
课程名称：《开门红 红一年》

主讲：复兴老师 12 课时

课程简介：

本门课程重点在于如何做好开门红工作，帮助各家银行找到业务突破口，利用年未年初如何突出业务发展重点，并将业务优势贯穿于全年，为全年业务发展和客户发展打下良好基础。

课程对象：分行业务管理部门、支行业务负责人、客户经理及理财经理等（根据不同参加对象可调整课程结构和讲课内容）

课程收益：

通过本课程的学习和演练，可以让培训对象：

- 1、 制定本单位开门红营销方案；
- 2、 解读上级部门的开门红营销方案；
- 3、 制定具体的营销实施方案；
- 4、 提高一线营销人员在特定时期的营销技巧

授课方式：讲授、演练、互动、解疑、实战案例分析等

课程大纲/要点：

（可根据不同单位需求调整）：

一、“开门红”如何设置目标？

主要运用 SWOT 分析法对本银行零售业务进行分析，确定明年“开门红”的具体目标

- 1、 优势分析
- 2、 劣势分析
- 3、 机会分析
- 4、 威胁分析

以上四部分分析将重点在“客群、产品、创新、活动、指标”等几个方面展开。

二、“开门红”如何采取行动？

运用以往经验分享及世界咖啡模式找到关键资源、关键活动、关键伙伴、关键客户和关键渠道

- 1、 行动定位

-
- 2、快速获胜
 - 3、影响区域

以上三部分分析将重点在“目标制定、客群聚焦、举措支撑、过程管控”等几个方面展开

三、“开门红”如何有序实施？

主要运用实战讲解方式帮助其在实施过程中找到有效的经营模式

- 1、信息分享
- 2、感受体验
- 3、思维启发
- 4、改变行为

以上四部分分析将重点在“客户细分、客户关系、渠道通路、价值主张、关键活动、核心资源、重要伙伴、收入来源、成本结构”等几个方面展开

四、“开门红”如何定期复盘？

主要以讲述如何分享实施中的做法，如何寻找业务差距为主

- 1、回顾目标
- 2、盘点事件
- 3、分析原因
- 4、总结规律