

## 外拓营销培训辅导大纲

**课时设计：**3天1夜

**培训对象：**银行客户经理、理财经理

**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+厅堂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。

本课程总结了海阔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路演的起源于发展历史
2. 清楚外拓路演的主要特征、主要作用以及主要形式
3. 掌握银行外拓路演策划的方法与技巧
4. 规范外拓路演活动管理流程
5. 灵活掌握运作外拓路演的方法与技巧
6. 掌握外拓路演绩效评估办法

日期	时间	安排
第一日	8:30-9:00	开班：领导开班致辞
	9:00—12:00	营销理念转变、如何开展商区、园区、农区等的开发活动；活动的流程和实施技巧；客户销售技巧、各小组走进计划分工、设计、演练。
	14:30—17:30	大纲： <b>第一章、银行外拓营销概述</b> 一、外拓营销的起源与发展 二、外拓营销的主要特征 三、外拓营销的重要作用 四、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 <b>第二章、银行外拓营销策划</b> 一、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 二、外拓营销的准备工作 1. 外拓营销人员及组织

		<p>2. 外拓营销策划书写作</p> <p>3. 外拓营销活动的全面准备工作</p> <p>4. 赠品、奖品的准备和选择</p> <p>5. 外拓营销活动的报(审)批</p> <p>6. 外拓营销本身的宣传</p> <p>三、制定可行的现场活动方案</p> <p>1. 选择恰当的时间</p> <p>2. 选择最佳外拓地址</p> <p>3. 安排好现场活动内容</p> <p>4. 现场活动的步骤</p> <p>四、计划执行前的预测</p> <p>1. 把握好来自政策方面的影响</p> <p>2. 注意气候方面因素的影响</p> <p>3. 外拓营销前如何彩排</p> <p><b>第三章、银行外拓营销绩效评估</b></p> <p>一、外拓营销绩效评估方法</p> <p>1. 什么是外拓绩效评估</p> <p>2. 绩效评估的方法与原则</p> <p>3. 绩效评估误区防范措施</p> <p>二、外拓成本分析</p> <p>1. 成本构成</p> <p>2. 成本管理与控制</p> <p>3. 掌握分析方法</p> <p>三、外拓营销的目标管理</p> <p>1. 目标管理的含义</p> <p>2. 目标管理的步骤</p> <p>3. 目标评估内容</p> <p><b>第四章、区域外拓营销前期分工与准备</b></p> <p>一、区域营销目标的设定</p> <p>1. 居民小区</p> <p>2. 商场超市</p> <p>3. 企业工厂</p> <p>4. 批发市场/小商户</p> <p>5. 政府部门/事业单位</p> <p>6. 农户</p> <p>二、客户类型的划分</p> <p>三、区域外拓开发事前管理</p> <p>四、客户信息的收集与筛选</p> <p>五、客户信息库的建立方法与技巧</p> <p>六、常用营销工具设计与使用</p> <p><b>第五章、区域外拓营销技巧</b></p> <p>一、外拓营销方法与技巧</p> <p>1. 社区营销</p> <p>2. 企业营销</p> <p>3. 小商户营销</p>
--	--	---

		<p>4.商场超市营销</p> <p>二、陌生拜访技巧</p> <p>1.银行主要产品的外拓营销话术设计方法</p> <p>2.心理障碍克服方法</p> <p>3.陌生拜访开场白</p> <p>4.沟通的语言技巧</p> <p>5.电话沟通技巧</p> <p>6.拒绝的处理方法</p> <p>三、摆摊的要点与技巧</p> <p>1.摆摊目的的选择</p> <p>2.摆摊排班</p> <p>3.摆摊现场客户接洽</p> <p>4.摆摊后续客户追踪</p> <p>5.团队参与激励设计</p> <p>四、如何与商户或各类企业机构合作开发外拓营销</p> <p>1.目标合作的选择</p> <p>2.合作伙伴的谈判</p> <p>3.合作伙伴的流量创造</p> <p>4.合作伙伴的客户转换</p> <p>5.团队参与激励设计</p> <p>五、如何在外拓中进行各类客户活动</p> <p>1.客户活动的分类与层次化建设</p> <p>2.客户活动的体验设计</p> <p>3.客户活动的目标邀约名单</p> <p>4.客户活动的营销接洽</p> <p>5.客户活动的后续追踪</p> <p>6.团队参与激励设计</p>
第二日	8:00—8:30	晨会，战前动员
	8:30—12:00	外拓营销；老师巡回辅导
	14 : 00—17 : 30	外拓营销；老师巡回辅导
	17:30—18:30	大组汇总小组成绩，开总结会议，沟通遇到的问题。
第三日上午	8:00—8:30	晨会，战前动员
	8:30—12:00	外拓营销；老师巡回辅导
第三日下午	14:00-17:00	总结，表彰，后续固话研讨会
备注	外拓培训时间可以根据银行相关情况进行微调，以银行行实际安排为准	