

触点营销——决胜厅堂

课程背景：

厅堂营销是网点产能提升的重要来源之一，我们走进网点经常发现，多数网点存在这样的情况：柜员不会主动营销、大堂经理不会挖掘客户、网点忙碌而不出产能。出现这些问题的最主要原因在于：网点员工没有学习过系统的营销技巧、没有充分了解银行厅堂营销的关键点、不愿意开口、不会营销。同时厅堂促销活动能拉动人气，促进厅堂产品销售，但经常出现热闹有余、效能不足的现象，如何有效开展厅堂活动才能提高活动效能呢？

本课程基于以上问题的解决，为银行零售个金一线人员量身定制，从案例切入、用经验启发、结合现场互动练习和总结，从四个纬度给出银行网点解决厅堂营销难题的全面优化方案。

课程模型：



课程收益：

- 教会行员一整套厅堂营销技巧，让行员不再难以开口，提升厅堂营销战斗力；
- 帮助网点打造以产能提升为目的的厅堂布置和氛围炒作；
- 明确厅堂促销活动的四个目的，有效厅堂促销活动的六大管理关键及现场促销三大关键点；
- 体验式教学，风格多样，寓教于乐，零售经典案例融合创新实战游戏，在互动和分享中吸收课程精髓。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：银行零售个金条线网点负责人、理财经理

课程方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+情景模拟+实操演练

课程大纲

导引：银行网点厅堂营销的现状和痛点

第一讲：无声的营销——厅堂布置和氛围打造

一、有效的厅堂布置，助力产能提升

1. 厅堂布置在全量客户开发中的重要地位

2. 聚集产能爆发的厅堂布置的五个层面

- 1) 电子屏
- 2) 入口处
- 3) 等候区
- 4) 高柜柜面
- 5) 贵宾区

案例：魔性的厅堂白板独立完成保险产品的销售

3. 优秀厅堂布置的展示

- 1) 专业性和引导性

案例：厅堂坐椅的位置调整

4. 如何制作吸引眼球的宣传品

案例：一个美丽的爱情故事

二、适当的激励方案，促进产能爆发

1. 激励方案制订的原则

- 1) 目标聚焦
- 2) 把握节奏
- 3) 快速兑现

案例：优秀激励方案的分享

2. 配合激励方案的厅堂氛围打造

- 1) 方案追踪要点
- 2) 追踪呈现方式

第二讲：有声的营销——厅堂快速营销技巧

一、厅堂营销的特点

1. 厅堂营销与其他营销的不同

- 1) 客户多
- 2) 时间少

2. 厅堂营销的关键点

- 1) 全面覆盖
- 2) 批量营销

案例：某四大行的厅堂识别客户的案例

案例：万国表行识别筛选客户的标准化流程

二、厅堂营销的技巧

1. 136 的神奇作用。

- 1) 136 的设计原理；
- 2) 136 的适用环境；
- 3) 136 的结构特征。

案例：个人讲和团队讲

案例：有准备和没准备

2. 厅堂微沙，厅堂营销显神奇。

- 1) 一对多的营销利器
- 2) 厅堂微沙，展示为王
3. 细节创造，打造不一样的厅堂

第三讲：有效的营销——厅堂促销活动如何组织

一、厅堂促销活动的五个目的

1. 提升网点人气，刺激客户的购买欲
2. 吸引新客户的开卡开户
3. 拉动产品销量
4. 厅堂策反

5. 客户维护

- 1) 增加老客户的粘性
- 2) 吸引新客户

二、厅堂营销六看管理

1. 活动定向、目标聚焦
2. 物料及现场准备

3. 前期造势

- 1) 存量客户的造势
- 2) 厅堂流量客户的造势
- 3) 外拓新客户的造势
- 4) 周边社区的造势
- 5) 举办日当天的造势

4. 现场组织

- 1) 促销活动的组织

案例：行外吸金、晒单有礼

- 2) 回馈活动的组织

案例：某股份制银行的活动

案例：某城商行的活动

案例：健康开放日活动

5. 事后跟进

6. 活动小结

三、现场促销的三大关键点

1. 牢记本次活动的目的

2. 确保现场的氛围

- 1) 热闹
- 2) 好玩
- 3) 有趣

举例：存款抓鸡蛋

3. 推动客户去转介客户

- 1) 直接推介
- 2) 促销礼品的外包装

第四讲：聚焦的营销——厅堂现场管理技巧

一、网点负责人的日常管理——三巡两示范

1. 现场管理是产能提升过程管理的重要板块
2. 三巡两示范的操作关键点

二、标准晨夕会

元气满满的晨夕会设计

视频：优秀的晨会展示

课程收尾

1. 回顾课程、构建本次课程的学习地图和行动方案
2. 答疑解惑、结语