

证券营销队伍建设与管理

第一部分：证券营销队伍建设

壹、 证券营销队伍建设管理体系

- 1、 八大体系
- 2、 四大机制
- 3、 七个风险环节
- 4、 十二个管理环节

贰、 证券营销队伍建设主要内容

- 1、 经纪业务发展的核心问题
- 2、 券商的出路与选择
- 3、 营销队伍建设主要内容

参、 招聘与选才

- 1、 招聘的主要流程与标准
- 2、 招聘的组织与实施
- 3、 创业说明会的模板

四、 营销培训

- 1、 培训体系的建立

培训的计划、讲师、教材、内容、评估

- 2、 培训的形式与内容
- 3、 新员工入职培训设计
- 4、 营销技能培训示范

第二部分：营销队伍的日常管理

壹、营销队伍的活动量管理

- 1、 活动量管理的意义、原则
- 2、 招聘与培训的活动量管理
- 3、 客户开发的活动量管理

贰、营销渠道管理

渠道的分类、进入准备、营销手段、渠道的维护、分配、策划、评估等。

参、团队长的管理

- 1、 不同类型的团队长
- 2、 团队长的日常管理
- 3、 常用管理工具---周 KPI 的制作

四、晨夕会的管理

晨夕会的要求、标准化架构、主要内容安排、示例等

伍、会议管理

- 1、 会议营销的目标、标准流程
- 2、 会报管理

六、营销队伍的风险管理

- 1、 经纪人的招聘与录用风险环节
- 2、 经纪人展业的风险环节
- 3、 经纪人日常管理的风风险环节

以上内容为三天课程安排，至少 18 小时内容，建议安排为 6 月 30 日、7 月 1 日上午 3 小时，下午 4 小时，晚上 2 小时。同时穿插讲授头脑风暴、案例分析会、模拟演练等三个常见培训工具，配发 20 个管理工具表格。

沈刚