

精准网沙的组织与策划

课程目标：

通过培训，让受众

- 建立用沙龙获客和成交客户的正确认识
- 学会客户选择和基于产品对客户进行分类；
- 通过前期服务提升客户到达率和签约率；
- 明确沙龙的组织方式和流程设计；
- 带走一套沙龙操作的活动策划方案 SOP 书

课程安排：

理念篇

壹、网点沙龙打开营销新局面

1、 案例分析

- 沙龙营销是提升业绩的高效模式

2、 沙龙模式价值分析

- 汇集客户提升销售效率
- 利用同频效应提升销售业绩
- 建立关系促进多次开发
- 提升客户经理精准营销能力
- 打造高素质营销团队和营销文化

3、 对沙龙的认识

- 头脑风暴：形形色色的沙龙活动
- 什么是沙龙？
- 关于有组织销售的6大模块
- 沙龙的不同主题、类型、方式分析
- 沙龙活动的6+主题

实操篇

式、沙龙导览：前、中、后

- 1、 前：粮草未动，观念先行
- 2、 中：打造精华版的网点沙龙
- 3、 后：反思举一反三，形式多样

三、沙龙的客户选择与客户邀约

1、 沙龙的客户筛选；

- 客户筛选的四个维度

- 如何基于产品进行客户筛选？
- 如何利用银行客户信息找到精准的客户群体？
- 如何利用微信营销进行客户开发？

2、沙龙的客户邀约；

- 客户邀约三步法
- 如何提升客户邀约成功率？
- 客户邀约话术
- 演练：邀约话术演练

四、完美的沙龙流程设计促进产能

1、沙龙的全流程图：3大环节11个细节；

2、沙龙前期准备的4个细节

- 沙龙包装
- 沙龙宣导
- 客户邀约
- 对客户经理的训练（结合不同的专题进行设计）
- 案例：系列辅助工具使用

3、沙龙中操作的4个细节

- 迎宾细节把控
- 主持操作、控场、炒单
- 秩序维护与场景烘托
- 把我 5 次促成机会
- 演练：促成话术演练

4、沙龙后操作的 3 个细节

- 沙龙业绩反馈
- 后期客户的追踪
- 沙龙总结（分析问题及解决方案，兑现奖励）
- 案例：追踪的报表

5、决定沙龙是否成功的 4 个方面

- 专题设计与定位
- 邀约的 4 个关键核心点
- 现场对客户的望、闻、问、切
- 主持的控场与渲染
- 建立工具、流程、话术营销模板

行动篇

五、沙龙策划方案 SOP 书

- 1、一张思维导图：沙龙前中后的关键节点梳理
- 2、一张行动列表：导图转化为行动列表
- 3、一张工具列表：行动列表匹配辅助工具
- 4、实战演练