

社区银行差异化营销及服务策略

一、差异化的社区金融模式

1. 社区银行的前世今生
2. 美国 Umpqua 银行的成功经验分享
3. 国内差异化社区金融模式
 - 1) 民生银行的广布局、内容引入模式；
 - 2) 兴业银行的微型网点模式；
 - 3) 平安银行的渠道、交叉营销模式；
4. 社区银行的营销定位
 - 1) 服务导向
 - 2) 品牌导向
 - 3) 差异化服务

二、商圈社群营销开拓

1. 商圈社群营销的点、线、面——星星之火、可以燎原
2. 从边缘逐渐渗入核心——“农村”包围“城市”
3. 贴心服务全覆盖——润物细无声
4. 集中资源，占领市场中心——打响攻坚战
5. 从双赢到共赢——商圈生态链

三、社区社群营销开拓

1. 小区调研渠道及调研技巧
 - 1) 实地考察--关注要点
 - 2) 物业公司--接洽要点

3) 房地产网--调研要点

4) 小区居民--调研要点

5) 周边商圈--调研要点

2. 小区活动营销策略指引

1) 活动氛围营造 (文宣、邮件、小区 LED 屏、赞助小区活动)

2) 注意力吸引 (梯次礼品的选择、口碑传播效应)

3) 活动开始前的测试 (服务机具、服务技能、问题反馈、物业管理)

4) 营销活动过程的控制 (摊位设置、人员站位、礼品发放、客户信息收集登记、产品销售、客户引导)

5) 客户电话回访 (客户信息整理、筛选、电话回访技巧)

四、邀约社区客户及网点面谈技巧

1. 客户邀约 (客户邀约技巧)

2. 网点面谈技巧

五、交叉营销 (客户需求挖掘、全产品营销)

1. 转介绍 (形成口碑传播的技巧、如何达成转介)

2. 持续服务 (建立持续关系的技巧、持续的社区服务)

六、基于社群分析的社区银行产品策略

1. 社区特色的钩子产品和优惠迅速获取客户——客户导向而非产品导向

1) 老年富裕客户——客户特征和需求——钩子产品设计——营销策略

2) 中年财富客户——客户特征和需求——钩子产品设计——营销策略

3) 青年消费客户——客户特征和需求——钩子产品设计——营销策略

4) 年轻潜力客户——客户特征和需求——钩子产品设计——营销策略

七、行动学习

1. 我行的优势与劣势
2. 客户开拓策略和特色产品研讨
3. 社区营销活动策划案制定