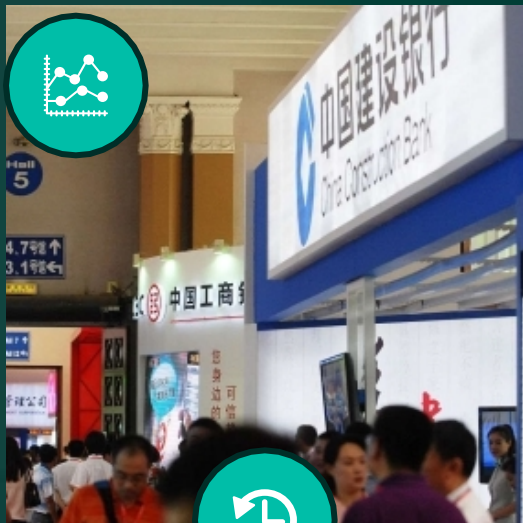




促销策略的实施流程

市场调研

了解消费者需求、竞争对手情况，确定目标市场和目标客户。



制定促销计划

根据市场调研结果，制定具体的促销计划，包括促销方式、时间、预算等。



宣传推广

通过广告、宣传册、网络等渠道，向目标客户宣传推广促销活动。

执行与监督

确保促销活动的顺利执行，并对执行情况进行监督和调整。



促销策略的效果评估

销售数据统计

通过销售数据统计，分析促销活动对销售量的影响。

ROI分析

通过投入与产出的比值分析，评估促销活动的经济效益。



客户反馈

收集客户对促销活动的反馈意见，了解客户对活动的满意度和参与度。

总结与改进

根据效果评估结果，总结经验教训，优化和改进未来的促销策略。

03

商业银行营销中的促销策略应用





价格促销策略



折扣策略

通过直接降低商品价格或提供优惠折扣吸引消费者。

捆绑销售

将多个商品组合在一起销售，以优惠价格提供给消费者。

价格歧视

针对不同消费者群体提供不同的价格，以满足不同需求和定位。

会员优惠

为银行会员提供专属的优惠价格或折扣。



赠品促销策略

购买赠品

消费者购买指定商品或服务时获得赠品。

满额赠品

消费达到一定金额后获得赠品。

抽奖赠品

参与抽奖活动有机会获得赠品。

新用户赠品

新注册用户或新开卡用户获得赠品。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/895132200131011131>