

银行外拓营销实战技巧与方法

课时设计：

二天：6小时/天

培训对象：

银行全体营销人员

课程内容：

近几年，银行间的竞争几近白热化，纯靠大厅或老客深挖和转介绍等营销模式，已很难取得显著成效，而以“两扫五进”为主的外拓营销模式则大显神威，成了诸多银行快速提升业绩的最主流营销模式。

本课程总结了老师多年带领团队外拓营销的实战经验，以演练模拟及实战成果分析为主要授课模式，使学员能做到知行合一，在实战中快速提升自己的外拓能力和水平。

课程目标：

1. 让学员充分了解外拓营销的起源于发展历史
2. 清楚外拓营销的主要特征、主要作用以及主要形式
3. 掌握银行外拓营销策划的方法与技巧
4. 规范外拓营销活动管理流程
5. 灵活掌握运作外拓营销的方法与技巧
6. 掌握外拓营销绩效评估办法

课程大纲：

第一章、银行外拓营销概述

1. 外拓营销的起源与发展
2. 外拓营销的主要特征

3. 外拓营销的重要作用
4. 外拓营销的主要形式
 - 1) 陌拜
 - 2) 摆摊
 - 3) 路演
 - 4) 沙龙活动
 - 5) 合作商户开发
 - 6) 大型品牌公关活动

第二章、银行外拓营销策划

1. 确定外拓营销的目标
 - 1) 外拓总目标与分目标
 - 2) 外拓目标与主题
 - 3) 外拓价值模型
 - 4) 外拓时如何树立客群概念
 - 5) 外拓时如何进行资源整合
 - 6) 利用外拓加强特色网点的建设
2. 外拓营销的准备工作
 - 1) 外拓营销人员及组织
 - 2) 外拓营销策划书写作
 - 3) 外拓营销活动的全面准备工作
 - 4) 赠品、奖品的准备和选择
 - 5) 外拓营销活动的报(审)批

- 6) 外拓营销本身的宣传
3. 制定可行的现场活动方案
 - 1) 选择恰当的时间
 - 2) 选择最佳外拓地址
 - 3) 安排好现场活动内容
 - 4) 现场活动的步骤

4. 四、计划执行前的预测

- 1) 把握好来自政策方面的影响
- 2) 注意气候方面因素的影响
- 3) 外拓营销前如何彩排

第三章、银行外拓营销绩效评估

1. 外拓营销绩效评估方法
 - 1) 什么是外拓绩效评估
 - 2) 绩效评估的方法与原则
 - 3) 绩效评估误区防范措施
2. 外拓成本分析
 - 1) 成本构成
 - 2) 成本管理与控制
 - 3) 掌握分析方法
3. 外拓营销的目标管理
 - 1) 目标管理的含义
 - 2) 目标管理的步骤

3) 目标评估内容

第四章、区域外拓营销前期分工与准备

1. 区域营销目标的设定

- 1) 居民小区
- 2) 商场超市
- 3) 企业工厂
- 4) 批发市场/小商户
- 5) 政府部门/事业单位
- 6) 农户

2. 客户类型的划分

3. 区域外拓开发事前管理

4. 客户信息的收集与筛选

5. 客户信息库的建立方法与技巧

6. 常用营销工具设计与使用

第五章、区域外拓营销技巧

1. 外拓营销方法与技巧

1) 社区营销

2) 企业营销

3) 小商户营销

4) 商场超市营销

2. 陌生拜访技巧

1) 银行主要产品的的外拓营销话术设计方法

- 2) 心理障碍克服方法
- 3) 陌生拜访开场白
- 4) 沟通的语言技巧
- 5) 电话沟通技巧
- 6) 拒绝的处理方法
3. 摆摊的要点与技巧
 - 1) 摆摊目的的选择
 - 2) 摆摊排班
 - 3) 摆摊现场客户接洽
 - 4) 摆摊后续客户追踪
 - 5) 团队参与激励设计
4. 如何与商户或各类企业机构合作开发外拓营销
 - 1) 目标合作的选择
 - 2) 合作伙伴的谈判
 - 3) 合作伙伴的流量创造
 - 4) 合作伙伴的客户转换
 - 5) 团队参与激励设计
5. 如何在外拓中进行各类客户活动
 - 1) 客户活动的分类与层次化建设
 - 2) 客户活动的体验设计
 - 3) 客户活动的目标邀约名单
 - 4) 客户活动的营销接洽

5) 客户活动的后续追踪

6) 团队参与激励设计