
《线上线下联动营销----网银推广技巧》

【课程背景】

- 一、 客户经理：对公客户营销沙龙，批量营销对公网银、个人网银、外拓营销
- 二、 客户经理：个人客户批量教育培养
- 三、 大堂经理：大堂客户识别引导、厅堂营销
- 四、 柜员：一对一客户营销网银
- 五、 行长：任务分配下达，培养、安排员工演练、安排竞赛等

【授课时长】

实战版 36 小时（6 天）、浓缩版 2 天

【课程收益】

- 1、 管理层：学习网银推广的策划方案、全行推广方案、员工激励方案
- 2、 基层：领悟网银推广的重要意义、解读银行方案、目标客户分析、网银推广技巧及话术演练

【授课对象】

分行行长、个金部老总、网络资源管理部、网点行长、客户经理、大堂经理、柜员。

【课程大纲】

对象一：分行行长、个金部老总、网络资源部老总： 时长 3 小时

- 一、 线上线下营销战略
- 二、 线上线下联动营销策划方案
- 三、 他人先进经验分享
- 四、 本行的推广方案内化及定制
- 五、 员工激励方案策划、设计与考核指标分解

对象二：网点行长： 时长 6 小时

- 一、 银行线上线下营销战略重要意义
- 二、 银行线上线下联动营销的政策解读
- 三、 他人先进经验分享
- 四、 如何激励本网点员工的销售积极性
- 五、 本网点员工个人分析讨论、及针对带动方法方案分析
- 六、 网点员工培训技巧、培训步骤分析
(成功案例分享法、模拟演练法、话术读练法、针对不同的员工设计适合他的梯度成长方案及规划)

方案)

七、 制定本网点的员工激励、培训、带动方案 (分组方案、竞赛方案)

八、 难题解决：员工不爱营销怎么办？员工对物质激励不敏感，怎么办？

对象三：客户经理 (含对公客户经理、个人客户经理)：时长 12 小时

一：对公客户上门批量营销

(一) 对公上门营销六步骤

(二) 难题：如何让对公客户接受我们的上门营销？

(三) 如何让对公客户多支持我们？

(四) 时间不够用，怎么办？

(五) 人手不足，怎么办？

二：电子银行营销沙龙

(一) 电子银行营销沙龙标准六步骤

(二) 电子银行营销沙龙的注意事项及细节

(三) 邀约更多客户？

(四) 沙龙活动如何吸引客户？

(五) 如何在沙龙活动上，快速教会用户？

第三章：外拓营销

(一) 外拓营销六步曲

(二) 如何选择外拓地点

(三) 如何做好充分准备？

(四) 如何在外拓地点吸引客户？

(五) 如何让客户更相信我们？

第四章：网点内客户营销技巧

(一) 网点营销技巧及话术训练

(二) 电话推广话术训练

(三) 短信推广话术训练

(四) 微信工具的运用技巧

对象四：大堂经理：时长 3 小时+3 小时 (其中有 3 小时与柜员一起学习)

一、 厅堂目标客户识别

二、 厅堂现场营销

三、 厅堂指导客户技巧

四、 厅堂网银激活技巧

五、 难题解决：如何快速激活？如何批量激活？工作量太大，怎么办？

六、 微信推广方式的运用

七、 短信推广方式的运用

对象五：柜员 时长 3 小时

一、 目标客户识别分析

二、 一句话提问引导

三、 网银好处呈现 (具体话术训练)

省钱

省时

省心

时尚

四、 常见异议处理技巧

(一) 视觉呈现法

(二) 从众心理法

(三) 举例说明法

(四) 数据对比法

(五) 制造痛苦法

(六) 利弊分析法

(七) 提问引导法

(八) 海量营销法

五、 常见异议处理技巧话术训练（网银不会用、网银不安全、U盾太贵、没必要、考虑一下、与家人商量一下、电视上提醒不要用网银、我有他行的网银了……）

六、 促销技巧

七、 综合模拟演练

八、 难题分析：

1. 高频服务与网银推广的矛盾难题解决
2. 多种业务推广，时间不够的矛盾难题解决
3. 都是老客户，如何推广的难题解决

现场督导：

客户经理 3 小时

大堂经理、柜员 3 小时

行长 3 小时