

## 【引爆产能——大客户外拓营销】

### 【课程背景】

90年代末国有大银行调整发展战略，在县域经济缩小规模，甚至退出，10多年过去了，时过境迁，目前情况正在逆转，数家国有大行正通过推出涉农产品的方式重返农村金融市场。与农业银行、农信社、邮储、农商行、村镇银行等众多金融机构一起展开市场竞争。那么我们农村金融机构如何在一片红海之下，开拓新的蓝海市场？唯有积极主动“走出去”，不断从“坐商”向“行商”转变，让员工走出去，把客户请进来。选择进社区、进商区、进村镇、进园区、进机关，通过市场细分，更好的满足社区居民、乡镇农户、中小企业、城乡商户、工薪人员等多层次多种类的金融需求，差异化营销才能开辟新的通道。本课程从开门红营销活动策划及实施的角度切入，旨在帮助银行人建立体系化的外拓营销知识架构，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】

网点主任、客户经理等岗位

### 【培训用时】

3天（18小时）

### 【课程目标】

- 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 心智篇——商业银行市场营销理念

##### 一、当代银行业发展趋势

- 1、商业银行发展三阶段
- 2、银行四大发展新趋势
- 3、银行五大差异化模式
- 4、银行新常态六大特征

5、银行业务产能之钻

## 二、银行网点经营理念转变

- 1、从等靠要到主动出击
- 2、从经营产品到经营客户
- 3、从经营网点到经营片区

---

---

## 第二部分 统筹篇——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、产品到期客户资产转化
- 2、临界点客户等级提升
- 3、自然到访客户他行资金归集
- 4、定点策反他行优质客户
- 5、项目资金源头营销
- 6、新拓展客户孵化

### 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

## 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

6、防电信诈骗宣传活动

7、民间理财资金安全宣传活动

## **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

---

## **第四部分 实战篇——深耕四区总体客户开发技巧**

---

### **一、网点周围片区调研**

- 1、确定重点企业、商户、社区；
- 2、摸清客户类型、资源状况；
- 3、收集客户详细资料；
- 4、了解片区内同业渗入的情况；
- 5、确定重点对象，根据客户需求制定可行的营销方案；

## **二、片区开发活动设计设施步骤**

- 1、活动组织策划
- 2、关键人联络沟通
- 3、活动预热造势
- 4、活动现场实施
- 5、活动后续跟进

## **三、深耕商区的技巧**

- 1、商区客户的一般共性需求分析：结算类，融资类，个人家庭投资理财类。
- 2、商区客户的营销拜访流程六部曲
- 3、商户老板的沟通策略技巧
- 4、如何向商户推荐我行优势产品：POS，信贷等业务。
- 5、**演练：走访服装店案例**

## **四、深耕农区的技巧**

- 1、农村客户的特点分析-熟人型社会交往
- 2、农区客户的需求分析：在我行业务，粮食直补，低保，失地补偿等，进一步营销存款业务，贷款业务。
- 3、农区客户的沟通技巧：利用村委会，会计，妇女主任，老党员作为媒介
- 4、农户建档的侧重点：家庭人口，外出务工人员，外出创业人士、中养殖大户等。
- 5、**演练：走访种粮大户案例**

## **五、深耕园区企业技巧**

- 1、对公营销和个人营销的异同分析
- 2、园区企业的拜访模式：陌生拜访，电话邀约，托人邀请，集中营销等
- 3、园区企业金融需求分析：信贷类切入，代发工资切入，釜底抽薪切入，商业联盟切入等。
- 4、公私联动的技巧：对公促个金陌生，个金促对公模式。

## **六、深耕政府机关技巧**

- 1、关系营销，有了关系就没关系，天网、地网、人网的完美结合
- 2、高层切入法与底层渗透法

- 3、借：借力营销，利用第三方合作
- 4、机关客户的营销重点：合作项目，公务员贷款，消费贷款，批量授信。
- 5、大胆挖转他行客户

## **七、深耕学校技巧**

- 1、学校营销合作机会点分析
- 2、学校教师队伍批量营销法：一对多营销活动
- 3、学校学生队伍金融需求分析：生活费，学费，自助取款，外地读书
- 4、学生家长营销价值分析
- 5、**演练：一对多介绍我行产品**

## **八、深耕社区技巧**

- 1、深耕社区的常见问题分析：找人难，产出难
- 2、社区营销方法：中心转介法，合作联盟法，活动促进法，摆摊宣传法。
- 3、社区居民的金融需求：礼品带动，金融知识推广，存款利率优势介绍，个人贷款营销。
- 4、社区活动的实施技巧：抽奖，送礼，运动、促销。

## **九、金融营销流程和关键技巧演练**

- 1、客户识别分析技巧
- 2、建立信任的技巧
- 3、需求挖掘的技巧
- 4、产品介绍的技巧
- 5、异议处理的技巧
- 6、促成业务的技巧

## **十、金融服务进万家客户活动实施技巧**

- 1、活动的定位和价值
- 2、活动的主题选定
- 3、活动的整体策划方案
- 4、活动的现场实施阶段
- 5、活动的后续跟进技巧
- 6、**案例：某农商行贵宾客户活动实施全过程解析**

## **十一、外拓深耕后的客户管理策略**

- 1、客户管理整体设计：
- 2、外拓建档客户的分类技巧：一般关注，重点跟进，定期回访，培植发展。
- 3、按照业务需求：信贷类，存款类，结算类等。

- 4、到访客户有人激发
- 5、意向客户有人跟进
- 6、存量客户有人盘活
- 7、优质客户有人深耕

---

---

[课程回顾与总结](#)

---

---