

# 《社区银行用户创新体验与营销沙龙设计》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

**【课程对象】：**网点负责人、社区银行店长、理财经理

**【课程时间】：**二天

**【课程大纲】：**

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

**课程背景：**

作为银行业的一种经营模式，社区银行是国内金融理论界和实务界在共同关注的新热点。近来在各地的规划与布局，社区银行的具体实践成果也第一次展现在人们眼前。本次培训除了将为您梳理社区银行的来龙去脉之外，还将探讨社区银行的发展究竟需要哪些模式上的革命和理念上的创新。

## 第一讲 社区金融业务分析与规划

壹、 社区金融业务分析与规划——几个问题

贰、 社区金融业务分析与规划

1、 几个社区场景

2、 几种社区金融模式

社区金融商城业务模式

社区周边商圈业务模式

社区本地生活（O2O）业务模式

3、 社区金融网

4、 社区金融服务站

三、 社区金融商城业务模式

1、 中高端社区客户群体特点

## 2、基于社区定位和数据分析的精准营销

高档小区，老小区，动迁小区，村和大队

定客户

定产品

定切入

## 3、深度互动营销

### 四、社区营销

社区营销的意义

社区的分类

创新型社区营销的内容

案例：从海底捞学体验式营销

八仙过海学多维式营销

兴业银行社区亲子活动学一体式营销

创新型社区营销的流程设计和实施

项目调研组织

多维营销渠道组合及执行

项目监控评估改进

### **经典案例赏析：X行网点基金定投理财讲座成功分析**

### 五、社区营销实战

#### 1、众里寻她千百度——发现客户的技巧

客户的判断及分类

- 奢侈品的初步认识
- 客户判断的六个技巧
- 客户分类的标准及简易营销对策
- 寻找客户的MAN法则

练习：社交报告卡

(案例导入：宁波建行的一位客户经理回忆与中行的竞争)

- 客户判别之----性格色彩分析

红色性格客户的判别与分类

(案例：一位客户经理给她的熟客户送礼物时巧妙的营销过程)

- 蓝色性格客户的判别与分类

(视频：武林外传片段)

- 黄色性格客户的判别与分类

(案例：搞定一位女性高管的过程)

- 绿色性格客户的判别与分类

客户的搜集与甄别

- 搜集客户源的技巧
- 分类与筛选客户的技巧

分组演练：发展你个人的社交活动行动计划

娓娓而谈——语言营销的技巧

- 文字语言营销技巧
- 肢体语言营销技巧

2、犹抱琵琶半遮面——高效沟通的一、二、三、四

- ✚ 沟通的定义
- ✚ 高效沟通的重要意义
- ✚ 高效沟通之一（基本原则）
- ✚ 高效沟通之二
  - 语言的沟通
  - 非语言的沟通
- ✚ 高效沟通之三
  - 共同协议
  - 思想情感
  - 明确目标
- ✚ 高效沟通之四
  - 怎样表达清楚
  - 倾听的五个层次
  - 视频导入：新结婚时代片段
  - 问比说更有效

回答的境界

PMP 赞美的技巧

*破冰练习：开场白的对话练习*

### 3、 面对面接触的技巧

- 自我介绍
- 确定适合的谈话主题
- 与客户第一次交谈的技巧
- 向客户告别的技巧

### 4、 润物细无声——产品推销的技巧

完美的 MOTIVE 营销法则

✚ Motivation principle (动机原理)

*演练：分析客户需求动机*

✚ Orientating skill (定向技巧)

✚ Tracing the relations (追踪关联)

✚ Inspiring requirement (启发需求)

✚ Value show (价值展示)

#### **FABE 说业务法**

F—产品的功能与特色

A—产品的优点

B—产品的利益与好处

E—相关的证据

*破冰演练：产品、服务营销话术脚本演练*

- 个人理财业务推销技巧
- 个人消费信贷业务营销技巧
- 公司业务营销技巧
- 银行卡业务营销技巧
- 网上银行推销技巧

交叉销售是为了更好满足客户的每一项需求,而不是单为了增加销售产品的数目.

