

# 信用卡和分期业务的社群营销

## 课程对象：

金融机构消费信贷和信用卡相关业务部门主管和业务骨干。

## 课程背景：

社群经营作为第三代的流量入口，为互联网零售创业企业所熟练运用。近年来，随着科技金融的发展，线上线下的获客场景和手段日益丰富，银行和消费金融机构也越来越多地采用社群的方式获客、发布产品和有效维护粉丝。本课从社群营销的方法和实战案例入手，为学员梳理了一个如何运用社群进行信用卡和分期业务开展营销获客的工具和方法体系。

## 课程收益：

1. 掌握“鱼塘模型”和“吸粉矩阵”作为社群营销思路的入手点
2. 11个主流线上吸粉场所和8种吸粉工具全解析
3. 运用“卖点矩阵”发掘产品的亮点和与竞争对手的差异
4. 信用卡和分期业务爆品的几种输出路线和案例
5. 社群工具如何与线下销售渠道配合做好社群场景营销
6. 社群分层的经营策略

## 课程提纲：

### 一、 社群经营：银行营销开拓的新战场

1. 案例 2 则：流量红利时代的终结和社群经营模式的开启
2. 鱼塘模型：互联网引流营销思路的入手点
3. 吸粉矩阵：线上吸粉的秘籍

## 二、 吸粉矩阵解析和案例

1. 11 个吸粉场所的经营方法和案例解析
2. 8 大吸粉工具剖析和案例解析
3. 如何经营好两个层次的吸粉主张
4. 如何运用爆款产品引流社群开发信用卡和分期业务
5. 在微博上制造和蹭热点制造低成本高关注
6. 小程序：运用微信的场景交互实现信用卡和分期产品的深度获客操作

## 三、 文案：最古老但广泛的工具

1. 卖点矩阵：发现看似同质商品的差异化
2. 文案裂变公式和读者心理剖析
3. 信用卡产品的推广文案
4. 数码商城分期产品的推广文案
5. 汽车分期产品的推广文案
6. 公关型文案：杜蕾斯的秘密

## 四、 社群的经营与传统渠道的组合

1. 社群客户心理和社群运营的关键要素
2. 信用卡、分期业务和大额消费信贷业务的分层社群管理
3. 信用卡推广渠道如何做好社群获客和运营
4. 常态群和临时活动群的经营

5. 流量互导：基于 CBS 社群经营分期和信用卡特惠业务客群
6. 群活动、群规则和羊毛党
7. 如何安排社群经营的组织支持

## **五、 爆款产品挖掘和爆点服务挖掘**

1. 产品的客户体验节点图和爆点挖掘
2. 信用卡产品的客户爆点分析
3. 分期数码产品的爆点分析
4. 汽车分期业务的爆点分析
5. 如何进行爆品的群互动和传播