

聚焦营销：银行营销活动策划与组织

课程背景：

营销环境不断变化，但营销活动一直以其批量营销效率高、客户互动体验好等特点，占据着银行营销工作的重要地位。

随着互联网时代信息传播的快节奏，以及银行间同质化竞争日趋严重，以往很管用的营销活动，面临着越来越多的窘境。

- 活动邀约越来越难，熟悉客户频繁出镜，睡眠客户难以激活。
- 活动组织越来越难，准备永远不够充分，现场总是状况不断。
- 网点营销人员苦不堪言，不办肯定没效果，办了也是没效果。
- 网点管理人员有苦难言，人手费用都有限，活动到底怎么办？

本课程基于网点资源和人员现状，从分工、配合、常态、创意、准备、实施、跟进等环节入手，解析银行网点营销活动举办的难点，提供实际可行的解决方案。

课程收益：

- 正确认知网点营销活动的意义和目的
- 建立常态化的网点营销活动体系
- 实现全员参与的网点营销活动组织
- 在网点现有资源配备的前提下，通过活动创意，提升客户体验和活动效果
- 强化网点不同岗位员工在营销活动中的必备技能

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：银行网点负责人及网点营销岗位人员

课程方式：理论讲授+案例分析+分组研讨+实战演练

课程大纲

导引：正确认知营销活动

1. 为什么要做营销活动？

- 1) 营销活动的五大目的
- 2) 合理设定目标的三方面意义

2. 网点做营销活动有哪些困难？

- 1) 资源：人脉、费用、物料
- 2) 客户：客户来源、客户邀约
- 3) 团队：人手、技能、经验

案例：两个零钞兑换客户引发的思考

第一讲：活动常态办——厅堂导流活动

一、厅堂导流活动分析

1. 厅堂导流活动立足点在于客户的“非金融需求”
2. 厅堂导流活动的五大目的
 - 1) 如何让客户来
 - 2) 如何让客户经常来
 - 3) 如何让客户买
 - 4) 如何让客户转

5) 如何让客户留

案例：厅堂客户活动中鸡蛋的不同用法和效果

3. 厅堂导流的两大类型

1) 纯回馈型活动

案例：进门有礼、健康主题日等

2) 设门槛型活动

案例：某网点对厅堂活动的升级

3) 回馈性与门槛性活动的组合使用

案例：某股份制银行网点的主题周系列活动

二、厅堂导流活动实战

1. 纯导流活动

案例：他行VIP就是我行VIP

案例：小小一瓶水，为何供不应求

2. 导流结合营销活动

案例：某银行的“他行吸金晒单有礼”活动实施过程

案例：情人节大额存单创意营销

第二讲：活动深入办——单位外拓活动

一、单位外拓活动分析

1. 外拓活动的核心目的

1) 增量客户的获取与开发

2) 增量客户经营的四个阶段：集客、获客、活客、黏客

3) 增量客户管理全流程图

2. 单位外拓活动四阶段

1) 目标筛选

2) 组建团队

3) 营销活动

4) 持续跟进

二、单位外拓活动实施

1. 外拓活动准备工作

1) 准备工作六要素和三个一

2) 非常重要的活动预告

3) 外拓活动辅助工具设计制作

2. 思想和行动上的转变

1) 从“多户一进”到“一户多进”

2) 从单位外拓到厅堂导流的结合

案例：某银行网点的进学校活动四步走

第三讲：活动创意办——客户沙龙活动

一、客户沙龙活动分析

1. 沙龙活动难点分析

1) 客户会不会来？客户邀约难

- 2) 客户来了会不会买？现场营销难
- 3) 费用够不够用？资源调配难

2. 沙龙活动提升要点

- 1) 小成本、正能量、大文章
- 2) 共情、共鸣、共赢

二、客户沙龙活动实战

1. 客户邀约

- 1) 数据梳理与联系
- 2) 客户分群与跟进

2. 沙龙现场

案例：亲子沙龙操作

案例：母亲节沙龙和父亲节沙龙操作

案例：亲子观影活动操作

案例：客户出行活动操作

第四讲：活动联合办——异业联盟活动

一、正确认识异业联盟

1. 共赢思维的建立

案例：实现与合作伙伴和客户的三方共赢

2. 异业联盟商户需求三阶段及银行结合点

- 1) 结算需求
- 2) 资金需求
- 3) 发展需求

案例：招商银行网点线上店

二、异业联盟活动实战

1. 合作商家的摸底与选择
2. 活动形式的尝试与确定

案例：某银行一年举办 40 场高端客户活动的操作

案例：某银行网点与大商场的“小小银行家”系列活动

第五讲：活动全员办——员工核心技能强化

一、关键岗位能力

1. 活动主讲能力

- 1) 保险沙龙主讲人核心能力训练
- 2) 小型保险沙龙主讲逻辑训练

2. 活动现场组织

- 1) 活动主持人核心能力训练
- 2) 活动主要流程及分工

二、团队配合能力

1. 活动全员办的整体安排

- 1) 季度定计划，分组来牵头
- 2) 每月做评估，定期搞表彰

2. 营销活动的事前与事后

- 1) 分工表与沟通会
- 2) 总结会

课程收尾

1. 回顾课程，提示重点
2. 答疑与互动