

【跑马圈地之社区营销】

【课程背景】

客户经理外拓信心不足，见到客户张不开嘴；

客户经理对所在网点周边的环境无法进行判断，区域划分混乱，无法开展工作；

外拓营销的目的不明确，导致工作过程中重点不突出，开发效果不明显；

外拓营销过程中，客户经理分工不明，导致工作中主次不分；

陌生拜访中缺乏方法和技巧，导致效率低下，时长无果而终；

活动涉及客户群体较多，客户经理对于活动主题的选择十分困惑，左右为难；

准备不够充分，一会发现物品准备不足、一会发现细节思考不够周全，常常顾此失彼；

准备充分了，活动进行的也十分顺利，但活动之后却没有看到营销的效果。

以上是客户经理在进行外拓营销活动时经常遭遇的尴尬与困惑，银行营销外拓活动到底该怎么搞？怎样才能搞出效果？

银行外拓活动是将银行的服务触角进行延伸，扩大网点的服务辐射半径，是在高效管理存量客户的基础上，持续获取优质客户有效手段，是银行未来产能的主要增长点。

通过系统分析区域市场的潜力，对周边市场进行有效规划，制定客户开发计划，组织系统的营销活动，开发网点附近片区的企业、商家和社区，实现“三联动”（银企联动、银商联动和银区（村）联动），全面提升银行所在辖区的品牌影响力，提升客户对银行服务及产品的认同度，进而提升市场占有率，最终实现网点产能的提升。

【培训对象】

零售部经理、市场片区经理（外拓人员）、支行零售部负责人等岗位

【培训用时】

2天（12小时）

【课程目标】

- 对银行外拓活动有一个全新的认知；
- 掌握针对六类优质客户的产品组合方案；
- 掌握区域市场开发的关键流程；
- 掌握六类获取渠道的开发技巧；
- 掌握银行外拓活动策划与组织的方法和技巧；
- 掌握银行外拓获取的客户的管理技巧；
- 掌握通过外拓活动来提升银行产能的真谛。

【授课方式】

互动授课、分组讨论、案例分析、课堂练习、实战演练

【课程特色】

实战性强：案例分析、角色扮演；课程中，在每一个阶段的技巧讲授后，都精心设计有案例分析、角色扮演等多种互动形式的实战练习，对这个阶段应该掌握的知识进行强化训练通过这些练习加强学员外拓活动提升产能方法和技巧的掌握。

【课程大纲】

第一部分 片区开发的概述

一、商业银行为什么要开展外拓活动

- 1、同业竞争加剧
- 2、银行零售业务发展的三个阶段
- 3、零售业务经营理念
- 4、零售业务产能之钻
- 5、产能增量的四个来源

二、银行外拓活动基本认知

- 1、外拓活动的目标
- 2、外拓活动的阵地
- 3、何谓“五进六优”
- 4、活动形式选择

三、六类优质客户的产品组合方案，及营销重点

- 1、代发薪客户
- 2、优质法人高管客户
- 3、优质私营商户
- 4、优质三方存管客户
- 5、优质建设项目资金补偿户
- 6、优质高档小区居民户

第二部分 片区开发的行动流程

一、外拓营销的关键流程

- 1、区域市场划分的三个核心原则及排查工具使用
- 2、如何绘制区域金融生态图谱
- 3、收集目标客户的八种方法
- 4、接近目标客户的方法

5、有效识别客户的方法

二、渠道为王—获客渠道的开发

1、企业客户渠道开发

2、商户客户渠道开发

3、社区客户渠道开发

4、机构客户渠道开发

5、校园客户渠道开发

6、商会客户渠道开发

三、营销活动的策划与组织

1、路演活动的策划与组织

2、沙龙活动的策划与组织

3、产说会活动的策划与组织

4、客户关怀活动的策划与组织

第三部分 片区客户的管理

一、片区客户的跟进

1、什么是跟进

2、跟进的类型

3、跟进的方式

4、跟进的技巧

5、跟进的原则

6、如何通过跟进促成营销

二、片区客户的维护

1、什么是客户维护

2、如何分层分级维护

3、不同类型客户的维护技巧

第四部分 讨论、总结
