

《从公众号、二微码、O2O、小额网贷四合一电子银行营销实战》

【课程背景】

随着互联网技术的不断更新完善,以及智能手机应用的逐渐普及,人们生活的世界早已从传统互联网时代悄无声息地过渡到移动互联网时代。新时代的来临,使得大众的媒介接触行为也随之发生相应改变。人们逐渐改变昔日使用电脑上网的习惯,而选择使用智能手机上网获取信息与娱乐。微信作为移动互联网这一时代的必然产物,凭借着自身优势迅速抢占用户市场,并且目前已演变成大量受众生活中不可或缺的一部分。微信营销具有适用性强、选择性强、多元性强、覆盖面广、精准性高这五大优势,对于银行来说,精准把握微营销的优势,为己所用,是一项非常重要的战略举措。

【课程对象】

投资顾问、理财经理、财富管理顾问、金融业人员、产品经理、客户经理、基层主管

【课程时间】

2天,12小时。

【课程大纲】

一、中国移动互联网大趋势

1. 创新
2. 精准
3. 跨界
4. 融合
5. 微信与公众号营销好处
 - A. 批量
 - B. 私密性
 - C. 精准性
 - D. 情感
6. 常用工具
 - A. 摇一摇
 - B. 漂流瓶
 - C. 附近的人
 - D. 朋友圈(重点)
 - E. 微信群(重点)
7. 微信营销的核心运作要点
 - A. 定位
 - B. 微入口
 - C. 微内容
 - D. 微互动
 - E. 微策划

F.微服务

8. G.o2o

9. H.微监控

二、公众号营销的核心运作要点

1.如何打造专属形象

2.如何抢占客户心中排名

3.如何打造专业群

4.如何精耕内容

5.如何借势热点事件

6.如何制造事件营销

7.如何进行病毒式营销

8.如何进行口碑营销

9.如何拓展微关系

10.如何做好客户挖掘

11.如何进行产品销售

三、公众号产品营销大法

10. 互联网营销要点

A. 主题突出

B. 简明

C. 得体

D. 文采

E. 创意

F. 图片

11. 标题篇

A. 通用类

B. 股权类

C. 固收类

12. 内容篇

A. 破冰篇

B. 感情篇

C. 手机银行篇

D. 信用卡篇

E. ETC 篇

F. 理财篇

G. 活动篇

H. 出国金融篇

I. 保险内容前、中、后篇

J. 外汇篇

K. 黄金篇

L. 基金篇

M. 理财工具篇

N. 个贷篇

- o. O2O 联动篇
 - P. 供应链篇
 - Q. 二维码
13. 头脑风暴：订制专属营销策略

四、O2O 供应链连动关键

1. O2O 五大关键
 - A. 原材料
 - B. 生产商
 - C. 批发商
 - D. 零售商
 - E. 消费者
2. O2O 分类六步法
 - A. 衣
 - B. 食
 - C. 住
 - D. 行
 - E. 育
 - F. 乐
3. 案例：招行餐厅 O2O 金融
4. 案例：广发学校 O2O 金融
5. 行动方案产出