

课程背景



传统开门红痛点

雷声大、雨点小，每年重复使用的旺季营销模式已经



银行对2018年开门红营销的新

长期性、跨区域营

变客群关系为朋友关系，避免活云
户快存快取，可长期服务用户，业

03

02

保住：传统市场

拓展：潜力、优质客户

通过厅堂+外拓无法吸引的企业主

《社群开门红 TM 执行手册》作业：按手册指引分析本行旺季、淡季营销存在的问题与新诉求

培训对象

- 商业银行总分行行长、分管行长；
- 零售业务部、个人金融部总经理及业务骨干；
- 支行行长、支行零售分管行长；

-
- 网点负责人、理财经理及一线营销骨干人员。

课程时间—— 2-3 天

授课形式—— 案例、竞赛、分组讨论、案例教学、行动学习

社群开门红优势——

- 通过线上线下联动和特色活动，第一时间服务几十万客群
- 建立网点社群营销系统，布局网点社群开门红工作
- 利用社群运营吸引潜力、优质客户，通过社群营销实行长期性、跨区域营销
- 改变传统营销活动有气氛无成效的现状，社群圈存较大幅度提升客户转化率
- 用高度参与感的线上活动让更多优质的群体方便、高频参与，成为长期客户

课程收益——

完成一套《XX 银行一点一策个性化线上线下营销方案》：

- 1、从传统活动转为线上线下活动，影响面更广，趣味性更强，时效性更长，转化率更高；
- 2、由“电话、短信、厅堂、外拓”联合当下最聚人气最聚转化率的“社群”，用专业化的运营模式，批量转化用户为客户；
- 3、现场根据讲师授课要求，一起制定方案，即学即用。

新型开门红“定方向、给方法、管过程”：

- 1、结合银行特点，让社群新模式融入到传统模式之中，取得最大化成效；
- 2、定新方向，给新方法，用更具有体验感的过程化管理，超额完成业绩；
- 3、现场完成《社群开门红执行手册》，学习过程中完成管控过程设计。

提升银行工作人员参与度：

- 1、社群思维讲究“参与感”与“情感链接”，8090 后员工常用社群链接社会，用员工喜欢和擅长的模式，在提升兴趣的同时，完成业绩；
- 2、好玩，好用，有效。

提升客户参与感：

- 1、运用社群开门红思维和模式，根据网点类型打造开门红期间“临街、入口、厅堂、柜面及贵宾区”五个层次的营销视觉，让客户愿意来、愿意买、愿意转、愿意留；
- 2、让客户长期性、跨区域、线上线下参与到活动中，既获得传统模式的客户群体，又拓展潜力客户群体。

《社群开门红™决胜2018》课程大纲

第一部分 认知篇——2018 年开门红发展趋势及战略（约 1.5-2H）

说明：本模块重点学习银行营销发展趋势，并导入社群开门红，区别一般的微营销和网络营销。

一、未来银行营销发展趋势：三大转变五大趋势

二、开门红新型营销体系建设

- 1、智能化与营销化结合
- 2、“行业超市”的营销模式
- 3、“三全”营销机制

三、社群开门红理念导入

- 1、互联网 4.0 时代——社群时代银行社群思维
- 2、“社群开门红™”定义和五大特征
- 3、“社群开门红™”误读

第二部分 规划篇——2018 社群开门红定位与规划 (约 3-5H)

说明：本模块核心是帮助银行如何规划 2018 年开门红，确保顺利完成业绩指标。

一、2018 开门红业绩规划

1、业绩突破重点聚焦

- 储蓄余额
- 中间业务收入

2、业绩目标分解策略

二、2018 开门红客群营销规划

1、城区网点精准客群社群营销策略

2、农村网点精准客群社群营销策略

三、2018 开门红运营规划

1、社群开门红运营实施场景

- ☆社群营销 (重点)
- ☆异业联盟 (重点)
- 厅堂营销
- 外拓营销

2、社群开门红业绩增量策略

- 存量客户盘活+睡眠客户唤醒策略
- 到期客户+临界客户转化策略
- 厅堂流量客户长期转化策略
- 他行客户策反策略

3、社群开门红业绩突破保障

- 客户增值服务体系建设
- 网点视觉营销系统打造
- 岗位营销技能提升
- 有效促销活动策划
- 一点一策开门红营销
- 业绩突破管控机制完善

第三部分 管理篇——社群开门红管理策略 (约 2-3H)

