

# 《运筹帷幄-从支行营销管理规划到全方位行动学习 执行策略》

## 【课程对象】

支行长、中层主管

## 【课程时间】

1天，6小时。

## 【课程大纲】

### 一、支行短、中、长期发展规划与行动学习

分组PK与积分竞赛

#### 1. 条块结合的管理模式

- A. 总行战略
- B. 分行战术
- C. 支行执行
- D. 团队执行

#### 2. 全方面营销体系

- A. 客户分层
- B. 渠道经营
- C. 新客户开拓

#### 3. 案例：条线产品体系解析

#### 4. 支行营销三级阵地

- A. 一级阵地：阵地营销
- B. 二级阵地：渠道升级
- C. 三级阵地：交抽营销

5. 行动学习：方案产出

## 二、支行短、中、长期发展规划与行动学习

1. 区域经济环境分析及预判

- A. 机遇与挑战
- B. 经济情形分析
- C. 金融环境分析
- D. 支行定位

2. 业务目标

3. 目标市场及客群分析

- A. 居民客群
- B. 产业客群
- C. O2O 客群

4. 客户维护和服务创新机制建设思路

- A. 创新机制
- B. 用人机制
- C. 产品机制
- D. 科技支承
- E. 流程优化

5. 机构布局计划

- A. 渠道建设

6. 团队管理及建设思路

- A. 用人机制
- B. 培训与学习机制

C. 支行文化

7. 客户开发方案规划

A. 理财沙龙

B. MGM

C. 渠道展业

D. 异业联盟

E. 存量提升

F. 交叉营销

G. 阵地营销

8. 案例：广发银行拆迁户与阵地营销

9. 行动学习：方案产出

### 三、绩效导向行动学习

1.行动学习五关键

A.绩效 VS 培训

B.计划创新

C.虎头蛇尾

D.回去不动

E.落地优化

2.行动学习四点理解

A.小组发展

B.潜能发挥

C.深刻反思

D.探索解决

3.行动学习六要素

A.问题

B.催化师

C.学习承诺

D.付诸行动

E.质疑与反思

F.小组

4.行动学习七角色

A.发起人

B.招集人

- C.催化师
- D.小组成员
- E.问题发起人
- F.陈述者
- G.专家

5. 行动学习成功条件

6.行动学习工具与案例研讨

- A.头脑风暴(行动方案呈现)
- B.焦点讨论法 ORID (工具打造)
- C.世界咖啡(问题发现)
- D.重要紧急矩阵(高效处理问题)
- E.收益难易矩阵(高效完成任务)