

网点开门红旺季营销

培训对象：

柜员、客户经理、理财经理

课程目标：

岁末年初,旺季营销阶段即将到来,旺季营销对银行完成全年各项经营业务指标和抢占市场份额,都具有极其重要的意义。面对同业竞争愈加激烈,营销时间紧、任务重、压力大的现状越发突出,如何在有限的时间,开展一期完美的旺季营销至关重要。同时根据银行网点现状科学合理的制定营销策略。“以吸收存款、拓展中间业务、培育挖掘客户”为主要目标,积极开拓市场,细分客户,争夺资源,抢占先机,积极走进居民社区、商业街区和网络社群,开展系列社区金融活动。夯实一点一策的网点策略,确保银行开门红营销全面胜利。

课程大纲：

第一部分 银行营销新思维

1. 如何提升银行整体业绩

第二部分 开门红业绩来源、路径、方法与挑战

1. 营业网点外勤营销的管理、方法与误区
 - 1) 特定商圈(商会)客户开发(案例分析与技巧要点)
 - 2) 网点周边客户筛选的方法与标准
 - 3) 如何寻找最短的销售路径
 - 4) 如何组建专业的营销团队
 - 5) 销售线索(商机)管理的方法、工具与评估要点
 - 6) 经营分享:客户经理(外勤)在进行外勤营销中容易走的误区
2. 存量潜力客户提升的管理、方法与挑战
 - 1) 网点潜力客户的标准、营销定位、管理工具
 - 2) 网点潜力客户营销方法与技巧
3. 厅堂客户营销的管理、方法与挑战
 - 1) 营业大厅识别营销三道陈线的人员定位、销售定位
 - 4、实现厅堂销售成果最大化的管理要点与方法
4. 客户引荐客户(MGM)及客户沙龙(理财活动)营销管理
 - 1) 客户引荐客户(MGM)的目标人群定位

- 2) 客户引荐客户开发中使用的工具
- 3) 客户引荐客户与客户沙龙的组织、管理与执行
- 4) 客户沙龙的客户群的选择技巧、邀约要点与规模控制

第三部分 开门红如何实现以管理促效益

1. 明确角色 才能出色
2. 高效团队建设
3. 团队的有效激励
4. 打造高效执行力

第四部分 开门红经营指标的分解、执行与评估

1. 经营指标的构成与解读（关注指标背后的指标）
2. 经营指标的分解原则
3. 经营指标分解、执行与评估的方法、工具与技巧