

# 外拓营销、两扫五进与活动策划

第一部分：外拓营销总论

第一章 外拓营销概述

第二章 集中外拓营销操作流程

第二部分 集中外拓营销目标客户与获客方式

两扫：扫街；扫楼

五进：进商区，进社区，进园区，进机关，进

农区

第一部分：外拓营销总论

第一章 外拓营销概述

课堂培训+实战辅导+总结点评

- 一、银行营销主要方式
- 二、外拓营销分类
- 三、为什么要进行外拓营销
- 四、外拓营销主要任务

## 五、集中外拓营销注意事项

## 六、集中外拓营销基本要求

### 一、银行营销方式

(一) 柜面营销。通过柜面宣传推销产品。

(二) 电话营销。打电话向客户推销产品。

(三) 网络营销。手机短信；微信、QQ等方式营销。

### (四) 委托营销

1. 委托企事业单位；推荐薪资员工个人贷款

2. 委托商会、协会、专业市场管理方，推荐小微商户贷款

3. 委托村干部；推荐农户贷款。

### (五) 外拓营销

外拓，顾名思义，外部拓展，主动营销。通过主动走出去，直接面向客户营销，通过“陌拜”、“路演”“宣讲会”等方式，以金融服务进商区、进社区、进机关、进园区、进农区”，对外部开展增量获客、存量维护的营销方式。

不同地方对外拓营销叫法不同，有点地方叫“两扫五进”；

有的地方叫“五个挺进”，有的地方叫“深耕四区”不论怎么称呼，最终的目的就是获客。

外拓营销是众多有效开拓客户方法中的一种方法，也可以说是最简单最笨的一种方法，但同时也是最有效的一种方法。

## 二、外拓营销分类

### （一）集中外拓营销

集中组织营销由总行及支行统一组织策划。主要根据特定目标市场，确立营销模式和营销产品。

集中外拓营销，以收集办理业务资料和业务合作意向为前提，短期以建立良好关系为目的，长期以提升业务指标数据为目的。

#### 1．总行集中组织外拓营销

#### 2．支行集中组织外拓营销

各支行网点，根据实际情况，参照总行集中营销模式，自主决定集中外拓营销方式、营销对象和营销产品。

各支行集中组织外拓营销，每月不低于2次，并按照集中营销的记录和跟进要求，于每月底向总行业务管理部报送信息登记表和其他资料。各网点要做好内外勤人员的合理搭配，尽量实现双人外访，以保证外拓营销质量。

## （二）自主外拓营销

客户经理自发走出去、深入客户进行营销

1．登门营销

2．陌生拜访

## 三、为什么要进行外拓营销

### （一）农商行面临严峻挑战

1．金融脱媒：直接融资增多，更企业通过发行股票、债券募集资金

2．利率市场化。存款成本在增加，贷款客户议价成分增多，利差在缩小。

3．市场竞争的加剧：银行越来越来，民营银行兴起；国有大银行、股份制银行网点向县域及农村延伸。

4．客户购买金融产品，多家银行比较。

一是讲方便；

二是讲成本；

三是讲感情。

### （二）农商行发展现状

1．优势

(1) 经营自主，贷款审批速度快。

农商行以市县为单位统一法人，贷款权限按资本金比例控制，比大型银行的市级、省级分行权限还要大。而且审批链条短，办贷效率高。

(2) 网点遍布城乡，具有“熟人经济”优势

(3) 本土银行，获政府支持。一是农商行法人，总部注册在当地。二是农商行税收上缴地方政府。三是组织的资金主要用于支持本地经济发展，更容易得到政府的资金支持和政策倾斜。

2.不足：

(1) 品牌不如他行

(2) 资本、资金实力弱小

(3) 网络科技落后

(4) 信息不够灵敏

(5) 高端人才不足

结论经：农商行属于地方性、区域性银行，资本实力、资金实力、监管约束，不允许将资金投向全国性大企业、大项目，只能面向县域经济、面向中小企业、面向“三农”

寻找客户，只能把市场定位在农区、商区、园区、社区和机构客户区方面。

### (三) 农商行金融营销存在的问题

- 1．习惯等客上门，借款人求银行。但很多主动求银行贷款的人却不符合条件
- 2．很多老客户在其他银行的争夺下，面临流失的可能。
- 3．许多新客户对银行产品和服务不够了解。

