

【引爆产能——开门红营销实务与活动策划】

【课程背景】

各家商业银行都想要在 2017 年的开门红中打一场漂亮的翻身仗，因此将旺季营销的筹备工作提前展开，甚至有些银行早已提前布局、早做筹划，银行各路人马也是摩拳擦掌、蠢蠢欲动，做好了迎接旺季营销到来的准备。

往年旺季营销总是给人雷声大、雨点下的感觉，旺季营销伊始总是下定决心大干一番，结果却是差强人意。做了那么多年的旺季营销，可心中困惑和遭遇的难题依然没有得到有效解决，甚至旧疾未除，又添新患。旺季营销工作中，银行人一直思考：

用什么样的方法和技巧把优质客户吸引到我们银行？

各家银行都在搞，产品同质化、活动同样化，我们今年怎么能搞出新花样？

每年都在搞、无非就是“办业务送礼品”，客户早已视觉、听觉疲劳，对活动产生了免疫力，不为所动，怎么办？

钱也花了，活也干了，搞活动氛围很热闹，但是只开花不结果，业绩却没有增长，问题出在哪里？

看着别人搞的活动效果不错，我们也搞，但效果却天壤之别，结果成了东施效颦，到最后自己都弄不清楚应该怎么搞？

本课程从开门红营销活动策划的角度切入，旨在帮助银行人建立体系化的开门红营销知识架构，提升开门红营销效能，打造差异化的营销竞争力，为开门红的顺利实施保驾护航！

【培训对象】

银行管理及营销岗位人员

【培训用时】

2 天（12 小时）

【课程目标】

- 掌握商业银行开展旺季营销的方法和技巧；
- 掌握银行网点厅堂内营销活动的策划技巧；
- 掌握摆台设点外拓营销活动的策划技巧；
- 掌握开门红期间节庆日活动的策划技巧；
- 掌握走访开发商户、企事业单位、企业客户营销活动策划技巧。

【授课方式】

互动授课、分组讨论、案例分析、课堂练习、实战演练

【课程大纲】

第一部分 旺季营销实务

一、商业银行旺季营销工作现状解析

- 1、为什么要进行旺季营销
- 2、旺季营销的特点
- 3、旺季营销工作面临的困境
- 4、旺季不旺、开门红不红的诟病剖析
- 5、旺季营销到底应该怎么搞？

二、旺季营销抓好产能增量“六类来源”

- 1、产品到期客户
- 2、临界点提升客户
- 3、自然到访客户
- 4、他行策反客户
- 5、源头营销项目客户
- 6、新拓展客户

三、旺季营销做好“六大主线工作”

- 1、前期筹备
- 2、战前动员
- 3、指标下达
- 4、氛围营造
- 5、活动实施
- 6、外拓开展

四、旺季营销办好四类主题活动

- 1、优惠购活动
- 2、客群会员日活动
- 3、客户权益活动
- 4、节庆日活动

五、旺季营销经营好四类客群

- 1、老年客户

- 2、外出务工人员
- 3、个体工商户
- 4、特色种养殖户

第二部分 营销活动策划

一、厅堂获客类活动策划

- 1、开户有礼类活动
- 2、公益优享类活动
- 3、贵宾尊享类活动
- 4、儿童主题类活动
- 5、DIY 体验类活动
- 6、温情传递类活动
- 7、人脉掘金类活动
- 8、资源稀缺类活动
- 9、特色客群专享类活动

二、厅堂吸金类活动策划

- 1、存款有礼类活动
- 2、娱乐趣味类活动
- 3、精品换购类活动
- 4、产品交叉类活动
- 5、价值提升类活动
- 6、邀约沙龙类活动

三、节庆日活动策划

- 1、腊八节活动
- 2、小年夜活动
- 3、除夕活动
- 4、过年七天乐活动
- 5、元宵节活动
- 6、情人节活动
- 7、龙抬头节日活动
- 8、三八节活动

四、摆台设点类活动策划

- 1、暖场类活动
- 2、吸睛类活动
- 3、驻足类活动
- 4、策反类活动
- 5、信息索取类活动
- 6、促动到访类活动

五、优惠购活动策划

- 1、异业联盟对象选择
- 2、特惠商户开发
- 3、广告宣传及消息推送
- 4、优惠购活动保障机制

六、客群会员日活动策划

- 1、贵宾客户会员日活动
- 2、老年客户会员日活动
- 3、商户客户会员日活动
- 4、种养殖户会员日活动
- 5、外出务工人员会员日活动
- 6、代发薪客户会员日活动

七、客户权益日活动策划

- 1、反假币宣传活动
- 2、反洗钱宣传活动
- 3、反非法集资宣传活动
- 4、银行账户安全宣传活动
- 5、个人征信宣传活动

八、外拓活动策划

- 1、企事业单位客户营销活动
- 2、个体工商户开发活动
- 3、企业产说会活动

九、公益形象塑造活动策划

1、精准扶贫类活动

2、慰问走访类活动

3、助寡扶弱类活动

十、课程回顾&总结