

---

# 互联网金融营销思维系统训练

## [课程关键词]

互联网金融 互联网思维 互联网营销 互联网银行  
营销系统化 大数据应用 营销思维 在线金融研讨会

## [课程背景]

互联网时代，改变世界改变生活，也改变商业格局。互联网金融，互联网货币，互联网金融一系列基于互联网的商业模式变革应运而生，加上互联网思维的热度传播，一时之间金融业也纷纷喊着互联网思维要将传统服务业务转型升级互联网化；本课程以互联网金融研讨会形式，深入解读互联网思维需要的后续能量，对应代表性互联网金融的案例分析，掌握互联网金融行业营销思维技巧和方法；

## [课程对象]

企业董事长／总经理/企业决策层/营销高管/服务营销团队骨干

## [课程目标]

- 1、正确理解互联网思维精髓；
- 2、通过案例研讨会启发运营思维能力；
- 3、掌握互联网金融行业主流商业模式；
- 4、完成互联网营销思维的系统化应用成果。

## [课程优势] (课程特色)

双效通道：应用+训练；顾问+教练！

案例研讨会模式：以解决问题为导向，用运营实战为核心。

直接针对性案例分析，讨论分享，现场点评指导；

化繁为简，直击核心！有效应用，价值倍增！

强化

运营策略，启发营销思维！

---

## 【课程安排】如下：

# 第一天[互联网思维]6 小时

上午：

### 1、什么是互联网思维？

【情景沙盘】讨论：互联网思维到底给我们带来什么？  
互联网思维给我们留下什么？

电商 AND 电伤；

为何 AND 如何；

- 颠覆与跨界
- 为何要做升级
- 凭什么转型升级
- 如何做好转型升级

### 2、差异化设计；

互联网思维如何落地：用户体验；

【情景工作坊】讨论：用户体验的核心是什么？对着课程内容分享用户体验设计；  
USP 的差异化设计工具应用

- 企业硬实力
- 企业软实力
- 产品特点汇总和提炼
- 客户利益关系

### 3、转型升级系统化

警告：切勿模仿传奇而想创造传奇！

- 运营系统化
- 营销工具化
- 大数据应用

【案例】招商银行网上银行服务；广发银行服务体系升级；

下午：

### 【案例研讨会】

案例 1，广发银行的转型升级；

【案例背景】广发银行包括手机银行、微信营业厅、易信营业厅、移动银行等在内的移动金融服务体系实现全线升级，不仅优化了多项现有服务，还新增了多个亮点功能。据悉，自 2011 年 3 月广

