
《网点联动营销管理》

【课程时间】：2天，共12课时

第一部分 转型网点负责人的角色定位

■ 四大使命

λ经营分析与运营管理

λ市场拓展与客户维系

λ安全控管

λ团队建设

■ 角色定位

λ变革者 PK 执行者

λ管理者 PK 领导者

第二单元 营销组织及各岗位督导

■ 基础客户：对公及对私柜员、大堂经理

λ对公及对私柜面

λ 客户识别

λ 客户转介

λ 柜面七步曲与“一句话交叉营销”简介

λ大堂经理

λ 客户分流

λ 客户关怀

λ 厅堂十瞬间与“顾问式营销”简介

■ **有效客户：客户经理**

λ 客户经理

λ 电话邀约

λ 电话访谈

λ 面对面营销

λ 走出去营销

■ **VIP 客户：客户经理**

λ 客户经理

λ 诊客

λ 约客

λ 见客

λ “定向营销”简介

■ **重点客户：网点公司金融业务负责人**

λ 基于深度分析的客户约访

λ 基于深度捆绑的产品组合

■ **热销产品营销话术设计**

第三单元 网点负责人营销过程管理

λ 网点负责人日常事务管理

λ 营销会务管理

λ 营销过程管理

λ 大堂经理：客户信息、优质服务

λ 账户经理：关注存款账户的变动情况

λ 客户经理：关注增量客户数、基量客户成交率

λ 网点负责人《经营管理表》、《网点营销工作周报表》