

# 银行开门红营销管理策略

## 培训时间：

2天（6小时/天）

## 培训对象：

银行客户经理、理财经理等销售人员

## 课程简介：

一季度“双节”带来各种机遇，是现金回笼的黄金时机，是抢抓机遇增存款的最有利时机，如何最大限度的利用行内资源，激发网点人员的营销激情，以高效、有效、系统的形式牢牢把握春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼的有利时机，形成行内吸储高潮，进一步增加市场占有率，切实抓实组织资金工作成为必须要考虑的问题。

为了实现开门红，同业竞争的外部环境呈白热化趋势，各大银行更是卯足了劲，纷纷加大推广自身的力度，如何在竞争激烈的状态下凸显本行的优势，全面分析网点内的资金组织及市场竞争的新动向、新特点，快速占领市场份额，本课程集合我们与各家商业银行深入合作的多年经验，针对银行网点“开门红”执行的现状和发展进行了深入细致的诠释，理论与实践结合，确保银行员工能

圆满完成的开门红任务。

## **课程大纲：**

### **第一节、开门红在银行营销活动中的重要意义**

#### **一、开门红工作对各级员工的重要意义**

- 1、高绩效人员——提高收入
- 2、中绩效人员——增加自己的信心值；
- 3、低绩效人员——重塑信心
- 4、主管——借势而为有效的管理团队如何制定开门红目标

#### **二、开门红工作的组织与培训工作要点**

##### **1、四会三班之新人的快速育成**

- 1) 破零班
- 2) 夕会经营
- 3) 绩优班
- 4) 新产品的内训、外训

##### **2、假日破零班**

- 1) 产说会经营
- 2) 绩优运作（夕会视频会分享、巡回演讲、提升培训、表彰会议）

### **三、开门红工作各流程核心要点**

#### **1、活动时间段的选择**

#### **2、活动范围的选择**

#### **3、销售目标的确定**

#### **4、奖项设置**

1) 综合达成奖

2) 综合进度奖

3) 价值贡献奖

4) 县域机构专项奖

#### **5、销售活动主推产品**

#### **6、培训积分奖励说明**

#### **7、活动组织与追踪**

### **第二节、优质开门红营销的核心举措**

#### **一、厅堂视觉营销实战技巧**

##### **1、厅堂视觉营销的筹备事项**

1) 如何从物理环境布局提升厅堂效率？

2) 叫号机的秘密？

- 3) 如何做到关注客户的全面覆盖？
- 4) 如何减少错单、落单、空号等问题？
- 5) 厅堂人员如何做好巡视？巡视什么内容？
- 6) 厅堂人员站位、补位、转介与联合如何有价值搭配？
- 7) 如何通过厅堂分区管理服务嵌入营销？
- 8) 如何变投诉为营销

## **2、如何做厅堂视觉营销传播**

- 1) 如何策划厅堂可视化营销，引起客户好奇？
- 2) 如何通过主题建设打造厅堂营销宣传氛围？
- 2) 如何提炼产品的核心要点？
- 3) 如何制作客户一见动心的产品宣传单？
- 4) 如何通过团队的搭配建立蒲公英式的传播圈；
- 5) 如何运用常态话术成功传播产品；
- 6) 快速传播产品的三大训练体系；

## **3、厅堂一体营销实战技巧**

- 1) 如何策划成功厅堂营销？
- 2) 厅堂一体营销流程五步法？

- 3) 厅堂人员如何与客户搭讪，建立良好沟通关系？
- 4) 厅堂人员如何识别客户四法则？
- 5) 厅堂人员如何把握营销开口时机？
- 6) 厅堂人员如何运用二次巡视挖掘客户需求？
- 7) 厅堂人员如何组织策划厅堂高峰沙龙？
- 8) 厅堂人员如何运用常态话术、核心一句快速促成？
- 9) 如何将客户拒绝产生价值互换？
- 10) 厅堂人员如何根据客户情况匹配产品、交叉营销？
- 11) 如何推崇团队，成功推介？
- 12) 如何呈现一体化营销？
- 13) 如何觉察客户信息，快速掌握成交讯息

