

《证券业会议营销规划与渠道开发拓展》

【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。

【课程收益】

1. 体检营业部、网点团队主管的角色与工作重点；
2. 了解如何打造高绩效（渠道）团队，把握零售业务渠道的制胜关键；
3. 掌握片区营销规划的步骤与方法，设计具有针对性的金融产品与服务组合，规划渠道合作方案；
4. 明确便捷式服务的特色与业务切入点，制定营销策略；
5. 培育营销渠道与流程的创新能力提升客户体验。

【课程大纲】

一、打造高效财富中心、外拓（渠道）团队

- 1、分组PK与积分竞赛
- 2、外拓（渠道）主管的角色与工作职责
 - A.社区渠道规划与开发
 - B.居民社区的客户拓展
 - C.渠道业务制胜关键
 - D.渠道业务销售重点
 - E.了解你的客户
 - G.如何婉拒条件不佳的客户

二、突出区位优势，强化开发的规划能力

- 1、社区开发的调研
 - A.根据区位特点与金融需求的片区分类
 - B.目标客户的分析与价值诉求
 - C.社区金融案例演练与分享
- 2、社区开发的策略规划
 - A.设计营销服务组合与流程
 - B.渠道的规划
 - C.第三方异业结盟/互惠协销的建制

D.渠道案例分享

3、社区业务联动的交叉营销渠道

A. 财富中心业务联动（客服总监、财富中心总监、投资总监）

三、贴近客户，依托居民社区便捷式服务深耕市场

1、居民社区便捷服务的战略定位与特色

2、外拓（渠道）团队对便捷服务的价值实现

3、居民社区财富中心业务的渠道切入点

4、居民社区财富中心业务的成功案例分享

A.美国富国银行（Wells Fargo）

B.金融便利店 = 拓展示场

四、持续创新，提升客户的产品体验与粘性

1、渠道创新的价值与方法

A. 财富中心转型

B.如何锻炼渠道创新的能力

2、财富中心渠道创新分享

案例研讨：渠道创新案例

五、举办会议营销跟我这样作

1. 头脑风暴:您曾经举办过哪些活动?遇到哪些困难?

2. 头脑风暴:理财沙龙的形式

3. 情感 VS 理念 VS 理财 三大主题沙龙梳理

4. 案例: 3 大情感沙龙大解析

5. 案例: 3 大理财沙龙大解析

6. 案例: 3 大生活品味沙龙大解析

六、沙龙魔鬼训练营

1. 成功沙龙三大关键因素

2. 沙龙活动 A、B、C 三部曲

3. 首部曲: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
10. 头脑风暴:如何未战先赢
11. 我准备好了，你呢？

七、创意沙龙与成交艺术

1. 二部曲:魔鬼藏在细节里之牢抓两感受
2. 8大创意签到，让客户一进门就有不同体验
3. 开场破冰必备技巧
4. 活动中5大“要与不要”
5. 成交艺术-从众法则与假设完成式
6. 头脑风暴:设计自己的话术
7. 三句话营销与四促成
8. 促成环节应留意四要点

八、大数据分析提高未来成功率

1. 三部曲:客户追踪与总结评估报告
2. 如何埋下未来营销伏笔？
3. 头脑风暴:成功之匙
4. 有效的问卷
5. 展开3个月黄金追踪
6. 头脑风暴:看看过去想想未来

7. 沙龙关键四周回顾
8. 制作沙龙专业报告
9. 客户反馈梳理