### (四)外拓营销好处

- 1．改进服务：变坐商为行商。
- 2．提升业绩：集中组织营销，集中人力、物力、财力，在短时间内，业绩会有较大突破。
- 3．拓展合作空间：加强银行与客户交流，彼此增进了解，加强合作。
- 4．联络感情：增进银行与客户感情，维护老客户，发掘潜在客户
- 5．提升技能：探索营销方法和规律，提高客户经理营销技能。

#### 四、外拓营销主要任务

(一) 建立客户档案。

(二) 现场营销业务产品。

(三) 签订意向性协议。为以后销售产品做好前期准备。

(四) 收集客户需求。为创新产品和服务，提供第一手资料。

(五) 建立和巩固业务合作关系。有效稳住老客户，吸引新客户。

(六) 了解辖区内同业渗入情况，为制定竞争策略收集信息。

#### 五、集中外拓营销注意事项

(一) 针对商区、社区、园区、农区、机关等不同的客户群体，制定不同的营销对策。

在每次集中外拓时，不可能全面铺开，可突出其中一区，一般来说，对商区集中外拓效果较好，其次是农区。

(二) 人员组成和分组是整个项目中关键。

如果分组与人员搭配不到位，会大大影响营销项目开

展效果。人员组成建议：柜员、零售客户经理、对公客户经理、支行或网点负责人 4 人组成一个小组。

柜员参与很重要。柜员通过几天的项目参与，回到支行或网点后服务意识，营销意识倍增，以后客户干他们维护。

在辅导的过程中曾经有一位柜员在进商圈的外拓过程中出现了这样的情形，当小组其他成员都进去开发一个结算客户的时候，她在门口不进去，问她原因，支支吾吾的说，她曾经和这位客户吵过架。指导老师告诉她，因为吵过架才更应该进去，这也是银行赢回客户的很好机会，经过反复沟通最终进到商户店里。商户见到这位柜员进去后，起身指着这位柜员姑娘说，我认识你，当初在你们银行与你发生不愉快，是当天我家里有急事，当时情绪太好，真不好意思。听到客户说这样的话，银行柜员小姑娘也连忙表示歉意，一阵寒暄后客户说真是不打不相识，最终办理了几项业务。

### （三）合理构建产品组合。

外拓活动开展就如上战场打仗一样，方案是战略、产品是战术，战略战术完美结合才能见奇效。外拓必须实行

交叉营销，多种产品进行组合。如贷款产品、存款产品、电子银行产品、信用卡产品等。在营销中，可以突出营销一种或两种产品。

## 六、集中外拓营销基本要求

### （一）服从安排

每个外拓小组都要服从外拓办统一安排。

严禁弄虚作假、敷衍充数。

### （二）规范行动

外拓营销过程中必须规范着装，佩戴工号牌、绶带，携带名片、记录表、笔、Logo 手提袋等物品。

### （三）严肃纪律

#### 1 . 培训纪律

（1）参加培训人员统一着装。

（2）不得迟到、早退。特殊情况直接向领导小组组长请假，擅自缺席，按旷工处理。

（3）会场保持安静。不得大声喧哗、随意走动、乱丢垃圾、禁止吸烟，通讯工具保持关闭或静音状态。

(4) 认真听课。注意力集中，做好笔记，不得做与培训无关的事。

## 2. 外拓纪律

(1) 严禁迟到、早退

(2) 严禁营销过程中擅自离岗

(3) 严禁消极怠慢

## (四) 严格考核

### 1. 考核原则

基金保证，团队挂钩，依分计奖

### 2. 设立激励基金

将外拓人员本次培训及外拓下乡补助集中，预计每人200元，单位在本次培训费中匹配200元，平均每人大约400元用于奖励。

### 3. 依分计奖

外拓办公室采取正向加分和负向减分的积分原则，统计每组汇总得分和总得分情况，计发奖金，每组奖金= $(\text{总奖金额}/\text{总分数}) * \text{各组分数}$

