

2018 开门红营销策略与管理推动

讲师：倪学文 6-12 课时

导入：

- 1、市场动态及行业动态
- 2、跨界整合之智慧社区 APP 口号:一卡在手 生活全有
- 3、思考

一、营销策略制定与目标分解

- 1、营销策略制定
- 2、总目标设定
- 3、目标分解
 - 目标分解思路
 - 目标分解三层次
 - 马拉松中的目标管理
- 4、内外部资源盘点
 - 内部（流量）资源盘点
 - ◇ 客户到访率与业务办理情况盘点
 - ◇ 资金流动情况盘点
 - ◇ 过往厅堂活动盘点

- ◇ 竞争对手经营摸底
- 内部（存量）资源盘点
 - ◇ 到期资源盘点
 - ◇ 内部资源盘点，分层分析（临界）
 - ◇ 五大指标分析（便于客群选定与策略制定）
 - ◇ 以往营销活动分析
- 外部资源盘点
 - ◇ 周边整体经济盘点
 - ◇ 竞争对手的市场占有及优劣势分析
 - ◇ 过往外拓营销活动盘点

二、目标达成的三个途径（三端客群目标达成推进）

1、流量端营销推进

- 触点打造之两大概率
- 动线管理的五重展陈
- 现场体验的三销途径
 - ◇ 实施途径 —— 识别营销
 - ◇ 实施途径 —— 创造营销

- ◇ 实施途径 —— 联动营销
- 流量端客户营销推进管理总结
- 厅堂营销抓手
 - ◇ 现场促成（二择一漏斗问题成交法）
 - ◇ 异议解答（认同+咱们+反转）
 - ◇ 意向、异动客户管理
 - ◇ 健康讲座+产品说明会（获信、获金）

2、存量端营销推进

- 分岗管户
- 电访接触
 - ◇ 设计开场白
 - ◇ 留下营销铺垫
 - ◇ 短信加深印象
 - ◇ 确定活动客群
 - ◇ 临界活动推进
 - ◇ 客户档案建立
- 存量端客户盘活推进总结

- 存量营销抓手
 - ◇ 客群活动提升情感倾向
 - ◇ 方案策划与流程安排
 - ◇ 沙龙营销工具（主持串词与活动反馈表）

- 增量端营销推进
 - ◇ 【案例】社区拓展
 - ◇ 增量营销抓手
 - ◇ 商户与居民的资源整合
 - ◇ 获客、获信、获金流程打造

三、开门红营销策略与管理推动

1、岗位要求-岗位工作流程

- 各岗位工作指引与营销话术

2、一日三巡

- 巡检记录+经营分析