

# 《从亲子客群组织推动管理到活动策划》

## 【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】 -

1天，6小时。

## 【课程大纲】 -

### 一、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

### 二、支行层面销售管理七关键

#### 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

### 三、网点层面销售管理三重点

- 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

### 亲子客群营销策划

- 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 大亲子情感活动大解析
- 4、 案例: 3 大亲子理财活动大解析

## 5、案例: 3 大亲子生活品味活动大解析

### 四、亲子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