

效率为王——流量客群的营销提升与工具制作

课程背景：

近年来，随着信贷生息资产增长乏力，银行中收越来越依靠零售业务，产品营销也越来越受到重视。网点不仅要求全员提高营销技能，实现无差别营销，同事针对不同的产品和服务，需要配备不同的营销工具和方法。厅堂作为银行的门面和营销阵地，是与客户建立联系，并完成销售的重要环节，如何经营和管理好网点的厅堂是很重要的一门课程。

网点厅堂布局如何有规律布置，厅堂活动如何有计划组织，营销活动如何有步骤开展，从而保证在厅堂给客户最好服务的同时完成银行考核的各项指标，实现银行与客户之间的共赢。本课程基于以上目标的达成，为银行一线营销人员量身定制，从案例切入、用经验启发、结合现场互动练习和总结，从无声的营销和有声的营销给出银行销售人员全面解决方案。

课程收益：

- 根源处解决一线销售人员说不清、没准备、不敢讲、各自讲的局面，形成网点说的清、有准备、不怕讲、团队讲的厅堂营销氛围；
- 树立全员营销和无差别营销的理念，利用最简易的销售方法实现最佳的营销结果；
- 结合静态营销和动态营销，将所有厅堂营销动作落地化、具象化，实现厅堂营销分工、有序进行，最优化团队合作；
- 结合一对一营销和一对多的营销方式，将厅堂做活、做高效，助力完成各项销售指标；
- 体验式教学，风格多样，寓教于乐，零售经典案例融合创新实战游戏，在互动和分享中吸收课程精髓。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：网点负责人、理财经理、大堂经理、柜员

课程方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+情景模拟+实操演练

课程大纲

导引：触点式营销

第一讲：打造厅堂触点营销

一、厅堂营销做什么？

1. 厅堂是什么

1) 网点对外形象的“门面”

案例：网点3个月存款从1.2个亿降到6000万

2) 网点联动营销的“阵地”

案例：理财经理网点沙龙主持，全身颤抖实录

2. 厅堂做什么

1) 服务为本

2) 营销为重

案例：一条官微告诉你，厅堂服务与营销的关系

二、如何做好厅堂营销

1. 厅堂营销流程

1) 营销流程介绍

2) 无差别营销

案例：网点同时来了两个客户，该营销谁？

2. 厅堂营销的三个标准

- 1) 联动是基础
- 2) 统一是标准
- 3) 数据是支撑

案例：一个标杆支行长的自白

第二讲：无声的营销——助力销售的厅堂布局

一、优化硬环境——厅堂布局

1. 厅堂动线和物理布局原则

案例：5个网点的外观与厅堂布局实例分析

2. 营销导向的厅堂氛围营造

1) 布局三提示

2) 布置三合一

案例：神奇大白板，助力新员工 20 分钟搞定保险期交

3) 聚焦实战的厅堂辅助工具

案例：产品荧光板宣传、明白纸设计

互动：动手做——明白纸/荧光板制作

二、强化软实力——团队联动

1. 实战型早会——氛围演练两不误

1) 随机产品演练

2) 销售要点提示

案例：某城商行网点早会的两次关键变化

2. 活动量管理——改进技能薄弱点

1) 关注重点环节

2) 改善薄弱环节

案例：经验分享与情景演练

3. 多岗位配合——打造营销流水线

1) 全员营销

2) 联动营销

案例：20 分钟拿下 5 款产品的厅堂联动

第三讲：有声的营销——简洁高效的产品营销

一、厅堂营销的现状

1. 产品营销的共性与特性

1) 共性：关于客户、产品、过程与结果

2) 特性：是可要记住的两大前提

2. 营销公式

1) 营销结果=营销成功率*营销次数

3. 营销的 4 大痛点

1) 说不清

2) 没准备

3) 不敢讲

4) 各自说

二、厅堂一对一高效营销——“1-3-6”的原理应用

1. 一句话开口

2. 三个卖点展示

案例：同一个客户同一款产品，成交金额多 10 倍

3. 六个拒绝处理

案例：理财经理 2 周成交 11 单复杂期交的秘诀

三、厅堂营销的有效话术——工具制作

1. 话术举例

- 1) 存款话术
- 2) 保险话术
- 3) 基金话术

互动：动手做——产品话术制作

2. 话术设计三部曲

一部曲：学产品、打草稿

二部曲：开小会，定初稿

三部曲：勤实战，出终稿

四、厅堂一对多的营销

1. 厅堂微沙的好处

- 1) 批量化营销
- 2) 连贯性输出
- 3) 实战型培养

2. 厅堂微沙流程

1) 厅堂微沙事前准备——主题选择与内容选定

互动：动手做——产品营销厅堂微沙主题讲稿编写

2) 厅堂微沙事中互动：七步流程与互动把控

互动：开口讲——产品营销厅堂微沙分组演练

3) 厅堂微沙事后跟进：客户跟进与自我提升

课程收尾：

1. 回顾课程、构建本次课程的学习地图和行动方案
2. 答疑解惑、结语