

# 开门红业绩倍增特训

## 课程背景：

面对金融行业日趋白热化的竞争态势、面对严峻的业绩指标考核：

- 如何在淡季取势旺季取利，高效快速揽储，抢增量
- 如何吸引潜力、优质客户，而非只关注传统市场
- 如何实行长期性、跨区域营销，而非通过一次运动，客户快存快取
- 如何改变传统营销活动有气氛无成效的现状，较大幅度提升客户转化率
- 如何结合并突破传统营销活动，用高度的参与感让更多优质的群体成为长期客户

在客户需求和竞争形势快速变更的背景下，开门红的竞争会更加激烈，各家行必须提前布局，上下联动，制定有效的经营策略，不打无准备之仗。旺季营销要引起高度重视、自上而下的观念一致、竞争对手的优劣势分析、网点客群的精准定位、主打客群的需求分析和营销策略。

银行旺季营销必须与时俱进、开创新打法，才能在这场任务重、周期短、压力大的旺季营销战役中创造佳绩。

## 课程收益：

1. 分析新形势下银行旺季营销的新特点
2. 根据网点特点和客群情况进行差异化营销并进行管理
3. 针对存量客户进行数据分析，制定相应的营销策略
4. 针对增量客户需求把脉，制定针对性的旺季营销策划方案
5. 三交叉营销贷款客户
6. 开门红旺季节日营销活动
7. 网点全年沙龙主题设置
8. 营销话术设计技巧

## 授课方式：

讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

## 课程大纲

### 第一部分 规划篇——社群开门红客群定位与规划

- 常见社群及社群运营与存量开发
- 银行社群活动精准定位与策划
- 银行传统开门红如何加入社群模式
- “人人自媒体”银行社群运营模式

### 第二部分 策略篇——社群开门红社群营销策略

- 社群建设：群主题、群构架、群规则
- 用户引流：线上自媒体、线下物理场景、微引流工具（朋友圈、公众号、群转发）、厅堂引流工具（摆台引流、岗位引流、沙龙）、外拓引流工具、当地社群资源互换
- 情感链接：主题分享、资源共享、责任共担、利益共享
- 用户服务：圈层服务、分类服务、情感服务
- 社群运营：
  - ☆ 二维码社群营销策略
  - ☆ 粉丝社群营销策略
  - ☆ 朋友圈社群营销策略

☆ 内容社群营销策略

□ 用户转化：产品变现、服务变现、活动变现、数据变现、整合变现

□ 用户管理：用户数据库、用户画像、增值服务

第三部分 客群场景篇——社群开门红精准客群场景营销技能

□ 盘活存量客户营销策略

□ 转化到期客户营销策略

□ 特定客户（老年、女性、创业务工返乡等）线上线下社群经营营销策略

□ 稳固高端客户营销策略

□ 商区、社区、农区外拓营销策略

□ 特惠商户异业联盟营销策略

第四部分 物理场景篇——社群开门红线下线上营销技能

□ 厅堂营销

☆ 引流设计——便民服务

☆ 网点视觉营销系统打造

☆ 厅堂营销社群转化技巧

☆ 厅堂微沙龙的举办与流程要素

□ 外拓营销

☆ 盘整资源（公共资源、公司资源、个人资源）

☆ 营销目标设计

☆ 制定可行的现场活动方案

☆ 外拓营销前期准备

☆ 陌生拜访技巧

☆ 拒绝的处理方法

☆ 外拓营销社群转化技巧

第五部分 活动篇——社群开门红活动策划及实施

□ 双十一：疯狂购物节社群营销活动策划

□ 传统风俗型：腊八节社群营销活动策划

□ 春节需求型：小年夜社群营销活动策划

□ 春节需求型：除夕夜社群营销活动策划

□ 互动娱乐型：春节七天乐社群营销活动策划

□ 春节需求型：元宵节社群营销活动策划

□ 节日需求型：浪漫情人节社群营销活动策划

□ 节日异业联盟：二月二、龙抬头社群营销活动策划

□ 促销沙龙型：优雅女人节社群营销活动策划

全年 12 个月沙龙主题策划方案