

网点营销活动策划与组织实施

课程背景：

网点营销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。

营销活动的目的不明确，导致工作过程中重点不突出，开发效果不明显；

营销活动过程中，客户经理分工不明，导致工作中主次不分；

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营销活动时经常遭遇的尴尬与困惑，银行营销活动到底

该怎么搞？怎样才能搞出效果？

课时设计：2天

课程对象：

客户经理、市场片区经理（外拓人员）、支行负责人

课程目标：

对银行营销活动有一个全新的认知；

掌握农行针对六类优质客户的产品组合方案；

掌握银行营销活动策划与组织的方法和技巧；

掌握银行营销活动获取的客户的管理技巧；

掌握通过营销活动来提升银行产能的真谛。

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。

授课方式：互动授课、分组讨论、案例分析、课堂练习、实战演练

课程内容：

第一部分 知识篇——银行外拓营销活动新视野

一、商业银行为什么要开展营销活动

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、银行营销活动基本认知

1、营销活动的目标

2、营销活动的阵地

3、何谓“五进六优”

4、活动形式选择

三、不同客户群体营销活动主题的选择

1、高净资产男性客户

2、高净资产女性客户

3、老年客户

4、高净资产子女

四、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 技能篇——路演活动策划与组织

一、路演活动的目的

二、路演的准备工作

1、硬件准备

2、软件准备

3、前期宣传

4、地点与时间

5、其他事项及准备

三、路演活动的会场布置

1、汽模舞台类

2、节目演艺类

3、其他类

四、路演活动的内容组织

五、路演活动具体流程（大型路演活动）

1、活动前期

2、活动中

3、活动后

六、路演获取客户的跟进

第三部分 技能篇——沙龙活动的策划与组织

一、沙龙活动组织流程

二、沙龙活动的 183231 法则

三、沙龙活动方案设计

1、营销团队确定

2、规模确定

3、时间确定

四、沙龙活动的筹备

1、资料准备

2、客户邀请

3、来宾信息审核

4、主讲嘉宾沟通

五、沙龙活动的实施

1、参会嘉宾确认

2、会场布置

3、流程实施

4、现场会务

六、商务活动的总结及客户跟进

1、场地清理及商务活动资料整理

2、客户跟进服务

3、商务活动总结会

第四部分 讨论、总结