练习:关于实景销售场景中交叉销售产品系列顺序

5、讲述太极处理法: 认同-赞美-转移-反问

演练:异议诊所、处理反对意见

- 课堂分成4人一组
- 一人扮演客户,把常见到的反对意见列出来。
- 另外三人每人写出处理回答稿同时回答。
- 注意处理反对意见的4个步骤,正确理解客户反对意见的真实原因,然后进入下一阶段的销售流程,提高成功的机遇。

## 第二讲 社区营销活动的设计与安排

一、何谓社区营销活动

二、营销特点——小型 执行 精细

1、精耕细作的观念与会议营销流程工作

2、破旧立新——社区新型沙龙模式

三、设计与运作流程

1、两种基于不同理念的销售活动方法

2、进行销售活动的原则

3、决定成败的三大战役(客户预约、现场交流、后期追踪)

A 准备的要点-客户筛选及预约

客户标准的设计

客户邀约的技巧

视频导入:非诚勿扰片段

电话邀约技巧三步曲——学员演练

(网点沟通、网点选择、客户筛选及沟通、会前分工会议、会前培训、物品准备)

B 活动中要点——展示与控场

(气氛调动、理应外和、现场促成、客户购买意向)

(1) 了解我们的参与者？

每次的参与者是什么群体？

他们为什么来参加我们的活动？

他们对你要讲的了解有多少？

他们应该知道多？

他们对你有要求吗？

他们来自哪里？

.....

**案例：分析跳广场舞的大妈们的需求**

(3) 破冰之旅

自我介绍、展示内容期许（破冰）

精彩的开场白

克服紧张情绪的五招

(4) 时间控制技巧

主持人亲自准备讲稿

对讲稿内容要反复研究

利用自己做成的幻灯片反复进行事前的演习

根据环境因素适时调整

如果有偏离主题应及时控制

根据情况合理安排与控制提问时间

(5) 形体语言

眼神交流

声音的力量——语音、语调、语速

体态的魅力——阅读肢体语言

(6) 提问应对与场面烘托

如何应对提问

有人找茬怎么办？

话托的作用

销售配合的岗位安排

**案例导入：基金产品销售成功案例**

### 3、活动后要点——维护与跟进

(签单客户追踪、意向客户追踪、向行领导汇报)

案例导入：坝坝电影进社区-幸福家园策划案例

## 四、微信营销

### 1、微信印象

### 2、谁在用微信

案例：小米微信营销

招商银行-爱心漂流瓶

### 3、微信在改变谁？

案例：三只松鼠微信营销

### 练习：分组策划一次销售活动

要求每组学员第一天晚自习时间依据老师的产品设计要求设计一份在贴近工作实战活动策划服务方案，要求如下：

1.版式要求：方案为WORD版 活动展示为PPT版。

2.制作要求：方案设计与执行细节与活动流程，以及活动的主要目标与交叉销售内容，PPT为活动背景与主持人展示与内容

3.演练要求：每组学员展示时间2-5分钟。选择几组进行展示，训练学员方案制作能力、呈现力和展示方式。

(1)要求在课堂上用10分钟时间将本组提供的金融服务设计方案向老师与全体学员进行讲述与活动主持人展示路演，本组成员可饰演客户，与主持人互动，并接受老师与学员点评。

(2)学员路演结束后，用10分钟时间选2名学员作为客户代表进行提问点评，提问的内容主要是关于客户需求方面的疑问、金融服务解决方案方面的疑问及金融服务保障措施方面的疑问；

(3)老师点评，时间5分钟。主要分析金融活动方案制作与路演，肯定成绩、分析存在的不足与改进建议三个方面进行综合点评。

(4)最终演练结果和点评精华，将请每一小组完善活动方案和PPT，并评选出社区活动策划大赛一、二、三等奖各一名，选入本行精选案例题库。

课程结束：

- 一、 重点知识回顾
- 二、 互动：问与答
- 三、 学员：学习总结与行动计划
- 四、 企业领导：颁奖
- 五、 企业领导：总结发言