

# 《从商贸客户营销管理到活动策划》

## 【课程对象】 -

投资顾问、理财经理、财富管理顾问、金融业人员、客户经理、基层主管、中层主管

## 【课程时间】 -

2天，12小时。

## 【课程大纲】 -

### 一、商贸客群特点与需求

#### 1、商贸客群特性

- A.个体工商户
- B.家庭企业主
- C.中小企业

#### 2、商贸客户特点

- A.个人结算
- B.支付结算
- C.余额沉淀
- D.市场为单位
- E.稳定性 VS 经营状况

#### 3、商贸客户金融需求

- A.收付款
- B.资金周转
- C.投资理财
- D.外汇结算

#### 4、商贸客户价值

- A.手续费收入 (商易通)
- B.沉淀收入
- C.利息收入
- D.间接收益

5、商贸客户规模与成长性

6、同业竞争分析

A.同业优势 VS 商友卡 VS 乐收银 VS 商惠卡

B.我行优势

7、商户维护与发展策略

A.先吸引

B.结算长

C.支付连动

## 二、商贸活动组织推动四要

1、目标聚焦

A.客群一点一策

B.产品组合打造

2、专业营销

A.活动结合需求

B.需求对接产品

C.案例：无锡中行 O2O 获客

3、活动创意

A.魔鬼藏在戏节里

B.暖心创意

4、管理规划

A.计划管理

B.现场管理

C.痕迹管理

D.提交管理

## 三、商贸销售管理七关键

1、销售管理动员

A.沟通大会

B.投标大会

2、销售管理方案

A.营销活动规划前、中、后

B.工具使用与设计

C.销售管理模板

### 3、销售管理目标

- A.时间
- B.任务
- C. MOT 关键时刻

### 4、销售管理动作

- A.岗位营销能力提升
- B.活动组织提升优化

### 5、销售管理过程

- A. O2O 监控
- B.总结报告

### 6、销售管理大战

- A.网点分层分级大乱斗
- B.每月总结
- C.竞赛聚焦

### 7、销售管理奖惩

- A.现金池
- B.秒兑

## 四、商贸销售管理三重点

### 1、日常与过程管理

- A. 每日目标
- B. 目标演练
- C. 幸福钱袋

### 2、周例会与数据分析

- A.业绩总结
- B.抽抽乐
- C.抓到三
- D.工作计划

### 3、月会议与计划

- A.分享与总结
- B.创意奖励
- C.制订方案

## 商贸客群营销策划

1、 头脑风暴:您曾经举办过哪些活动?遇到哪些困难?

2、 情感 VS 理念 VS 理财 三大主题活动梳理

3、 案例: 3 大情感活动大解析

4、 案例: 3 大理财活动大解析

5、 案例: 3 大生活品味活动大解析

## 五、商贸客群营销活动魔鬼训练营

- 1、 成功亲子活动三大关键因素
- 2、 活动 A、 B、 C 三部曲
- 3、 主题调研与魔鬼训练营
- 4、 讲座干货准备
- 5、 拒绝被放鸽子的客户邀约六大心法
- 6、 头脑风暴:如何挑选适合的商品给客户
- 7、 打蛇打七寸，七大环节设定，保证不掉练
- 8、 头脑风暴:灯光美气氛佳
- 9、 掌握地利，未战先赢