

课程名称：《开门红营销培训暨目标客群精准开发》

主讲：崔红彪老师 12 课时

课程收益：

- 明晰新常态开门红营销新特点、新策略；
- 掌握目标客群开发的科学方法及相关策略；
- 客户经理收获客户拜访沟通技巧及探寻客户需求技巧；
- 客户经理掌握如何为客户提供科学合理的产品匹配及呈现
- 开门红活动的管控策略及高效执行

授课方式：

讲师讲述、行动学习、案例精举、情境演练、小组讨论、视频与 FLASH 呈现、团队游戏

课程对象：

- 支行行长、客户经理、理财经理、大堂经理

课程大纲/要点：

一、新常态开门红营销的新特点

1、正确认知客户需求

- 需要、需求、欲望
- 功能价值与品牌价值

2、市场竞争阶段及策略演变

- 圈地运动——抢夺地盘为导向
- 价格利器——价格厮杀为导向

- 增值收益——优质服务为导向
- 客户忠诚——品牌立足为导向
- 全息可见——信息营销为导向

3、营销方式的科学化及与时俱进

- 正确的市场调研
- 科学的诊断分析
- 创新的产品企划
- 精准的市场推广
- 高效的产品销售

二、开门红重点客群经营策略

1、城区网点

- 商贸结算客群
- 亲子家庭客群
- 年终价值代发客群

2、农村网点

- 种植养殖户客群
- 外出务工人员
- 老年客群
- 【案例研究：客群开发经营策略】

三、开门红营销五大支撑策略

1、一点一策

- 定方向——如何确定各网点及分行的业绩增长的产能抓手
- 给方法——如何制定网点产能提升的各项配套方法
- 管过程——如果通过过程督导和配套支撑管理网点目标达成
- 需求回报——真心帮助客户
- 【案例讨论：网点一点一策案例点评】

2、促销活动策划组织

- 网点促销活动

- 达标权益活动
- 增值服务体系
- VMD 营销氛围营造

四、开门红三大管控策略

1、点策执行管控

- 定向
 - ◇ 网点经营分析：SWOT 分析
 - ◇ 确定重点客群
 - ◇ 产能提升目标制定
- 前期准备
 - ◇ 氛围营造
 - ◇ 分户名单下发
- 策略执行
 - ◇ 管控体系搭建
 - ◇ 岗位配套技能落

2、每日产能 1234 达标管理

3、每周目标达成检视

五、开门红营销实施步骤

- 1、目标确定
- 2、明确工作重点
- 3、阶段性策略计划制定
- 4、整合资源
- 5、建立高效过程督导机制
- 6、阶段性总结推进