各外拓小组成员的外拓营销情况，应与所在网点员工绩效挂钩。

#### 4 . 统一标准

外拓营销考核按照积分，综合评定，制定具体评分标准。各项业务考核条件为：

(1) 客户建档：以客户身份证号、客户手机号和走访情况备注为必要三要素，其他各要素要求尽量齐全。

(2) 当日完成业务：需提供客户办理单据复印件等。

其中：借记卡，以开卡成功为准。

(3) 需要一定时日办结产品：贷款、贷记卡、POS机安装、扫码等，收集全部相关资料及单据视为成功办理；单据或抵押资料不齐全视为意向。

① 贷记卡：以收齐个人身份证、结算账户复印件+贷款申请书等资料为准。

② 代发工资或其他批量性业务：以收齐员工、企业信息为准。

(4) 意向预约业务：需在客户信息调研表上填写，并促成客户签字为准。

## 第二章 集中外拓营销操作流程

### 一、集中外拓营销总体安排

### 二、前期调研

### 三、建立团队

### 四、充分准备

### 五、室内培训

### 六、外拓实施

### 七、总结表彰

### 八、后续跟进

### 集中外拓营销总体安排

共计 5 天，具体安排如下：

第一天，相关准备

1. 辅导老师进驻银行调研。

与银行主要负责人座谈、商讨，针对外拓营销范围、主要内容、组织安排达成共识。

2 . 召开网点负责人调研会议，安排做好相关准备工作

3 . 准备相关物资：宣传服装、宣传牌、宣传标语、小礼品等

第二天，誓师大会、外拓营销方法技巧培训

第三至五天，实战现场营销

重点放在人口、商户集中的城区商业街区；重点集镇

### 一、前期调研

(一) 召开外拓网点负责人会议。安排各网点对辖内外拓营销区域，进行调研。

1 . 确定此次外拓的客户群体：小微企业，个体工商户、城区机关、学校、医院

2 . 确定此次外拓营销的客户地理区域。

3 . 确定本次外拓营销客户先后顺序。

(二) 总行综合汇总各网点调研情况，最终确定外拓营销对象。

(三) 各网点对总行本次最终确定对象，做好准备，迎接外拓。

1. 安排本网点配合引导人员。本网点在外拓营销中应发挥主导作用。

2. 对客户发短信、打电话，提前通知外拓对象。集中外拓时客户有所准备。

## 二、建立团队

### (一) “外拓营销”领导小组

组长由总行董事长或行长或分管业务班子成员担任，成员由相关部门负责人担任。领导小组办公室可设在业务管理部。

主要职责：

1. 制定外拓营销方案
2. 费用签报
3. 宣传资料样本
4. 人员安排：抽调、分组、调度
5. 安排好集中培训老师及外拓指导老师
6. 集中组织培训
7. 监督营销过程

外拓办监督各外拓小组的营销行为、营销进度和营销效果，搜集各小组营销数据，确立营销积分，评判考核结

果。要对各个环节做到公平公正、事实求是的监督，严格执行考核制度，通报工作懈怠的小组成员。

8．每天组织集中通报会：评估营销效果、统计营销数据。

9．实施目标考核。外拓结束，组织召开表彰会议。

10．建立外拓营销微信群，搭建交流平台。

## （二）外拓营销后勤支持小组

组长由分管后勤的分管领导担任，后勤支持小组办公室设在办公室。

主要职责：

1．人员食宿

2．集中培训会场安排

3．交通工具

4．营销礼品采购与分配

5．宣传资料

## （三）外拓营销若干工作小组

“外拓营销”工作小组，由部门负责人、支行行长（含主持工作的支行副行长）、分理处主任、会计主管、电子银行协管员、客户经理和部分信贷员组成。

主要职责：负责外拓营销的具体实施工作，完成外拓营销任务。

### 三、充分准备

由领导小组办公室和后勤支持小组，根据各自职责，提前做好外拓营销相关准备工作。

（一）制定外拓营销方案及费用签报。提交行办公会审议决策。

（二）制着宣传资料，准备精美小礼品。

后勤支持小组根据外拓办公室列出物料清单及营销礼品，由在培训前完成准备工作。

（三）安排好交通工具、打印设备等工具

（四）联系人员食宿、集中培训会场安排

（五）安排好集中培训老师及外拓指导老师

（六）下发通知，抽调人员，并进行分组

依据各支行网点、部室基本情况，在保证各项基础业务工作正常运行的前提下，在培训前，确立最终人员分组名单，确定好大组长和组员（3人一小组，10人左右一大组，可根据参训人员多少调整），打印好分组片区通讯录。

