

《银行网点精准营销、员工激励管理、客户分层维护、三合一经营策略》

【课程背景】

在“大数据”时代背景下，各家商业**银行**都在拼抢主动权，争夺数据资源，旨在精准营销产品。面对日趋激烈的行业内部竞争及互联网金融带来的冲击，商业银行继续一种更为精准的营销解决方案。与传统的上门营销、电话营销，甚至是扫街营销等方式相比，精准营销可节约大量的人力物力、提高营销精准程度并减少业务环节，无形中为商业银行节约了大量的营销成本。

【课程对象】

后备干部、基层主管、支行负责人

【课程时间】

2天，12小时。

【课程收益】

1. 了解行业最新动态
2. 掌握大数据的原理与应用
3. 通过分析市场数据，制定优化客户关系的计划
4. 运用现有大数据，设计闭环营销流程以持续改善营销效果
5. 帮助金融条线的关键岗位提升营销管理决策力

【课程大纲】

一、网点定位

1. 大数据的概念
2. 大数据的意义
 - A. 客户管理
 - B. 营销管理
 - C. 风险管理

3. 大数据背景下未来银行发展趋势
 - A. 未来银行业更倾向于零售营销
 - B. 未来银行业更倾向于科技创新
 - C. 未来银行业更倾向于数据分析挖掘
4. 网点定位
 - A. 城区
 - B. 公私联动
 - C. 财富中心
 - D. 个贷中心
 - E. 乡村网点
5. 考核目标管理
 - A. 客群
 - B. 服务
 - C. 岗位
 - D. 功能区

二、网点的经营策略

1. 差异化
 - A. 产品组合
 - B. 服务
 - C. 人才素质

D.网点文化

2.营销行动方案

A.外拓

B.小区

C.批量

D.电话

E.面访

3.执行与追踪管理

A.厅堂连动

B.阵地营销

C.过程化

D.结果化

三、大客户经理维护/客户分层管理

1. 客户分群方式

A.专业人士

B.企业主

C.白领

D.富裕家庭

E.老年客户

F.退休客户

2.客户属性分析与营销策略

A.方便性

B.地缘性

C.目的性

四、员工激励管理

1. 内地的未来发展
2. 八大核心竞争力
3. 头脑风暴：如果你是老板，你喜欢什么员工
4. 头脑风暴：如果你是主管，你不喜欢员工工作什么事
5. 职业发展 VS 终身学习

6. 头脑风暴：激励自己成为公司的中流砥柱
7. 写下你的今年工作计划与人生计划
8. 如何将年度与人生计划实现