

# 《银行营销活动布局与安排实战演练》

## ——客户经理业绩提升培训

**【课程对象】**：银行综合客户经理、理财经理

**【课程时间】**：实战版 1 天

**【课程大纲】**：  
(领导开训:强调训练的意义和目的)

**头脑风暴**：每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析。

第一部分 形势篇：金融行业服务营销新理念已兵临城下

1. 建立以客户为中心的理念，形成营销文化

- 产品与服务如何体现“以客户为中心”
- 网点营销文化建设关键点

2. 细分市场，建立差异化的市场应对措施

- 客户分层分级管理四步法
- 客户关注点分析

**案例**：“余额宝、百度百发、微信财付通”等产品客户群体分析

3. 个人客户经理品牌建设

- 客户关怀如何到位
- 情感账户的使用

4. 银行、网点品牌建设

- 多渠道的活动推广、传播
- 区域客户的交流活动

5. 产品组合策略应对

- 理财、保险、贵金属等产品如何搭配
- 长期理财与短期理财如何搭配

**案例**：微信红包活动分享

## 第二部分 升级篇——零售时代全新营销手段

### 1. 微信营销

案例：小米微信营销

招商银行-爱心漂流瓶

- 微信界面设计的六大要素
- 微信发布营销信息的四项注意
- 获取大客户微信号的五大理由
- 微信日常维护客户的五大方式

案例：某银行的微信之路

实践：某分行微信营销实战模拟

### 2. 微博营销

- 适时发布银行热销产品信息
- 客户群体渗透法

案例：某分行中秋微博活动复盘

### 3. 路演营销

- 路演营销的四项注意
- 邀约社区业主参与的五大理由

案例：某股份制银行的社区小品晚会

### 4. 邮件营销

- 邮件内容落脚点
- “死”邮件“动”起来

### 5. 电话营销

- 电话邀约技巧
- 怎样使冷电话热起来

案例分析：电话“4没”客户的真相

第三部分、高端客户沙龙营销（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

#### 一、何谓沙龙

#### 二、沙龙营销特点——小型 执行 精细

##### 1、精耕细作的观念与营销流程工作

## 2、破旧立新——新型沙龙模式

案例：太太下午茶

社区纳凉晚会

某外贸公司高管小聚会

沙画比赛

## 三、沙龙运作流程

决定成败的三大战役（客户预约、现场交流、后期追踪）

准备的要点 - 客户筛选及预约

沙龙组织的客户标准

客户邀约的技巧

视频导入：华夏一哥见面会客户邀约

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）

## 2、会议中要点——展示与控场

（气氛调动、理应外和、现场促成、客户购买意向）

### (1) 沙龙课件开发技巧

演示课件元素

常用的制作软件

### (2) 了解你的听众

你的沙龙听众是什么群体？

他们为什么来参加你的沙龙？

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？

.....

### (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：PE产品销售成功案例——高特佳我们来了

3、会议后要点——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：风水沙龙——贵金属销售成功案例

**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**

**企业领导：总结发言**