说明：本模块核心是帮助银行如何管理团队严格执行 2018 年开门红规划，确保顺利完成业绩指标。

一、社群开门红团队建设和绩效管理

1、组织能力建设策略

- 组织能力建设六大策略
- 组织能力提升三大要素
- 社群开门红组织能力建设

2、绩效管理策略（两个层级、一个体系）

- 总（分）行、支行两级共同考核机制
- 计价积分制体系

二、社群开门红流程管控

1、社群开门红管理人员日常管理 SOP

- 经营策略提交与审核
- 月度经营会议
- 月度指标分解与下达
- 活动计划发布
- 每月网点督导与业务检视

2、社群开门红网点运营过程化管理

- 3大管控机制
- 督导巡视机制

第四部分 策略篇——社群开门红营销策略（约 3-5H）

说明：本模块核心架构是“社群营销+异业联盟+厅堂营销+外拓营销”。在没有特殊说明的情况下，讲师将以社群营销和异业联盟为主。

一、社群营销

1、社群营销流程

- 建设分层社群
- 引流精准用户
- 增值用户服务
 - 圈层服务
 - 分类服务
 - 情感链接
- 变现社群用户
 - 产品变现
 - 服务变现
 - 活动变现
 - IP 变现
 - 数据变现
 - 整合变现

2、社群营销策略

- 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

3、社群精准营销方案设计

- 商户&企业家社群运营方案设计
- 公司白领社群运营方案设计
- 家庭主妇社群运营方案设计
-

二、异业联盟

1、异业联盟商户

- 商户选择三要素

-
- 异业联盟商户分类分级
 - 2、**异业联盟产品**
 - 定制异业组合产品
 - 制定组合产品收费政策
 - 建立评价机制，明确双方权责
 - 3、**异业联盟合作策略**
 - 组建异业联盟服务团队
 - 联盟谈判技巧
 - 异业组合营销话术
 - 银商深度互动策略
 - 4、**异业联盟实施方案**
 - 品牌协同类
 - 特许经营类
 - 共享资源类
 - 合作宣传类
 - 交叉营销类

三、厅堂营销

- 1、**厅堂营销技巧**
 - 营销四大法则
 - 厅堂营销流程&三类营销话术
 - 厅堂营销社群转化技巧
- 2、**四大精准客群场景营销策略**
- 3、**四大精准物理场景营销策略**
 - 特惠商户异业联盟策略
 - 公私客户联动策略
 - 自然到访客户厅堂内化策略
 - 他行客户策反策略
- 4、**厅堂沙龙活动策划**

四、外拓营销

- 1、**外拓营销技巧**
- 2、**四大外拓物理场景客群营销策略**
- 3、**外拓线下拓展&社群线上维护**

第四部分 活动篇——社群开门红线上线下活动方案设计大赛（约 2-3H）

说明：学员分组选择“节日+客群+产品+情感”，按实际说明特定的地区和场景基本概况，每组设计本行大型线上线下引爆活动，讲师点评并分享实际案例，团队相互打分，第 1-2 名现场赠送奖品。

一、“八大节日主题”线上线下同步活动策划

- 双十一疯狂购物节
- 腊八节
- 小年夜
- 除夕夜
- 元宵节
- 浪漫情人节
- 优雅女人节
- 二月二龙抬头

二、“特色客群”线上线下同步活动策划

-
- 关爱中老年人系列
 - “关注大学生就业”系列
 - VIP 客户答谢会
 - 返乡农民工专项营销
 - 写字楼定点宣传
- 三、“产品+情感链接”线上线下同步活动策划

- 春节七天乐
- 冬日送温暖联谊会
- XX 银行大型亲子
- 年末“欢乐家庭，理财能手妈妈”
- XX 银行羽毛球比赛
- XX 银行三人篮球赛联合赛