---

发手机银行正式推出以来，其客户规模每年保持 100%以上的速度增长，累计交易笔数和交易金额均保持每年 300%的同比增幅。

**【情景工作坊】讨论分析：**

广发银行为什么要做升级；

广发银行应用哪些互联网思维落地方法；

## 第二天[互联网金融模式]6 小时

上午：

### 1、 什么是互联网金融；

互联网金融的崛起；

互联网金融发展形式；

互联网金融市场影响力；

### 2、 十大互联网金融模式分析；

NO1、第三方支付平台模式

NO2、P2P 网络小额信贷模式

NO3、众筹融资模式

NO4、虚拟电子货币模式

NO5、大数据的金融服务平台模式

NO6、P2B 模式

NO7、互联网银行模式

NO8、互联网保险模式

NO9、互联网金融门户模式

NO10、节约开支方案模式

### 3、 支付平台模式分析

**【案例分析】**支付宝、易宝支付、拉卡拉、财付通等平台分析；

下午：

**【案例研讨会】**互联网支付平台案例分析；

---

**【案例背景】** 支付宝、易宝支付、拉卡拉、财付通为代表的互联网支付企业，快钱、汇付天下为代表的金融型支付企业。

**【情景工作坊】讨论分析：**

- 1、 各个支付平台面临的挑战；
- 2、 支付宝与微信支付的 swto 分析

## 第三天[互联网信贷]6 小时

上午：

### 1、 互联网信贷模式；

什么是互联网信贷模式？

有哪些代表企业和产品？

### 2、 互联网 P2P 小额信贷；

什么是 p2p？

有代表性的 P2P 小额信贷产品；

### 3、 互联网小额信贷的发展机遇；

**【案例分析】** 国外代表案例，国内代表案例；

下午：

**【案例研讨会】** 互联网小额信贷模式营销思维；

**【案例背景】** 小微贷款因其成本过高让银行敬而远之，但是在互联网时代这一切将

---

发生根本性的改变，有效的技术手段和创新的服务方式为高效满足庞大普通个体的金融需求提供了可能。这些普通个体往往能贡献更高的收益率，因此对金融机构来说由他们组成的集群所创造的财富将是一笔巨大的宝藏，互联网和数据就是关键的“寻宝图”。

### **【情景工作坊】讨论分析：**

- 1、 互联网小额信贷互联网营销要点有哪些？
- 2、 互联网小额信贷的风险性在哪里？

## 第四天[互联网众筹]6 小时

上午：

### 1、 众筹模式的兴起；

什么是众筹模式？

互联网众筹模式的兴起；

### 2、 互联网众筹发展阶段；

第一阶段：个人力量；

第二阶段：技术众筹；

第三阶段：多方合作；

### 3、 互联网众筹平台营销策略；

【案例分析】工具方法：互联网营销布局；

讨论分享：众筹平台的互联网营销策略；

下午：

### **【案例研讨会】互联网众筹平台营销方案；**

---

**【案例背景】** 我国的相关法律还跟众筹融资的方式有冲突，因此，众筹模式在我国面临很大的法律障碍，他们只能在夹缝中找机会，逐渐演变，最后往往成为产品打广告或者新产品试用的平台。

**【情景工作坊】讨论分析：**

- 1、互联网众筹平台营销方向？
- 2、互联网众筹平台营销要点？

## 第五天[大数据金融服务]6 小时

上午：

### 1、 互联网大数据；

**【情景沙盘】** 互联网大数据从何而来？

**【情景沙盘】** 互联网大数据价值在哪里？

**【情景沙盘】** 企业级大数据的建立；

### 2、大数据平台；

垂直搜索服务数据；

大数据服务外包；

### 3、大数据营销；

互联网新媒体营销：大数据营销策略；

**【案例分析】** 大数据营销工具：邮件 DM，网络广告联盟；

讨论分享：大数据对互联网金融产品的应用策略；

下午：

**【案例研讨会】** 互联网大数据营销方式；

---

**【案例背景】** 由于很多在互联网、移动互联网上提供新型金融服务的从业人员往往是互联网行业出身，对金融的理解还不够深入，做的事情还停留在用户体验等表面的层面，没触及金融较深层面的内容。未来客户的需求会越来越专业化，这些企业如何抓住这些更深层次的需求，需要进一步下功夫。

**【情景工作坊】讨论分析：**

- 1、大数据营销方案怎么设计？
- 2、大数据营销风险分析？

## 第六天[互联网金融营销策略]6 小时

上午：

**1、 互联网营销时代；**

【情景沙盘】互联网营销主流方式；

【情景沙盘】全网营销实施策略；

【情景沙盘】移动互联网营销价值；

**2、互联网金融营销；**

银行业的互联网营销；

银行服务产品互联网营销策略；

**3、银行互联网营销案例；**

【案例分析】招商银行网络银行营销案例；广发银行微信营销；

讨论分享：招行广发各自的策略是什么？

下午：

**【案例研讨会】银行互联网营销全案分析；**

---

**【案例背景】** 基于互联网、移动互联网新型金融服务的各大银行，都将面临互联网碎片化的挑战，如何让优质的金融服务和金融产品去到精准用户面前，并引起用户兴趣，建立简单高效的用户操作流程，实现更高的营销投入产出比；

**【情景工作坊】讨论分析：**

- 1、信用卡服务互联网营销推广？
- 2、银行微信营销方案设计？