

《信用卡精准外拓营销实战训练》

第一章：

一、团队管理者的角色与职责

1、团队管理者的角色与职责

1) 团队管理者的角色—引导者转变

2) 团队管理者的职责

2、团队管理者面对的压力

3、优秀团队管理者的应具备的心态

4、优秀团队管理者具备的核心技能

二、发卡团队的管理策略

1、发卡团队的任务分解

2、发卡团队的训练重点

3、发卡团队的管理思路

三、信用卡市场的了解与开拓

1、信用卡市场信息收集与分析

2、有效地给与业务团队正确的指导

3、信用卡市场开拓的方法

四、信用卡业务的特点

1、信用卡业务特性

2、信用卡业务推广方式

(1) 人员推广 (2) 媒介推广

3、如何高效地寻找目标客户

4、制订信用卡差异化推广的策略

5、指导辅助下属完成业绩的原则

6、信用卡销售业务中的关键节点

五、发卡营销活动及特惠商户合作模式

1、发卡营销活动的类型

2、特惠商户的主要类型

3、合作的意义

4、活动合作方案设计

5、同行案例分享

第二章：

六、客户区域深度划分，做到精准化网格化

1、功能需求性客户

资金归集；直销银行；单一刚性需求客户

2、具有明显行业特性的企业

(1) 技术向劳动密集型企业

(2) 纯劳动密集型企业

(3) 资金密集型企业

(4) 知识密集型企业

案例：隐形需求导向：上海大众汽车、吴良材眼镜等

案例：上游需求导向：富士康、锦州皮毛市场

3、科学的分析方法，盯住靶心

案例：34 个省会案例中根据特性找共性，探讨如何开展批量

七、外拓营销—企业五步行动

- 1、圈目标：确定营销的目标及方向
- 2、重解析：解析市场情况，重点进行分析
- 3、编方案：预设企业沟通方案
- 4、明分工：现场人员的现场洽谈分工
- 5、善总结：对于企业的沟通状况进行实地分析