

《银海夺金—开门红营销产能突破沙盘》

培训方案

一、培训背景

“未来没有哪个行业竞争会比银行激烈。”愈演愈烈的市场竞争中，各大银行都意识到，营销业绩是经营管理的核心命脉，尤其随着开门红的到来，又将面临全年最激烈的竞争，开门红怎样才能红？

- 1、心态决定一切，必须统一思想、团结一致、抢占先机；
- 2、成功于运筹、决胜于细节：开门红必须做全面营销策划；
- 3、要想红、先预热：网点氛围营造、员工情绪调动、市场客户预热；
- 4、海陆空火力全开：厅堂营销、存量客户盘活、营销活动组织策划、第三方合作；
- 5、督导大于激励：全程营销节奏把控，过程决定结果。

二、精品培训课程大纲

【课程亮点】

本次沙盘采取的是“翻转式教学”，在六轮网点实战场景模拟中，会穿插开门红营销理论，传统教学，先学习理论，然后通过情景演练、案例讲解、通关等方式固化，学员往往学理论时很枯燥，注意力不集中，演练通关时理论落地就脱节了，回到工作岗位也不知道运用，而《银海夺金》是先以网点真实场景做实战演练，然后进行理论提炼，因为学员在前面参与了，结合理论一对照，立马有了很深的感悟，回到工作岗位也能举一反三，将所学知识融会贯通。

【课程收益】

本课程通过两天一晚时间，给学员带来开门红网点氛围营造、厅堂快速营销、存量客户盘活、营销活动组织策划、网点现场还原演练等课程内容，同时通过话术解读、流程过关、角色扮演等教学手段，使学员快速了解原理、掌握方法、制定行动计划，从而达到学以致用效果

- 1、一套开门红方案：设计一套适合本行落地执行的开门红方案，有亮点、独特、创新；
- 2、一套开门红工具：按照本行特色和类型，组合一套适合实施的开门红工具，实用高效；
- 3、一支斗志昂扬的队伍：以网点负责人为领头人，打造一支凝聚力强、有营销方法、营销技巧的卓越团队；

4、一致性行动式学习：课后按照方案制定行动计划，按照老师要求定期反馈总结，实现培训效果最大化。

【沙盘规则】

在大航海背景下，沃尔纳斯岛上风帆设备制造如火如荼，逐渐涌现五家规模较大公司（类似五家不同的营业网点），这五家公司各有各的核心技术与产品，为全世界的航运公司提供风帆设备，这五家公司既有竞争也有合作，这个中间就产生了大量交易，为了谋取更高的利润，往来交易过程中，销售谈判，达成共赢，取得利益最大化成为每家公司追逐的目标。本课程模拟五家出身海盗的公司，在残酷的市场竞争中，销售自家产品货原料，购置别家原料或产品，在10个销售回合中，看哪一家公司获取最大的利润，成为沃尔纳斯岛上最后的赢家。

【课程大纲】

第一单元：网点营销五大基本知识（简述）

第一节 认识市场营销

第二节 消费者购买行为分析

第三节 市场细分

第四节 市场定位

第五节 市场营销调研

第二单元：银行开门红现状分析

第一节 开门红之痛

- 1.存贷款业务难做
- 2.中高端客户流失
- 3.过分依赖与礼品回馈
- 4.员工积极性不高
- 5.新生代客群缺失

第二节 传统客户维护模式的分析

- 1.节日及纪念日回访
 - 节日活动的趋同性
 - 客户的戒备心理
- 2.厅堂维护
 - 科技快速发展带来的维护方式转变
 - 科技不足的厅堂维护
- 3.赠品促销
 - 给赠品顾客来，给的多顾客来

- 赠品增加营销成本

4.沙龙等传统维护

- 不给赠品客户不买，领完赠品客户就走
- 沙龙想起来就做，缺乏系统性，做完没效果

第三节 开门红之思

- 旺季取利，为完成全年业绩奠定基础
- 精分客群，场景化营销
- 团队协同辅导
- 保住：传统市场 拓展：潜力、优质客户
- 跟上时代的营销队伍

第四节 开门红之心

- 开门红核心：厅堂、主题活动、场景、社群四驱动
- 将银行搬到客户需要的地方，随手可得；
- 将客户的金融需求与场景进行融合；
- 实现营销行为的场景化、动态化、持续化、生活化。

第三单元：开门红目标

- 1、短期引爆上量
- 2、长期持续有效
- 3、开门红四大驱动
- 4、开门红“内外双拳”

第四单元：开门红新营销新方案（重点）

第一节 开门红新营销思路解析

- 1、“1112”建营销新思路
- 2、“三增四动”促业绩高速增长
- 3、“5定2分”保业绩持续增长
- 4、“三位一体”创营销新模式

第二节 “五定工作法”

- 定位置
- 定方向
- 定目标
- 定措施
- 定激励

第五单元：网点营销与外拓

第一节 网点营销技巧与方法

- 网点功能分区
- 营销氛围营造
- 吸引客户到访
- 产品展示到位
- 有效激发需求
- 存量客户维护

第二节 外拓营销

- 识别客户
- 建立信任
- 激发需求
- 产品展示
- 处理异议
- 促成销售
- 客户跟踪