**形考任务1**

参考答案

题目1答案：金融企业

题目2答案：20世纪90年代

题目3答案：消费者需求

题目4答案：一般来说，中等收入国家的居民对金融产品和服务的需求最大

题目5答案：行业外部竞争对手

题目6答案：政府

题目7答案：融通

题目8答案：间接融资领域开展业务

题目9答案：文化因素

题目10答案：是指运用身边熟悉的人及人际关系进行客户开拓。

题目11答案：潜在客户资料容易收集

题目12答案：购买决策人

题目13答案：产品可能的风险

题目14答案：反复仔细地翻看产品资料

题目15答案：金融营销的流程是从资金供应方到金融企业；；从金融企业再到资金需求方；；资金供应方和资金需求方都是金融企业的营销重点。

题目16答案：服务营销；单项营销

题目17答案：可控因素；不可控因素

题目18答案：收集市场信息；制订营销策略；提供金融服务

题目19答案：政治法律环境；经济环境；人口环境；科技环境

题目20答案：个人客户；机构客户

题目21答案：准备学费；婚丧嫁娶；生老病死；间接投资

题目22答案：股票；企业债；政府公债

题目23答案：需求动机；认知；态度

题目24答案：环境因素；组织因素；人际关系因素

题目25答案：公共性；规范性；政策性；委托代理性

题目26答案：有购买某种产品或服务的需要；愿意倾听；有购买决策权

题目27答案：约访；接触；客户需求

题目28答案：自我介绍法；他人介绍法；利用事件法；馈赠接近法

题目29答案：广告；营销推广；人员促销

题目30答案：是

题目31答案：否

题目32答案：是

题目33答案：否

题目34答案：是

题目35答案：否

题目36答案：否

题目37答案：是

题目38答案：否

题目39答案：是

题目40答案：否

题目41答案：是

**形考任务2**

参考答案

题目1答案：发现尚未开拓的新市场

题目2答案：消费者

题目3答案：对金融市场进行细分

题目4答案：推出适销对路的产品

题目5答案：提出市场营销策略

题目6答案：年龄

题目7答案：地理标准

题目8答案：更倾向于收入稳定的投资项目

题目9答案：创业阶段

题目10答案：可分割性

题目11答案：增加机构的营销支出和管理成本

题目12答案：金融企业会面临较大的风险

题目13答案：无差异性目标市场策略

题目14答案：避开与同业的激烈竞争

题目15答案：导入、成长、成熟、衰退

题目16答案：缓慢撇脂策略

题目17答案：产品定价高，促销费用大

题目18答案：企业实力

题目19答案：品牌扩展战略

题目20答案：市场细分；目标市场；市场定位

题目21答案：有利于企业进行目标市场选择；有利于企业更好的满足客户需求；有利于企业经济效益的提升

题目22答案：顾客的个性特点；消费需求；满足程度；机构面临的竞争情况

题目23答案：可衡量性；可进入性；可盈利性

题目24答案：地理标准；人口统计标准；心理标准 ；利益标准

题目25答案：国外客户和国内客户；城市客户、城郊客户和农村客户

题目26答案：年龄；收入；家庭生活周期

题目27答案：A社会阶层；生活方式；个人性格

题目28答案：期限长短；利率高低；风险大小

题目29答案：代理股票上市；银行担保；银行表外业务

题目30答案：金融产品和服务是否与客户需求相适应；市场是否具有较大的购买力或潜力；金融企业是否有较大的竞争优势

题目31答案：不要在若干个较大市场上占有较小份额；要在较小的细分市场上占有较大份额

题目32答案：差异性目标市场策略；集中性目标市场策略

题目33答案：根据具体的产品定位；根据消费者关心的利益定位；根据使用者类型定位

题目34答案：目标市场上消费者需要的是什么；需求的满足程度如何；竞争对手如何对其产品进行定位

题目35答案：形式产品；期望产品；延伸产品；潜在产品

题目36答案：无形性；易模仿性；增值性；产品服务与客户关系的持续性

题目37答案：财产保险；责任保险；人身保险；信用保证保险

题目38答案：市场规模小；潜在竞争威胁不大；多数客户急需购买且需求价格弹性较低

题目39答案：扩大产品组合策略；缩减产品组合策略；高端产品组合策略；低端产品组合策略

题目40答案：一个金融品牌通常包括品牌名称、品牌标记、商标、版权、厂牌等组成要素；金融品牌营销策略包括产品线扩展策略、品牌扩展策略、多个品牌策略与新品牌策略；对消费者而言，金融品牌可以降低信息搜寻成本

