

深度四扫

外拓效果深挖及营销流程固化培训辅导

主讲人：海阔

一、课程内容：

近几年，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。但因为不了解外拓营销的内涵及流程固化规则，虽然在咨询公司的带领下做过培训与实战演练，但大都当时效果显著，过后效果大打折扣，重回到过去的老路。

本课程的教学内容为两天，总结了海阔老师多年带领团队外拓营销的实战经验，以及外拓管理及考核的标准化流程，使学员能做到知行合一，同时考虑到后期固化阶段的考核安排。

课程的外拓实战部分安排如下：由过去外拓的“两扫五进”（“两扫”即扫店、扫街。“五进”即：进商圈、进社区、进校园、进农户、进园区）升级为“四扫”：扫街（商户）、扫园、扫户（机关企事业单位）、扫村，同时结合厅堂微沙龙及金融沙龙活动，达到深度营销的效果。

此外本课程还添加了固化回访内容，为期半年，咨询师定期为银行解决存在的问题，并帮助银行做各种活动策划，协助实施落地，同时帮银行攻关大客户，解决突发营销事件。

二、培训对象：

银行客户经理、支行长

三、培训时间：

- 1、授课：2天
- 2、外拓、厅堂微沙龙、沙龙：5天
- 3、固化辅导：共半年时间。每月1~2天，共6~12天

四、培训及辅导安排：

	9:00—12:00	营销理念转变、如何开展扫街、扫园、扫村、扫户的深度营销活动；如何把活动的流程和实施办法、考核办法固化下来
	14:30—17:30	<p>课纲：《深度四扫外拓营销技巧与策略》</p> <p>第一章、深度四扫外拓营销策划技巧</p> <p>一、深度营销时外拓时如何进行资源整合</p> <p>二、如何制定可行的且可长期开展的现场活动方案</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、选择最佳外拓地址和企业 2、安排好现场活动内容 3、现场活动的步骤 <p>三、如何制定可长期固化的外拓营销绩效评估方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>第二章、深度四扫外拓时如何借势营销并将项目固化</p> <p>一、如何与各类企业机构合作开发外拓营销</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>二、如何在外拓中进行各类客户活动</p> <ol style="list-style-type: none"> 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、客户活动的目标企业邀约名单 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 <p>第三章、区域外拓营销技巧</p> <p>一、陌生拜访技巧</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、主要产品的外拓营销话术设计方法 <p>存款与理财 贷款 代发工资 公司开户</p> <ol style="list-style-type: none"> 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、异议的处理方法

四、海阔老师固化回访安排

1、固化辅导时间安排：共半年时间。每月 1~2 天，共 6~12 天

2、辅导回访当日固化工作内容安排：

日期	时间	安排
上午	9:00—12:00	走访网点： 1. 回访三家网点，倾听支行长及客户经理外拓的情况和遇到的问题，并现场协助解决。 2. 查看网点近期外拓的登记表，提出改进建议。
下午	14:30—17:30	回访客户、策划三八沙龙： 1. 与客户经理回访一家重点外拓客户，解决存在的问题，拓宽思路 2. 与客户经理进行借势营销公关活动的，海阔老师参与洽谈与沙龙内容策划，并帮助银行洽谈合作的企事业单位及存量客户。
晚上	17:30-18:30	研讨会： 1. 现场解答大家的疑问 2. 优化外拓固化绩效考评标准 1. 对外拓固化的优秀者进行奖励

3. 银行提前要准备的事项：

1. 提前找好回访的三家支行，并与支行长及客户经理打好招呼。
2. 提前准备外拓时营销的新客户，约好回访时间。
3. 提前策划营销沙龙及各种公关活动。
4. 把海阔老师的绩效考核建议整理修改，打印给大家（海阔老师会提前发给行里）
- 5) 把固化奖励表修改打印出来，发家大家（海阔老师会提前发给行里）