

《直销银行成功方程式大解析》

【课程对象】

金融业人员、客户经理、基层主管、支行负责人、分行行长

【课程时间】

2天，12小时。

【课程收益】

1. 互联网是“直销银行”发展的“助推器”，而现时中国飞速发展的互联网技术和国人消费观念的转变，是引入直销银行概念的重要契机。
2. 银行谋求发展必须要进行发展模式的创新和变革。国外直销银行的兴盛启示，
3. 充分利用现代信息技术，借助互联网开展业务，降低成本，回馈、吸引客户，具有广阔的市场前景。
4. 随着利率市场化进程逐步加快，人民银行自2012年6月起允许存款利率上浮10%，2013年7月20日起全面放开金融机构贷款利率管制，大大加快金融变化。
5. 国内利率市场化工作正在稳步推进，利率完全放开指日可待，为直销银行的发展创造了良好的市场环境。

【课程大纲】

一、直销银行战略方向

1. 分组PK与积分竞赛
2. 从直接营销到直销银行
3. 互联网与利率市场化的影响
4. 国内外直销银行发展历程
5. 直销银行与商业电子银行的差异
6. 组织架构、产品设计、营销方式、安全性、渠道整合与传统银行差异
7. 直销银行竞争动力所在
8. 监管机构怎么说

二、中国直销银行发展方向梳理

1. 竞争对手在做什么
2. 直销银行的主要战场在哪？
3. 直销银行主要业务
4. 渠道推广策略
5. 客户在哪？
6. 客户受众分析
7. 直销银行定位问题
8. 直销银行四大营销规划
9. 节令营销
10. 季度营销

11. 实施计划

12. 效果测评

三、国内外直销银行案例解析

1. 直销银行命名分析

2. 汇丰银行：First Direct

3. 荷兰 ING：ING Direct

4. 民生银行：直销银行

5. 平安银行：平安橙子

6. 百信银行：互联网+

7. 市场环境与政策造就不同的直销银行

8. 案例：不同区域客户采用不同策略

四、未来发展与建议

1. 互联网创造更多可能

2. 现阶段发展方向建议

3. 直销银行三大发展方向