

课程名称：《银行网点营销总动员》

主讲：王雨霏老师 12 课时

【课程对象】：一级支行支行长；网点负责人；客户经理；理财经理；大堂经理；柜员等与网点营销相关人员。

【课程收益】：

- 1.提高认识：了解银行业的发展历史、经营现状、发展趋势等，提高对银行工作的认识。
- 2.认识客户：了解客户的核心诉求、产品期望、行为特征、思维方式等，融洽彼此相处。
- 3.思维转变：改变银行业传统的推销思维，以产品和任务为导向，转变为以客户为导向的营销思维。
- 4.营销链条：变单兵作战为团队协同营销，掌握营销六大模式，构建网点无盲区的营销链条。
- 5.技能提升：掌握电话营销、客户拜访、产品介绍、交易促成、客户维护等必备营销技能。

【课程大纲】：

第一讲：银行网点的现状与趋势

- 1.中资银行网点的发展历程与现状
- 2.未来银行的定位
- 3.间隙营销：从熟视无睹到争分夺秒
- 4.联动营销：从全员营销走向协同营销模式
- 5.精准营销：从推销思维走向营销思维

第二讲：以客户为中心的营销思维

- 1.营销的三种境界
- 2.营销与推销的本质区别

- 3.营销高手的四大特征
- 4.营销的四大雷区

第三讲：模式一：等候营销

- 1.一段话：从要我听变为我要听
- 2.巧递送：从不屑一顾到香饽饽
- 3.三搜索：从手足无措到有的放矢

第四讲：模式二：联动营销

- 1.网点各岗位的优势互补
- 2.柜员间隙营销四步骤
- 3.客户经理的承接技巧
- 4.联动营销三大常用工具介绍

第五讲：模式三：电话营销

- 1.如何让客户期待你的电话--预热才不会怕冷
- 2.知己知彼--电话营销常见症结及破解
- 3.电话营销的核心目的揭秘
- 4.常见拒绝的破解

第六讲：模式四：联合营销

- 1.资源整合时代的来临
 - 2..如何寻找最佳的合作伙伴
 - 3.联合营销的实施步奏
- 案例：招商银行与滴滴打车
- 4.银行内部间的联合营销
 - (1) 分支行之间
 - (2) 岗位之间如何联动

第七讲：模式五：交叉营销

用客户的 DNA 交叉营销

1.活跃指数和价值指数-交叉营销的两个关键因素

2.找到客户的 DNA

(1) 搜集信息-不断补充更新客户信息

(2) 分群分析-贴标签

(3) 拟定策略-调整再进化

3.向上营销和交叉营销，扩大利润

(1) 什么是向上营销？

持续提高客户的成交金额

(2) 什么是交叉营销？增强客户粘度和贡献度

案例：张先生来销户，结果却成为大客户的故事

第八讲：模式六：沙龙营销

1.沙龙营销的优势和特点

2.沙龙实施的核心流程

3.沙龙营销的步骤

案例：亲子理财沙龙

第九讲：模式七精准营销

1.数据整合

2.渠道整合-实现线上和线下相结合

3.优化流程，提高效率

4.推荐模型-顾问式营销

5.建立以“客户为中心”的大数据链接

第十讲：大客户营销六步制胜

1.第一步：建立信任

2.第二步：需求挖掘

3.第三步：产品介绍

4.第四步：异议处理

5.第五步：交易促成

6.第六步：客户维护

第十讲：厅堂视觉营销

1.厅堂视觉氛围营造

3.营销工具制作与使用