

课程名称：《活动营销助网点产能释放》

主讲：王铁勇老师 6 课时

课程背景：通过对业绩释放基本规律的探讨，引出产能的提升不仅仅在于关注客户的资产，而是要注重日常可持续的客户关系，并通过有效的时点活动，来对所积累的客户资源进行调动，让其在适当的时候为网点客单价的提升做出贡献，课程重点探讨针对销售活动设计与实践，详细介绍传统网点在外拓营销、沙龙活动等运作模式中的缺陷，指出现代活动营销的创新模式并给予话术、工具等可操作、可落实的手段。

授课对象：网点营销相关条线

课程大纲/要点：

一、网点业绩提升的基础

1、常规网点获客解析

- 客户来源：流量、存量、增量
- 客户的构成
 - ◇ 直接客户
 - ◇ 间接客户

2、客单价与客户量的关系

- 客户量的提升
- 客单价的提升

二、客户关系的经营与维护

1、流程化日常维护

2、常见客户维护障碍

- 邀约到访率低（话术与工具教学）
- 转介绍成功率低（话术与工具教学）

3、障碍排除与计划落实

- 目标分解（话术与工具教学）
- 客户信息梳理点

三、区域拓展与活动营销

1、外拓的技术指标

- 商户外拓-同类合并（话术与工具教学）
- 社区外拓-批发胜于零售（话术与工具教学）

2、区域拓展带动产能

3、区域开发与拓展的技术植入（案例教学）

4、活动营销

- 延时产能-亲子主题（案例教学）
- 即时产能-附加值营销（案例教学）
- 高净值客户价值提升-沙龙活动（案例教学）
 - ◇ 沙龙活动功能概述
 - ◇ 沙龙活动产能释放（话术与工具教学）

四、旺季营销特点分析

1、储蓄存款的特点与卖点

- 余额提升的基本思路

2、营销主题活动设计

- 资源匹配
 - ◇ 执行细节
 - ◇ 人员匹配