ВладиславлевД. Н.
Энциклопедия банковского маркетинга. - М.: Ось-89,2006. - 256 с.
ISBN 5-98534-118-6

Рост конкуренции и широкое развитие розницы на рынке банковских услуг вызвали всплеск интереса к банковскому маркетингу. Автор книги, на практике занимающийся банковским маркетингом с 1997 года, рассматривает и обобщает наиболее интересные методы решения важнейших маркетинговых задач в банке. Конкретные примеры из опыта работы иллюстрируют каждый из методов, наглядно показывая его эффективность.

В книге поднимаются проблемы оценки качества клиентского обслуживания, организации розничных продаж, создания специальных отраслевых предложений, разработки новых банковских продуктов, конкурентной разведки, управления банковской рекламой и PR, развития бренда, управления CRM-системой, call-center, вебсайтом и тарифными планами, а также многие другие проблемы, которые руководство банка ставит перед маркетинговой службой.

Книга предназначена для владельцев и руководителей банков, специалистов по банковскому маркетингу, студентов и преподавателей высших учебных заведений, а также для широкого круга лиц, желающих ориентироваться в технологиях банковского маркетинга.