#### 四、室内培训

召开由全体外拓人员参加的外拓誓师大会，激励员工士气，树立必胜之信心。

##### （一）誓师大会

- 1．领导分配本次外拓营销任务，作动员，鼓舞士气。
- 2．各小组负责人表态发言。
- 3．领导带领员工高呼口号，坚决完成目标任务。提振士气。
- 4．领导带领员工宣誓，不达目的誓不休

##### （二）专业老师讲授外拓营销知识与营销方法技巧

#### 五、外拓实施

一天外拓营销流程：

## （一）早上晨会

- 1．物料发放（宣传资料、小礼品）。
- 2．集体宣誓。
- 3．领导讲话。战前动员，鼓励小组完成目标。
- 4．整队出发。

## （二）逐户走访

- 1．按照扫街扫楼方式，逐个街区、逐户营销
- 2．外拓办在微信群，适时通报各组营销进度。对取得成绩的小组给予鼓励，领导在微信中给予祝贺。
- 3．领导及辅导老师深入各组进行巡查指导，帮助解决营销中的问题。
- 4．网点门柜人员做好配合，严格按照规定办理相关业务手续。
- 5．客户答谢标准：
  - （1）活动期间，每上门拜访一位客户，即送小礼品一份。
  - （2）活动期间，客户办理5万元以上（含5万元）定期存款，或成功开通并使用手机银行、网上银行、银行卡、短信通知，即送精美礼品一份。

