

银行竞争分析与区域市场管理

【课程背景】

随着金融脱媒越来越严重，利率市场化剩下最后一棒，根据巴塞尔协议实施的资本约束，银行更需要精细化营销。个人优质客户及中小微企业客户的争夺是各银行竞争的重点。

那么我们银行如何在一片红海之下，开拓新的蓝海市场？唯有积极主动“走出去”，不断从“坐商”向“行商”转变，让员工走出去，把客户请进来。选择进社区、进企业、进村镇、进园区、进机关，通过市场细分，更好的满足社区居民、乡镇农户、中小企业、城乡商户、工薪人员等多层次多种类的金融需求，差异化营销才能开辟新的通道……

【课程收益】

- 1、洞悉金融市场变化及趋势。
- 2、学习最新的银行运营管理模式及营销策略。
- 3、对银行营销中的策略市场定位、市场资源配置、广告和促销计划、定价策略等形成直观认识。
- 4、统一企业面向市场的信息传播，将企业效率的来源从点效率调整到线效率、面效率。
- 5、适应市场的诸多不确定性，练习掌握在多变环境下完成营销目标的能力。
- 6、演练营销战，提高对防御战、进攻战、侧翼战、游击战的理解与灵活运用。

【课程对象】 银行中高层管理者

【课程时间】 1天（6小时/天）

【课程大纲】

第一部分：银行营销环境的演变及发展趋势

1、银行发展趋势解析：

门店变动销、渠道转终端；

卖场变脉场、产品转用户；

促销变体验、营销转服务

2、银行营销突围的三把利刃：产品、营销、服务

产品：从本身价值到附加价值；

营销：从营销技能提升到营销模式转型；

服务：从客户服务到客户体验；

第二部分：新常态下如何应对互联网金融、利率市场化的挑战

1、当前时代的社会大背景

——社会与技术环境的变化

——消费者行为的变化

2、互联网金融与传统金融的差异

3、互联网金融给传统银行业带来的挑战

——收入来源受冲击

——经营模式面临变革

——中介地位弱化

4、互联网金融带来的机遇

5、互联网金融创新模式

——传统金融企业服务的互联网化

——依托互联网的资金融通模式创新

——依托互联网的其他金融服务创新

第三部分：银行区域市场管理十大策略

1、资源整合策略

2、产品创新策略

3、服务提升策略

4、强化管理策略

5、体验营销策略

6、互联网利用策略

7、团队配合策略

8、高层营销策略

9、主动出击策略

10、平台搭建策略

第四部分：商业银行营销突围之差异化发展

1、经营差异化

服从经济发展大趋势

打造经营特色

思考未来差异化经营趋势

2、服务差异化

让客户满意，为客户提供个性化服务方案

以客户为中心，通过银行再造，塑造竞争优势

培育银行服务核心功能，发挥比较竞争优势

3、营销差异化

市场细分——客户分类

目标市场选择——适合向什么客户群营销

市场定位——不同客户不同策略

树立品牌——用品牌打造银行标志

营销内涵——企业文化塑造

第五部分：商业银行应对策略之思维创新

1、互联网思维与传统商业思维区别

理性 OR 非理性

资源匮乏 OR 资源饱和

渠道为王 OR 终端致胜

2080OR8020

人是生产者 OR 人是消费者

工业时代 OR 服务时代

2、互联网思维

粉丝思维：得粉丝者得天下

大数据思维

跨界思维：赚“行业外”的钱

第一思维：如何定位第一

迭代思维：1.0 到 4.0

平台思维：苹果是手机吗？

3、互联网思维的七大表现

免费、免费、还是免费

“圈人”运动

跨界

客户体验：参与度、互动性、口碑、社会化传播、**C2B**

增值：激活“过剩”人群

找到“精准”人群

急速增长：可复制的盈利单元

进化：小米---电视---装修

第六部分：商业银行应对策略之产品创新

1、手机银行的设计与推广

2、微信银行的建设

3、O2O 闭环的构造

第七部分：商业银行应对策略之渠道创新

1、有人的地方就有江湖

2、生态社区银行建设

3、线上线下渠道的融合