

2007-2008年中国商业银行 个人理财产品发展分析及其营销策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007-2008年中国商业银行个人理财产品发展分析及其营销策略研究报告》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.abaogao.com/b/yinxing/R338029SBT.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

2007-2008年中国商业银行个人理财产品发展分析及其营销策略研究报告 内容介绍：

【报告提示】

随着我国经济的发展,个人理财已经发展成为国民经济活动的重要组成部分。在我国,商业银行个人理财产品推出的时间很短,相关的规范尚不健全,理财产品中存在的诸多问题有待研究解决。应细分客户群体,针对客户需求分层次服务;建立完善的客户信息系统,充分了解客户需求;创新理财产品和服务方式,满足不同客户需求。

【报告优势】根据客户要求增加指定内容

【报告形式】动态研究报告(现成报告内容+客户指定内容+现时内容)

【报告作者】行业发展研究课题组

【报告目录】

绪论

第1章：商业银行个人理财产品特征概述

第1节：商业银行个人理财产品特征

第2节：商业银行个人理财产品呈现的特点

第3节：商业银行个人理财产品生产路线

第2章：商业银行个人理财行业现状分析

第1节：商业银行个人理财国内外总体行业情况

1.商业银行个人理财国外行业情况

2.商业银行个人理财国内行业情况

第2节：商业银行个人理财当前及潜在客户

第3节：行业竞争环境及对手

第4节：行业分销渠道

第3章：商业银行个人理财行业面临的外部环境

第1节：经济环境

第2节：政治法律环境

第3节：技术环境

第4节：自然环境

第4章：商业银行个人理财产品市场细分及预测

第1节：市场细分标准

1.行业细分标准

2.地理细分标准

3.企业规模细分标准

第2节：确定细分市场

第3节：评估细分市场

1.细分市场的规模与发展

2.细分市场结构的吸引力

3.公司的目标和资源

第4节：目标市场定位

第5节：商业银行个人理财市场预测

第5章：商业银行个人理财产品销售策略研究

第1节：产品策略

1.发展战略

2.维持策略

3.收割策略

4.放弃策略

第2节：定价策略

1.影响定价的因素

2.定价的目标

3.定价策略

第3节：分销策略

1.分销渠道的类型和功能

2.影响分销渠道选择的因素

3.分销策略

结论