(3) 活动期间，商户成功办理本行 POS 机安装，即送高档礼品一份。

### (三) 晚上夕会

#### 1. 汇总小组成绩

外拓办通报当天战线，表扬先进，就第二天外拓工作，提出要求。

2. 各小组分享外拓营销经验，提出存在问题

3. 老师针对外拓中遇到的问题，集中解答。

## 六、总结表彰

根据各小组积分情况，评出先进，给予表彰

(一) 表彰先进小组和个人，发奖金，证书

(二) 外拓代表发言：个人总结，感悟体会

(三) 老师总结：本次外拓经验归纳，指出不足

(四) 领导总结讲话。公布战绩，表扬，鼓励

## 七、后续跟进

在总行及支行集中组织营销结束后，相关支行及客户经理根据集中组织营销结果，对有业务办理意向的特定目

标客户，进行后续跟进，直到业务办理完毕。这是集中营销的持续和补充。

集中组织营销，必须与后续特定客户跟进营销相结合。集中组织营销的作用真正发挥，在于后续跟进。

(1) 集中组织营销结束后，营销小组应与相关支行及客户经理办好交接。

(2) 相关支行及客户经理对集中营销小组移交客户情况，再次进行分析评估，制定跟进营销方案。

(3) 实施跟进服务。记录每次跟进营销的结果和下一步处理事项，最终达成产品营销或业务合作的目标。

(4) 定期向集中营销组织单位，上报跟进情况。业务管理部门应根据集中营销材料，持续监督后续跟进服务进度，直至跟进终止。

## 第二部分 集中外拓营销目标客户与获客方式

两扫：扫街；扫楼

五进：进商区，进社区，进园区，进机关，进农区

## 第一章 进商区

一、商区在哪里

二、商区主要客户群

二、商区主要客户群

商区重点客户：小微企业

(一) 大型商贸物流企业。如仓储公司、物流公司、批发公司。

(二) 大型商场超市

(三) 核心企业上下游客户

(四) 专业市场商户

(五) 沿街散户

(六) 房地产公司

(七) 进城务工农民

三、商区营销重点

三、商区综合营销重点

(一) 电子银行类

(二) 存款类

(三) 个人投资理财等产品。

(四) 贷款类

#### 四、商区集中外拓营销获客方式

(一) 重点走访

1. 走访大型商家

2. 走访专业市场管理方、商会、协会

(二) 商区沙龙营销（会议营销）

各组分区分类召开联谊与产品推介会议：介绍金融产品；批量签约授信，放贷吸存；联络感情。

1. 集中组织辖内中小微企业商户、个体工商户，批量营销会议。

2. 专业市场管理方、商会、协会牵头，组织召开辖内商户，批量营销会议。

3. 大型商家牵头，集中组织召开商家员工会议，批量营销个人金融产品。

(三) 商区摆摊营销

对沙龙集会预约业务，既可通知客户到网点办理；也可派人到客户单位、居民点，定点摆摊为客户办理。

摆摊地点，根据需要灵活选择：

1. 利用商家会议室，定点（摆摊）向零售商及员工营销
2. 在大型商场室内，摆摊营销
3. 在大型商场门前，摆摊营销
4. 在商业人口集中的活动广场，摆摊营销
5. 在商业闹市街边，摆摊营销

#### （四）扫街扫楼（两扫）

先做沙龙集中批量营销、定点摆摊营销，然后按照扫街扫楼方式，对漏网户、需要进一步落实户，逐个街区、逐户营销。

对沿街商户、楼宇商圈、批发市场、物流园、菜市场、商会协会、专业市场及园区管理方等，逐户登门，进行扫荡式营销。

### 五、商区集中外拓营销技巧

#### （一）商区合作营销

#### （二）商区业务创新营销

## 第二章 进社区

## 一、社区在哪里

社区就在你身边，实体就是一个一个的居民生活小区。

## 二、社区客户主要营销对象

## 三、社区客户主要金融产品

## 四、社区金融服务障碍

## 五、社区集中外拓营销主要获客方式

### （一）合作营销

1. 与社区居委会、物业公司及相关单位合作
2. 与社区门口房屋中介、洗衣店、美容店等服务机构合作

（二）沙龙营销：组织社区居民聚会活动，宣传金融产品，现场签约。

### 社区沙龙地点选择

- （1）社区门前或院内小广场
- （2）社区居委会或物业小型会议室。
- （3）将社区居民重点客户请到银行网点会议室。

（三）社区摆摊营销：在小区门口、人口居住集中区，摆摊宣传金融产品。

(四) 社区路演营销：在大的居民区，搭台表演节目，宣传金融业务，现场吸引客户购买银行产品，现场签订意向协议。

### 第三章 进园区（工业）

#### 一、产业园区概述

#### 二、园区营销应注意的问题

#### 三、园区营销主要目标客户群与客户开发路径

(一) 有选择的支持优质重点大中型企业

(二) 重点支持园区小微企业

(三) 以园区大型企业为核心，开发上下游产业链、供应链、物流链客户。

(四) 为园区企业提供非融资服务，如存款开户、转账结算、汇出汇入、工资代发、其他代收代付等。

(五) 围绕园区企业，开发园区职工个人金融客户。

#### 四、园区集中外拓营销方式

##### (一) 重点走访，合作营销

1. 与发改委、经信委、招商局、税务局等职能部门对接。

2. 走访园区市场管理方（一对一会谈），寻求合作营销

3. 走访园区国有大型企业、上市公司、优质核心企业（一对一会谈），寻求合作

3. 走访园区国有大型企业、上市公司、优质核心企业（一对一会谈），寻求合作

##### (二) 园区扫厂营销

对园区企业逐个上门访问，了解园区各家企业生产经营情况。

##### (三) 园区沙龙营销（会议营销）

##### (四) 园区摆摊营销

## 第四章 进机关

### 一、政府机关

(一)政银合作对政府与银行的好处

(二) 政银合作的重点

### 二、学校

(一) 学校贷款好处。

(二) 学校信贷产品

(三) 向学校营销金融产品方法

### 三、医院

(一) 医院类型。

(二) 医院贷款好处。

(三) 医院贷款产品。

## 第五章 进农区

### 第一节 春季农区营销重点客户群

#### 一、农村小微企业（个体工商户）

二、外出务工农户

三、农村一般农户

四、农村新型经营主体与新业态

五、农村各类企业

六、农村行政事业单位（政府、学校、医院）

## 第二节 农民工金融服务

一、农民工创业特点

二、开展农民工金融服务的好处

三、农民工异地创业贷款

四、农民工异地创业综合金融服务

五、异地农民工金融服务操作流程

六、支持农民工返乡创业

## 第三节 整村授信金融服务

一、什么是整村授信

二、为什么要实行整村授信

三、如何开展整村授信