



《银行业中层领导创新思维培养与创新能力提升》

培训对象：银行支行行长

课程长度：12小时（2天）

课程特别说明：此课程分两个类别：个人业务和公司业务。也可合二为一。

课程大纲：

故事：上帝的绳子(1)

问题：

在银行支行行长营销中，困扰您的绳子是什么？

- 1、唉，没办法，领导安排我当了支行行长。
- 2、我是银行白领，我不好意思去求别人。
- 3、中国的市场不够大。
- 4、我不认识人，到哪里去找客户？
- 5、我行的产品不多，银行的影响力又小，留不住客户。
- 6、其他的银行太厉害，我竞争不过他们。

.....

分析与讲解：

第一根绳子：情障——放不下架子

游戏：排列与组合

考评：获胜小组加1分

结论：

- 1、社会规则不是一成不变的
- 2、规则变了会引起一部分人的不适应
- 3、反应迅速、转型较快是取胜的关键
- 4、应变是有诀窍的
- 5、要学会说“不”

.....

knife：

- 1、跳出传统思维，以变应变，不墨守成规
- 2、自我加压：不变就会被淘汰
- 3、抢占先机，让别人跟着你走
- 4、拉住你需要的手，不管他(她)愿不愿意

.....

成功案例：

客户就在身边

警示案例：

流失的客户

分析：

表述要点：

一、角色定位：我是谁

银行支行行长的概念

银行支行行长制的趋势

二、外资银行的支行行长制

三、服务社会化

我为人人，人人为我

四、支行行长的个人生涯与职业化

第二根绳子：臆想——市场不够大

游戏：竞争魔圈

考评：获胜小组加1分

结论：

- 1、市场的饱和度是有弹性的
- 2、视觉、感觉与现实是有差异的
- 3、你不尝试就永远不会知道结果
- 4、竞争是残酷的，市场的法则就是弱肉强食
- 5、遵守规则是生存和竞争的前提
- 6、想做一定有办法
- 7、压力是动力

……

knife：

- 1、鼓起勇气，敢于竞争
- 2、抓住薄弱环节，以己之长攻人之短
- 3、重视数据，学会分析，善于竞争
- 4、不要被假象所迷惑，在什么情况下都不放弃努力，贵在坚持
- 5、在任何时候都要遵守法规，不投机取巧
- 6、别为自己找借口

……

成功案例：

“抢”来的客户

警示案例：

被“踢”出局

分析与小组讨论

此章表述要点：

一、念力医学在营销中的运用

二、在市场营销中，主观作用大于客户作用

第三根绳子：弱视——看不见客户

游戏：寻找“神秘人物”

考评：获胜小组加 1 分

结论：

knife：

成功案例：

“挖”来的客户

警示案例：

营销中的盲点

分析与小组讨论

此章表述要点：

一、细分市场

二、确立目标客户

第四根绳子：盲目——对客户一无所知或知之甚少

游戏：送礼物

考评：获胜小组加 1 分

结论：

knife：

成功案例：

迎合需求—建行某支行成功营销案例

警示案例：

上错花轿

分析与小组讨论

此章表述要点：

一、了解客户需求

二、提升以客户为中心的理念

第五根绳子：惧强——面对竞争对手缺乏自信

游戏：穿越森林

考评：获胜小组加 1 分

结论：

knife：

成功案例：

上门服务的支行行长

警示案例：

坐失良机

分析与小组讨论

此章表述要点：

一、支行行长的心理素质与压力调整

二、支行行长的激励与自信

第六根绳子：急躁——离成功只差一步

游戏：起立

考评：获胜小组加 1 分

结论：

knife：

成功案例：

“一句话”营销

警示案例：

“闭门羹”

分析与小组讨论

此章表述要点：

- 一、持之以恒才能成功
- 二、建立长期的客户关系

第七根绳子：雕琢——推销色彩浓重

游戏：卖拐

考评：获胜小组加 1 分

结论：

knife：

成功案例：

银行卡的“特殊号码”

警示案例：

强加于人的营销

分析与小组讨论

此章表述要点：

- 一、营销与推销的区别
- 二、营销的技巧

第八根绳子：错位——不对称营销

游戏：语言的功用

考评：获胜小组加 1 分

结论：

knife：

成功案例：

“小银行”银团贷款唱主角

警示案例：

如此“差别服务”

分析与小组讨论

此章表述要点：

- 一、营销人员的对称
- 二、营销职责与职权的对称
- 三、营销形式的对称

第九根绳子：青光眼——思维不够发散

游戏：透视

考评：获胜小组加 1 分

结论：

knife：

成功案例：

“举一反三”的营销

警示案例：

错失“余辉”

分析与小组讨论

此章表述要点：

一、营销是思维的较量

二、思维+思路=成功