题目41答案：否

题目42答案：否

题目43答案：是

题目44答案：否

题目45答案：是

题目46答案：否

题目47答案：是

题目48答案：否

题目49答案：否

题目50答案：是

题目51答案：是

题目52答案：是

题目53答案：否

题目54答案：否

题目55答案：否

题目56答案：是

题目57答案：是

题目58答案：否

**形考任务3**

参考答案

题目1答案：大企业可以独立制订价格

题目2答案：适应性差

题目3答案：产品迅速占领市场，薄利多销

题目4答案：尾数定价策略

题目5答案：电子渠道营销

题目6答案：提高了产品成本

题目7答案：第三方机构营销

题目8答案：产品和企业获得客户的认可

题目9答案：加强与客户的关系

题目10答案：电视广告媒体的缺点是广告时间长、费用高、制作复杂

题目11答案：更注重附加价值

题目12答案：人员招聘

题目13答案：适当向一线员工授权可以降低成本，提高服务的一致性

题目14答案：参与公益活动

题目15答案：利率；汇率；佣金率；保险费率

题目16答案：利润最大化；市场份额领先；提升产品质量

题目17答案：金融产品的价格能反映市场需求的变化情况, 有利于金融产品的销售和扩大市场占有率；有利于扩大金融企业的总收入, 增加利润总量；这种方法所定的价格, 其竞争的适应性较强

题目18答案：金融企业可以承受产品以较低价格投入市场的风险, 而不至于出现巨大亏损；金融企业具有充足的营销资源、分销渠道与促销能力, 可以保持较高的服务质量；随着产品销量的扩大, 金融产品的生产与分销成本可以实现规模经济性；该金融产品需求的价格弹性较大, 如果采用高价策略, 不易打开市场销路

题目19答案：独特性；风险性；监管性

题目20答案：快捷；成本低；选择空间大；风险小

题目21答案：人员促销；广告策略；营业推广

题目22答案：面对面接触；有利于加强与客户的关系；营销人员和客户之间的直接沟通会使得客户感到难以拒绝购买

题目23答案：目标策略；产品分类策略；综合组织策略；客户细分策略

题目24答案：要尽可能地将金融产品与服务的特色充分展示介绍;；要根据不同客户的需求, 突出产品质量和服务上的优势;；要选择好广告投放的时间和地点, 力求达到“先入为主冶的宣传效果。

题目25答案：赠送礼品；免费服务；兑换礼品；陈列展示

题目26答案：强调金融企业与社会公众之间的联系；以树立金融企业的良好形象为目的；营销手段较多

题目27答案：有利于金融企业进行危机管理；降低促销成本；建立与社会公众的良好关系；有利于进行品牌建设

题目28答案：吸引和留住人才；保证外部营销得以顺利开展

题目29答案：定期考核内部服务质量；改善内部服务环境；建立服务导向的组织机制

题目30答案：否

题目31答案：否

题目32答案：是

题目33答案：否

题目34答案：否

题目35答案：是

题目36答案：否

题目37答案：是

题目38答案：是

题目39答案：否

题目40答案：否

题目41答案：是

**形考任务4**

参考答案

题目1答案：两个

题目2答案：客户对金融产品的价格不敏感

题目3答案：通过提供满足消费者的金融需求的服务获取收益

题目4答案：分部金融企业提供多样化、有针对性的服务

题目5答案：95%

题目6答案：20

题目7答案：提升整体的客户忠诚度, 并使客户的终身价值达到最大化

题目8答案：5倍

题目9答案：1995年

题目10答案：深圳前海微众银行

题目11答案：客户长期对企业产品或服务重复购买；客户交叉购买该企业的其他产品或服务；客户对该企业的产品或服务具有高度依赖；能抵御该企业竞争对手的营销策略

题目12答案：客户销售；开发拓展市场；支持和服务

题目13答案：客户识别；客户区分；提供个性化的产品或服务以满足客户的特殊需求；客户关怀

题目14答案：识别客户；客户差异化；与客户沟通；“定制”服务

题目15答案：拓展、联系客户；提升银行利润；提升银行经营管理水平

题目16答案：纯网络金融企业；P2P网贷；众筹

题目17答案：信用风险高；难以监控

题目18答案：预售性；排他性；有下限

题目19答案：营销成本低；沟通良好；传播技术先进；客户流失较少

题目20答案：客户信任问题；网络安全问题；法律法规不完善

题目21答案：是

题目22答案：否

题目23答案：否

题目24答案：是

题目25答案：是

题目26答案：否

题目27答案：否

题目28答案：是

题目29答案：是

题目30答案：否