

# 创新跨界联盟

## 课程名称：《渠道化营销项目合作与创新》

主讲：乐嘉琪老师 6-12 课时

### 【课程背景】：

“一窝蜂”式地粗放发卡的模式已经成为过去，如今各行发卡力度不同，有的侧重于增加发卡规模，有的侧重于异业联盟，有的则侧重于精选优质客户，提高信用卡盈利能力。未来银行间信用卡业务竞争将更多地体现在产品、服务及营销活动的优劣上，信用卡业务的深耕和差异化将成为趋势和竞争输赢的关键。

信用卡直面消费金融行业的竞争，就需要不断的创新产品。要从促进消费向增值服务转变，从营销逐步向细分市场转变，要从传统的合作模式向新兴模式转变；才博提供的《创新跨联盟，打造渠道化信用卡营销新模式》课程是结合新市场环境的特点，针对广发银行信用卡发卡从业人员而设计的，紧密联系信用卡渠道发卡和合作方外拓联盟合作的实际工作，采用课堂演练、案例分析、工具使用、课后作业跟踪等授课方式，帮助学员加深对课程内容的认识和理解，而所有的练习均以学员自己在实际合作方外拓和营销谈判工作的真实案例为基础，使学员在课堂上就可以总结出一套针对自己实际工作的跨界联盟的实战营销技能。

### 【课程目标】

1. 了解新环境下的信用卡营销模式的分类，针对不同营销模式的常用方法与策略
2. 掌握新兴行业合作方的挖掘选择技巧，提升与客户沟通双赢的谈判能力
3. 掌握营销渠道的外拓策略和动作
4. 掌握渠道化营销的项目推进模式
5. 分享合作的经典案例，指导学员制定合作联动方案

【授课方式】：引导、研讨、案例、视频分析、演练或练习

### 【课程模型】

打破传统《信用卡渠道营销》课程的结构模式，以绩效产出为中心，将传统课程中的“挖掘选择、接触面谈、需求分析、产品介绍、异议处理、促成成交”六个部分连接起来，强调以实战为根，以技巧为本，同时引导学员建立“人人都是渠道营销大使”的意识，帮助学员构建“信用卡营销渠道新模式”。

## 【课程大纲】：

### 一、新环境下的信用卡市场分析

1. 中国信用卡发卡量、交易量、用户满意度数据分析
2. 渠道营销模式的特点及优势
3. 信用卡营销渠道的分类：自主渠道和共创渠道
4. 案例分析：交通银行满天星项目分析、必胜客合作发卡案例

### 二、新型合作方寻找与选择

1. 新型项目跨界合作的创新思维
2. 合作方的准入要求
3. 合作方的分类选择
4. 禁止发展的合作方类型
5. 合作方的开拓路径
6. 分析异业联盟的形式
7. 案例分析：德勤会计事务所合作案例、沃尔玛山姆会员店渠道开发案例、浦发银行与美车堂合作案例
8. 重点三大客群需求分析：白领、车主、商旅
9. 重点三大客户群的渠道匹配
10. 案例分析：郑州 789 园区项目合作办卡案例、永达汽车 4S 店合作发卡
11. 新型模式之合作企业、合作对象渠道、民生类渠道、社区类渠道
12. 练习：如何去开发一个新型渠道资源？（运用行动计划表设计一个线下一个线上的渠道开发方案）

### 参、 新型合作方开拓策略与项目谈判技巧

案例分析：上海虹桥机场白金卡营销渠道开拓案例

#### 谈判前：

1. 目标渠道分类、目标渠道设置门槛、相关政策制度、存量渠道分析
2. 渠道资源收集的方式
3. 整理筛选有效渠道、目标渠道的背景调研
4. 进行渠道的预约拜访
5. 上门前的各项工作：各项材料、渠道合作方案书、话术准备
6. 电话预约：电话预约的方法、注意事项、配套话术、情景演练

7. 上门预约：上门预约的方法、注意事项、配套话术、情景演练

谈判中：

8. 上门洽谈：上门洽谈的流程、注意事项、配套话术、情景演练

- 合作谈判的出发点
- 资源与利益的协同点
- 如何从价值端引导合作方开展合作
- 如何让合作方给银行提供最大的让利
- 合作谈判的工具准备
  - 客户服务规划
  - 联盟管理工具
  - 宣传与展示
- 合作谈判的技巧
  - 合作方接洽
  - 利益展示
  - 合作促成
- 如何从合作方内部的竞争激发商户意愿
- 消费频率高客流量低的合作方如何增加客户
- 消费频率高客流量高的合作方如何增加优质客户
- 消费频率低客流量低的商户如何开展体验活动
- ,

9. 视频分析：王晓飞的客户洽谈有哪些启示？

谈判后：

10. 落实后期反馈及跟进签约：做好六个必须，保证顺利签约。

11. 练习：小组讨论写出上海五角场消费商圈最红门店大型联动营销活动策划案例的分析讨论

12. 交付物：合作方开拓的工具，如《目标渠道分析评分表》、《目标渠道开拓成本收益核算表》、《渠道洽谈材料准备清单》、《营销渠道合作协议模板》等。

#### 四、项目推进执行与过程管理

**1.** 渠道化营销项目的角色分工

**2.** 渠道化营销项目的推进流程

**3.** 渠道化营销项目推进中的注意事项

**4.** 渠道化营销项目的考评标准

**5.** 案例分析：英业达合作项目的开展

6. 附工具：《项目角色分工及推进进度记录表》、《项目考评表》等
7. 项目发卡总结（项目汇报、回顾、评估）（能否有一个比较系统的项目发卡总结供参考学习）
8. 项目效果评估（能否有项目效果评估的一个工具或表格）

## 五、五大营销场景演练

1. 演练规则公布：运用实际工作中遇到的场景，每组出一个场景、评分表介绍、各小组交换抽取场景、小组准备讨论、PK 演练
2. 演练“三评”：学员自评、小组互评、老师点评
3. 公布最佳、奖励优秀

## 六、总结与回顾

1. 课程总结与回顾：信用卡营销顺口溜《人人都是营销大使》
2. 训后跟踪“四个一”：一次汇报、一次分享、一份计划、一次活动
  - 1) 一次汇报：针对本次培训内容进行总结，向上主管进行一次正式汇报。
  - 2) 一次分享：把本次培训的内容进行内化，在自己的团队组织一次内部培训分享。
  - 3) 一次计划：根据本次培训的内容，制定一份 1 个月的行动计划表格，内容主要针对如何开拓营销渠道及做好渠道内发卡两项工作展开。
  - 4) 一次活动：组织一次联动发卡活动，并完整记录活动推进的过程，并进行总结。
  - 5) 以上内容根据进度完成后，填写训后跟踪反馈表，本人及上级主管签字确认后统一反馈总部。