## **二、怎么样开展交叉营销**

### **1、交叉销售实施关键**

- 1) 建立大营销理念
- 2) 建立高效共享的客户数据库
- 3) 运营人员激活，紧密柜员、大堂经理、理财经理、客户经理等营销配合

### **2、交叉销售实战训练**

- 1) 如何帮助客户发现自身的需求
- 2) 做足功课--了解银行客户分层及需求特征
- 3) 客户需求解析工具—理财金字塔

### **3、交叉营销的方式**

- 1) 网点现场组合
- 2) 理财方案组合
- 3) 活动营销组合
- 4) 联动营销组合

### **4、交叉营销的模型**

- 1) 产品链交叉营销
- 2) 产业链交叉营销
- 3) 客户链交叉营销
- 4) 网络链交叉营销

### **5、挖掘需求面谈技巧**

- 1) 聆听的好处
- 2) 有效聆听=成功销售
- 3) 聆听的3个阶段

- 4) 专心聆听
- 5) 不做假设
- 6) 注意客户和自己的身体语言
- 7) 复述
- 8) 鼓励客户多说
- 9) 总结和归纳客户观点
- 10) 提问的好处
- 11) 提问能力与销售能力成正比

## **6、发问的要点及作用**

- 1) 切忌咄咄逼人
- 2) 即使不同意客户的观点，也要对事不对人
- 3) 好的发问技巧要加上好的倾听技巧
- 4) 控制谈话
- 5) 寻求适当答案
- 6) 逐一提出问题

## **7、现场演练**

个金条线：

1) 银行卡 1+6 (通过一张银行卡交叉营销 6 个电子银行产品)

2) 个人贵宾客户 1+15+5+1 (通过一个贵宾客户交叉营销 15 个产品, 5 个贵宾客户朋友和 1 个企业或单位)

对公条线:

1) 小微企业 1+5+5+5 (通过一个小微企业交叉营销 5 个产品, 5 个高管, 5 个上下游合作商)

2) 公司客户: 1+25+10+10+N (通过一个公司客户交叉营销 25 个产品, 10 个高管股东、10 个上下游合作商, N 个员工)

### 三、如何利用外拓形式开展社区营销

#### 1、外拓路演的准备工作

1) 外拓路演人员及组织

2) 外拓路演策划书写作

3) 外拓路演活动的全面准备工作

4) 赠品、奖品的准备和选择

5) 外拓路演活动的报(审)批

6) 外拓路演本身的宣传

#### 2、制定可行的现场活动方案

- 1) 选择恰当的时间
- 2) 选择最佳路演地址
- 3) 安排好现场活动内容
- 4) 现场活动的步骤

### **3、商圈外拓营销前期分工与准备**

- 1) 商圈区域营销目标的设定
- 2) 客户类型的划分
- 3) 区域外拓开发事前管理
- 4) 如何进行商圈营销

业态商圈

园区商圈

社区商圈

企业商圈

组织商圈

人脉商圈

链条营销

### **4、陌生拜访技巧**

- 1) 投石问路
- 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

## **5、拒绝的处理方法**

- 1) 营销的误区
- 2) 客户信息梳理与维护
- 3) 营销常用方法与话术

## **第三节：如何提升员工开门红的执行力**

### **一、团队建设的基础**

- 1、团队的形成
- 2、团队发展的四个阶段
- 3、如何形成团队的核心价值观

### **二、打造高绩效团队的利器**

- 1、利器之一：沟通能力
- 2、利器之二：激励能力

3、利器之三：时间管理

4、利器之四：压力管理

### **三、企业常见的执行问题**

1、文化原因

2、管理原因

3、人员原因

### **四、建立执行型的企业文化**

1、文化导致的执行问题

2、执行型文化的建设过程

3、执行型文化的建立的关键手段

4、执行原理图

### **五、银行管理者必须领会的执行方针和秘诀**

1、执行的八字方针

1) 认真第一

2) 聪明第二

2、执行的十六字原则

1) 结果提前

2) 自我退后

3) 锁定目标

4) 简单重复

3、执行的二十四字战略

1) 决心第一

2) 成败第二

3) 速度第一

4) 完美第二

5) 结果第一

6) 理由第二

**第四节：现场回答大家的疑问**