

# 银行“二扫五进”外拓营销实战训练

## 【项目前言】

当今社会不是外行干掉内行，而是趋势干掉规模！先进取代落后！

国有银行渠道下沉、推出涉农信贷产品、开拓农村市场，外资银行进入中国，金融脱媒对市场蚕食，利率市场化，产品同质化，同行业惨烈竞争，银行业如何在一片“红海”之下开拓新的“蓝海”市场？

“狼”来了！银行是继续坐以待币？还是从“坐商”向“行商”转变？

如何让员工积极主动走出去，把客户高高兴兴请进来？

市场细分，社区金融，客户需求体验化，过去银行重点是分流，今日重点是集客，外拓营销将是银行集客的有效途径。

经过长期潜心研究与实战，结合各大银行新近倡导的“深耕四区”、“两扫五进”的市场策略。

在此特别推出《银行外拓营销实战训练营》，本训练营通过精心设计，采用“课堂情景模拟+实战落地辅导+现场督导点评+业绩成果展示+效果固化跟进”五位一体的实战营销模式。

“

这是一场拿业绩说话的实战培训！

这是一场提升银行业绩的落地培训！

这是一场调动员工主动性，让员工积极走出去，把客户请进来的突围式培训！

### 【项目对象】

银行支行长、客户经理、网点主任、信贷经理等银行营销人员

### 【项目时间】

1.5 天培训+3 天驻点辅导+0.5 天固化指导总结，共 5 天

### 【项目形式】

课堂情境模拟+实战落地辅导+现场督导点评+业绩成果展示+效果固化跟进

- 1) 事前分析原则：网点区位/竞争分析/客户群扫描
- 2) 策略定向原则：尖刀策略/粘性策略/产品计价
- 3) 积分考核原则：产能扫描/正常倾斜/奖惩制度
- 4) 竞赛模式原则：每日评比/每日兑现/结案奖项

### 【项目优势】

解决营销人员以下问题：

- 1) 不敢开口：营销意识缺乏/缺乏主动性/脸皮薄/有心理障碍/害怕拒绝
- 2) 不会开口：缺乏外拓方法/推销惯用思维/营销话术不到位/缺乏外拓工具
- 3) 不愿开口：绩效考核不到位/绩效激励不到位/缺少领导带/缺少过程监督/缺少可持续性
- 4) 单兵作战：尝尝独子一个人拓展/不善于资源整合/不善于寻求第三方/游击战术

### 【项目目标】

- 1、转变学员思想：从被动服务到主动营销的心态转变，让学员敢于走出去营销；掌握客户交流沟通的方法，有步骤地跟客户进行对接；
- 2、梳理外拓流程：提升市场调研分析能力，提升外拓活动组织能力，提升外拓总结能力。
- 3、稳步推进：不断提升营销业绩，带领学员进行外拓/晨会激励/夕会复盘，产品营销方案制作，让学员在实战中观察学习演练成长，提升各项指标业绩。
- 4、常态化/固化/深化方案跟进：了解掌握外拓营销的关键点，快速地设计出外拓营销方案

## 【项目纲要】

### 1、外拓安排

#### 实战版：5天外拓辅导

- ◆ 第一天：外拓营销实战课程（营销技巧、营销话术、情景模拟、客户识别等）；
- ◆ 第二天：外拓实战督导（巡检指导、总结点评、业绩突破等）；
- ◆ 第三天：外拓实战督导（巡检指导、总结点评、业绩突破等）；
- ◆ 第四天：外拓实战督导（巡检指导、总结点评、业绩突破等）；
- ◆ 第五天：外拓实战督导+外拓项目总结回顾

