

# 一点一策网点片区开发和拓展活动

## 课程背景：

许多网点在做业绩时，通常都是网点负责人及网点中的某几个员工拥有“资源”，利用个人资源做业绩提升，而非对网点资源进行有效的经营和管理。从分行层面来说，网点业绩仅靠个别人支撑，这样的网点业绩好比堆砌在沙滩上的城堡，当发生人员流动、市场环境变化这样的“潮水”涌过来，都会让城堡坍塌。

过去粗放式的银行网点管理显然已经不适应新常态经济环境的挑战，每个银行网点的资源（含网点物理环境、员工结构及特点、周边客户资源）、存量客户群体都有所不同，不能“一刀切”管理，而应该有所区别，所以对网点效能提升及业绩提升的管理应该“一点一策”，有针对性地进行变革。

## 培训收益：

学会分析网点经营现状，并从中寻找切合本网点的经营策略；

掌握实现网点销售化转型的策略；

掌握提升网点产能的九大抓手；

因地制宜，打破网点业绩瓶颈，建立可持续发展模式。

## 课程大纲：

### 一、 网点片区开发概述

1，什么是真正意义上的网点周边市场开发；

2，银行经营的问题现状；

3，针对存在问题的主要措施；

### 二、 网点周边市场开发的意义和目的；

1，网点周边市场开发的“1373”原则；

2，网点片区开发存在问题及营销思路

3，网点周边市场开发的指导思路

1) 一点一策

4，网点周边市场开发的经营战略 1) 上规模

2) 建渠道

3) 网点活动常态化

5，网点周边市场开发的营销模式

### **三、不同客户群体的开发策略**

1，关注客户的需求

1) 客户的理财生命周期

2) 客户的金融需求

3) 客户的非金融需求

2，政府管辖渠道的建立

3，城镇地区重点客户开发

1) 小企业主客群

2) 代发户客群

3) 高净值客群

4) 儿童客群

4，村镇地区特色客户开发

1) 农商户客群

2) 返乡客群

5，其他特色客群开发

#### 四、 一点一策网点片区开发的营销技巧

1， 排查社区， 建立网点金融生态分析图

- 1) 商圈和社区类群排查（工具及方法）
- 2) 小组研讨：价值分类和资源分类是重点

2， 网点金融生态分析图绘制

3， 资源分析和竞争结构分析是重点

#### 五、 搭建网点平台， 为网点营销铺垫资源

1， 异业联盟的搭建

- 1) 为什么要建立“异业联盟”
- 2) 商户合作谈判流程 3) 商户谈判技巧导入：
- 4) 情景演练：不同类型的商户谈判技巧练习

2， 异业联盟运营法则

- 1) 如何创建平台的“磁性”
- 2) 建立反馈机制，让平台上的“因子”都动起来
- 3) 金融之外做金融，其乐无穷
- 4) 小组研讨：如何构建异业联盟

3， 互联网+的运用思维，激活社区资源

4， 小组研讨：每组设计 2-3 个商户异业联盟方案。

#### 六、 营销活动设计技巧

1， 做好准备工作是成功的开始

- 1) 你的目标客户在哪里？
- 2) 你如何能够接触并营销他们？

2，形式其实很重要

3，让客户乐于上钩

1) 如何防止你的目标客群脱离你的“钩”

2) 客群分类管理，是商业价值体现的“精明”手段

4，营销活动设计的关键点

1) SMART 原理在活动目标设计中的应用

2) 游戏化思维是活动设计出彩的基础

3) 产能的无缝融入是营销活动的妙处

4) 准备充分，是成功的基础（准备流程表）

5) 现场控制五要素

6) 活动的短期目标要和长期目标结合

7) 以终为始，向活动要效益。

## 七、客户类群维护与管理

1，客户营销生命周期的五个阶段

1) 获客期客户的特点和抓手产品

2) 提升期第二产品的构建 3) 成熟期粘性营销体系

4) 衰退期客户的预警和回流

5) 休眠期客户的唤醒

2，不同客群的产品选择和推荐方法

1) 渠道获客的跟进与维护技巧

2) 活动获客的跟进与维护技巧。

3) 陌生客户盘活的技术。

3，案例情景：客户维护之道

## 八、实际练习与操作

1，网点一点一策案例示例

2，分组设计每类网点的执行方案

1) 网点季度营销规划（完成时间）

2) 金融生态图设计方案

3) 搭建商圈平台方案（完成时间）

4) 社区结对子方案（完成时间）

5) 重点价值群营销案设计（完成时间）

3、点评和优化