

外拓+厅堂营销培训大纲

课时设计：5天3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

第一天	白天内容	上午： 厅堂营销： 1、网点调研：发现问题（包括柜员、大堂经理、客户经理等）实际调研：通过基层人员对话，了解销售情况，了解销售难点，了解销售之外的配套考核方案、绩效数据等 2、实际网点监测，以销售氛围整合为切入点，包括对大堂经理、柜员的营销方法和话术进行监测，并整理数据提出网点监测结果和建议，按照新的网点设计理念进行设计 外拓： 学员分组，选定商圈，设计商圈调研访问表 下午： 厅堂营销： 布置厅堂营销环境，提升营销氛围 外拓： 在老师的带领下，针对商圈进行实地调研
	晚课内容	第一章、银行外拓营销概述 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
- 第二章、银行外拓营销策划**
- 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
- 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
- 三、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
- 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**
- 一、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
- 二、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
- 三、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
- 一、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 二、客户类型的划分 三、区域外拓开发事前管理 四、客户信息的收集与筛选 五、客户信息库的建立方法与技巧 六、常用营销工具设计与使用
--	--	--

第二天	白天内容	全天： 厅堂营销： 大堂经理迎客训练，过程中发现目标客户 柜员用顺势推介牌营销 外拓： 选择外拓模式：进企业 1、在老师的带领下分组拜访重要的老客户，探寻重点客户需求，宣传银行产品 2、回访数据库中的老客户，争取新的签单机会。
	晚课内容	总结白天外拓实际，点评具体实例，对各组业绩进行奖惩。 课纲：陌生拜访技巧 1.银行主要产品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

第三天	白天内容	全天： 厅堂营销： 大堂经理在分流过程中营销训练 柜员在办理业务过程发现客户需求训练
		外拓： 1、老师与助教带领学员一起走进商圈、社区、大学、开发区、店铺或企业，进行外拓营销， 2、老师选择重点小组，实地实景告诉客户经理增量陌生客户该怎么拜访、如何寒暄、沟通、谈判、客户拒绝后该如何介绍替代产品、存量老客户怎么维护与转介绍客户等。

	晚课内容	<p>分享：针对外拓中存在的问题及时总结，针对外拓中的经验进行分享，对各组业绩进行奖惩。</p> <p>课纲：如何与商户或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
--	------	--

第四天	白天内容	上午：
		<p>厅堂营销：</p> <p>大堂经理辅助客户办理业务时的营销训练</p>
		<p>外拓：</p> <p>选择外拓模式：进商圈、社区、大学、开发区、店铺或企业 老师带领客户经理和客户营销沟通,老师边观察边参与,按外拓营销“六步流程”标准考核所有参与者,并现场帮助客户经理促成客户。</p>
		下午：
		柜员一句话营销训练
		<p>外拓：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、老师与助教一起走进商圈、社区、大学、开发区、店铺或企业，进行外拓营销， 2、由客户经理列出难应对客户,讲师白天跟访客户经理，实地实景告诉客户经理具体有效的应对办法。
	晚课内容	<p>分享：针对外拓中存在的问题及时总结，针对外拓中的经验进行分享，对各组业绩进行奖惩。</p> <p>课纲：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

第五天	白天内容	上午：
		大堂经理通过寻找目标客户填写调研问卷进行销售
		<p>外拓：</p> <p>选择外拓模式：进商圈、社区、大学、开发区、店铺或企业 老师带领客户经理和客户营销沟通,老师边观察边参与,按外拓营销“六步流程”标准考核所有参与者,并现场帮助客户经理促成客户。</p>

		<p>下午：</p>
		<p>大堂经理通过寻找目标客户填写调研问卷进行销售</p>
		<p>外拓： 总结：各小组把四天的情况做成 ppt 或写出汇报材料，以备在晚课的时候进行分享总结。</p>
<p>晚课内容</p>		<p>一、外拓陪访点评与总结环节： 二、学员总汇报五天战果 三、评奖： 根据客户经理三天表现与业绩达成情况,当场评选当日“外拓之星”一到二名与“团队外拓之星”一组给予表彰。 四、布置下一阶段外拓任务及规划</p>