### 2、外拓时间安排

- ◆ 白天：8:30-17:30 讲师现场督导,现场观察、拍照与摄像、适时沟通、发现问题、提炼问题、现场纠偏与辅导，激励和记录业绩突破和变化；

◆晚上：17：30-19：00 集中员工培训辅导，讲师针对白天督导及观察到的外拓营销存

在问题进行现场案例点评、辅导，进行员工激励与训练，以保证次日业绩更大突破。

备注：实际项目流程可根据前期调研，

时间	地点	参与人	内容
前一天晚上	会议室	全体学员，领导	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 外拓训练营正式开营，或领导讲话</li> <li>2. 团队组建，并快速提升团队执行力和学习力，帮助学员规整思想，融入团队，建微信群</li> <li>3. 提出外拓要求和课程具体方案，让学员了解外拓培训形式</li> </ol>
第一天白天	会议室	全体学员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、外拓理论培训学习</li> <li>2、营销外拓心态建设</li> <li>3、营销外拓流程建设</li> <li>4、案例演练</li> </ol>
第一天晚上	会议室	全体学员，机关负责人等	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、团队凝聚力活动建设</li> <li>2、外拓活动具体安排</li> <li>3、物料的准备，着装的检查</li> <li>4、分组，对线路进行设计</li> </ol>
第二天白天	商区营销	外拓人员	扫街，以 POS 机、小额贷款为主的营销： <ol style="list-style-type: none"> <li>1、分组，每个组 3 人；</li> <li>2、小组组长负责各片区，涵盖所有商户</li> <li>3、3 人每人轮流作为主要访谈人跟客户交流，剩余两人做记录</li> </ol>
第二天晚上	会议室	外拓人员、	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、讲师点评总结</li> <li>2、将外拓金融服务工作常态化</li> <li>3、后期固化方案制订</li> </ol>
第三天白天	社区营销	外拓人员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、摆摊设点，宣传推广</li> <li>2、活动营销</li> <li>3、以存款、理财、信用卡为营销切入点</li> </ol>
第三天晚上	会议室	外拓人员、	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、外拓营销常态化；</li> <li>2、项目总结，回顾</li> <li>3、后期固化方案制订</li> </ol>
第四天白天	园区营销	外拓人员、相关领导	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、进园区进行宣传</li> <li>2、贷款产品、工资代发、循环贷等推广</li> <li>3、沙龙营销：邀请客户参加沙龙会议</li> </ol>
第四天晚上	园区营销	外拓人员、相关领导	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、项目总结，回顾</li> <li>2、固化方案制订</li> </ol>
第五天	会议室	全体人员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、5 天成绩统计与汇总</li> <li>2、团队成员项目展示</li> <li>3 外拓营销的三化讲解与总结</li> </ol>

适当调整，以上流程供参考。

# 银行“外拓营销”实战训练与现场辅导

——新常态下的银行营销策略

## 一、外拓营销：发掘银行营销的“蓝海”

1. 银行“营销突围”势在必行
2. 外拓营销：从“坐以待币”到“主动营销”
3. 何为“深耕四区，二扫五进”
4. 产品突围：从本身价值到附加价值
5. 营销突围：从技能提升到模式转型
6. 服务突围：从客户服务到客户体验
7. 人才突围：银行营销人员的五项修炼
8. 外拓营销的十要素

## 二、核心理念：银行外拓营销的“七个关键”

1. 融客户教育于微信、微博互动
2. 创造周期性到访需求
3. 设计事件营销与氛围营造
4. 利用渠道创造客户流量
5. 利用内部资源实现外拓
6. 锁定核心价值客户群，实现类群营销
7. 充分做好三个联动

## 三、流程设计：银行外拓营销“六步法”

1. 银行外拓营销第一步：扫街准备

工具 1：银行外拓营销调研表

工具 2：银行外拓营销个人物料准备

2. 银行外拓营销第二步：打破陌生
3. 银行外拓营销第三步：挖掘需求
4. 银行外拓营销第四步：产品介绍
5. 银行外拓营销第五步：异议处理
6. 银行外拓营销第六步：礼貌离开

#### 四、过程管理：银行外拓营销“四化建设”

1. 技能提升日常化
2. 客户管理精细化
3. 客户活动常态化
4. 成交转化持续化

工具 3：银行外拓营销商户信息建档表

工具 4：建档后跟进督办检查表

工具 5：营销动作打分纠偏表

工具 6：评优树先机制和落后者惩罚机制

#### 五、方案策划：银行外拓营销“十要素”

1. 目的：为什么要做？
2. 目标：要做什么样子？
3. 方法：怎么做好？
4. 人员与组织：有谁负责做？
5. 时间进程：时间节点及结果呈现
6. 地点确定：在哪做？
7. 资金投入：要花多少钱？
8. 预案：预备措施是什么？
9. 风险：风险是什么，如何规避？
10. 调控：如何进行资源整合？

## **六、深耕商区：进商区营销实战策略**

1. 商区客户的一般共性需求
2. 商区客户的营销拜访流程
3. 商区客户的沟通策略技巧
4. 如何向商区客户推荐银行优势产品

## **七、深耕农区：进农区营销实战策略**

1. 农区客户的特点分析：熟人型社交
2. 农区客户的一般共性需求
3. 农区客户的沟通策略技巧
4. 农区客户业务推荐技巧
5. 农区客户建档的侧重点

## **八、深耕园区：进园区营销实战策略**

1. 对公营销和个人营销的异同
2. 园区企业的拜访模式
3. 园区企业金融需求分析
4. 公私联动的技巧

## **九、深耕社区：进社区营销实战策略**

1. 银行进社区常见问题
2. 银行社区营销方法
3. 社区居民的金融需求
4. 社区活动的实施技巧

## **十、深耕机关：进机关营销实战策略**

1. 关系营销：天网、地网、人网的完美结合
2. 高层切入法与底层渗透法
3. 借力营销：利用第三方合作

4. 机关客户的业务推荐技巧

5. 大胆挖转他行客户

### 【部分成果展示】

湖南某联社：外拓 3 天，POS 机安装 1147 台，是上半年的总和；

湖北某农商行：外拓 4 天，手机银行、网上银行办理 3589 个；

新乡某联社：外拓 4 天，走访客户 5000 户，手机银行、网上银行 2873 个；

焦作某联社：外拓 4 天，工资代发办理 500 人；

衡阳某联社：外拓 4 天，对公开户 300 户；

湖北某农商行：外拓 4 天，组织资金 3068 万；

陕西某邮储行：外拓 3 天，存款增加 2000 万,ETC 办理 232 台，信用卡办理 604 张，

POS 机安装 388 台，借记卡办理 700 多张，建档 2000 多户，收集客户建议 1000 个，

手机银行，网上银行，短信服务办理 1300 多个。