
汪含

课程一、《消贷客户经理视野拓展和营销技巧提升》

【课程大纲】

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于零售产品营销服务的疑惑和难点？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

第一部分：形势篇：金融行业服务营销已兵临城下

一、金融行业的转型发展及变革

1. 银行转型，不转不行
2. 从中外银行对比看发展重点
3. 各家银行的转型攻略分析
4. 银行客户的变化路径
5. 数据解读消贷产品的市场趋势

二、中国银行业经营模式转型的四大关键定位

1、由利差为主向中间业务做转型

案例：汽车消费信贷直客式营销管理

2、由交易型向服务营销型做转型

案例：平安银行广州分行——“新一贷”信贷产品分析

3、由个体营销向联动营销做转型

案例：XX 银行小额信贷市场开发策略

4、由单一营销向交叉营销做转型

案例：竞标成功某市政府公车治理项目，政府决定对市辖 300 个预算单位近 5000 部公务车辆定点维修、保险、加油实行统一采购。

第二部分：心态篇——零售经理队伍是通向客户心灵的桥梁

一、客户经理队伍是通向客户心灵的桥梁

- 1、我们为了什么而工作
- 2、积极树与消极树
- 3、刘行长的故事
- 4、讨论：客户到网点希望获得什么样的零售经理服务？
- 5、服务与营销的关系
- 6、良好的营销意愿是开启营销之门的钥匙
- 7、积极的心态——鱼的哲学

二、确定专职销售队伍必须具备的一系列核心技能

1、我们需要的知识

- 银行知识
- 金融产品（服务）知识
- 客户知识
- 社会经济知识
- 法律知识
- 财会知识

2、我们应有的准备

- 心态准备

□ 目标准备

□ 工具准备

第三部分：营销技巧篇——众里寻她千百度

一、销售人员寻找发现潜在目标客户的方式与途径

1、新客户销售线索开发

模块 1 业务发展计划

模块 2 关系营销：社交活动

模块 3 组织销售活动

练习：社交报告卡

2、盘活存量客户密码的方式方法

3、柜面流量客户的判断及分类

□ 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

4、行外客户的搜集与甄别

□ 搜集客户源的技巧

充分利用 CRM 系统，提供数据和技术支持

□ 分类与筛选客户的技巧

二、交叉联动案例分享

1、个贷营销能力提升公私联动效果

个贷业务营销要点

开展个贷业务营销要遵循的原则

🚩 明确市场细分，选准目标客户群

🚩 大力发展重点个贷产品

🚩 开展交叉销售，凸显综合效益

一手房的营销策略

● 对开发商和楼盘营销代理公司的营销

● 对售楼先生/小姐的二次营销

二手房贷款的目标寻找和营销策略

• 案例分享：

成功案例：XX 银行 XX 分行成功营销“上海国际花都”项目“房地产开发贷款与按揭贷款封闭运作”的模式，实现了公私业务“双丰收”。

2、服务三农产生业务机会

案例：甘棠农行新农合交叉营销方案

3、新产品金融 IC 卡产生业务联动机会

案例：华为园区卡

银医卡

物业卡

4、利用产业链金融进行综合营销

案例：合家福百货连锁超市供应商案例带动交叉销售

5、商户批量营销产生的机会

案例：郑州百脑汇综合服务方案

6、事业法人客户综合需求引发销售机会

案例：政府批量采购引发的交叉销售机会

三、小微存款营销技巧

客户典型需求与结算产品的匹配

如何将存款营销嵌入流程

案例：光彩物流园案例

第四部分：联动营销管理

一、团队协作，联动营销

(网点岗位构成及明确岗位职责)

(联动滞后的网点会遇到的问题)

二、技巧运用，提升效能

(成功案例借鉴----某银行联动营销视频)

(成功案例借鉴----某银行的联动考核机制)

三、培养习惯，形成氛围

(拟定网点和营销人员营销目标及计划)

(厅堂的布局与营销产品陈列)

(建立网点成功的营销文化)

四、周会总结

高效周会流程介绍

鼓舞士气----高效周会激励技巧