

## 课题：理财沙龙演绎技巧 1-2 天

### 课程背景：

银行分支行通过开展网点沙龙活动，可以促进业务的持续增长。每年一度的“双十一”都会创造出巨大的销售量，银行的旺季营销都会完成半年以上的任务量。这都是运动式市场活动带了的业绩爆发式增长，本课程从银行活动的目的，举办什么主题的活动，如何举办成功的市场活动等展开讲解，可以迅速帮助学员提高举办活动的效果。实用性强，易于复制和操作。李老师每年亲自主办主讲银行银行沙龙活动达数十场，为学员庖丁解牛，让活动实施者少走弯路，迅速提升活动效果。

### 课程大纲：

#### 一、银行网点沙龙活动的难点分析

- 1、活动定向不准确
- 2、活动邀约不到位
- 3、活动准备不充分
- 4、活动现场不热闹
- 5、活动结束后无跟进

#### 二、商业银行做市场活动的定位和意义

- 1、提供客户满意度
- 2、产品销售的方式
- 3、客户交流平台
- 4、客户转介绍活动
- 5、宣传造势行为

#### 二、银行营销活动的价值与类型

- 1、按客户规模分类划分
- 2、按照举办地划分
- 3、按照活动目的划分

4、按照举办主体划分

### 三、如何举办成功的批量获客营销活动

#### 1、营销活动的成功因素-18323 原则

研讨：客户活动的时间安排细节

#### 2、营销活动的流程：前置、事中与事后跟进

#### 3、营销活动的前置工作——策划与预热

##### 1) 营销活动的策划要点

-女性客户活动、老年客户活动、亲子活动、节日活动策划要点

-市场活动的第三方合作模式探索

案例：交通银行财富三进活动

案例：节日营销系列活动

案例：六一儿童节活动设计

案例：女性客户系列活动

##### 2) 营销活动的预热

--利用多渠道预热造势：网点宣传渠道、微信平台、合作伙伴、客户朋友圈

##### 3) 如何邀请客户

营销活动的准备工作表

工具：客户邀请流程和短信 话术模板

#### 4、营销活动的事中工作

1) 使用理财营销活动的标准流程举办小型理财营销活动

2) 营销活动突发事件的处理

3) 营销活动气氛的塑造：座位、场气、灯光与温度等

4) 营销活动的高品质服务：茶点与服务

- 5) 高成交推介会的成功 3+1 模型
- 6) 营销活动中的专业推崇环节的设置
- 7) 活动现场实施常见问题

## **5、理财营销活动的后续追踪——获得成交的关键**

- 1) 有效跟进的节奏感--黄金 72 小时
- 2) 设计有效的客户问卷
- 3) 回访目标分类
- 4) 客户跟进的小技巧
- 5) 客户跟进的话术

## **6、理财营销活动后的评估与总结**

- 1) 图文并茂原则
- 2) 借助媒体宣传造势
- 3) 内部总结推广

## **7、活动效率管理技巧**

- 1) 活动的时间管理-甘特图
- 2) 活动邀约成功率-电话量与邀约流程
- 3) 活动现场信息收集率-签到与调查表
- 4) 现场客户销售成功率-现场销售环节（产品、促销）
- 5) 现场客户互动效果-活动设计与主持能力
- 6) 后续跟进效果-跟进话术与时间管理

## **8、课堂演练**

场景一：请学员组织一场微沙龙

场景二：请学员介绍我行金融产品

