

商业银行批量获客营销策略

课程收益：

在传统经济时代，批发生意一般比零售生意有更多的利润，在移动互联的时代，银行业务发展更是如此。面对激烈竞争的市场如何实现零售业务批发做是很多银行非常关切的问题。通过本次培训课程可以帮助学员掌握常见批发式营销的技巧，显著提升分支行营销效率。

授课对象：

分支行主管经理、支行行长和客户经理

课程大纲：

一、批量营销与单户营销的对比优势

1、批量营销的定义

细分市场要在对区域金融业务市场全面了解的基础上进行形成批量开发方案或实施名单制销售。

2、批量营销与单户营销的对比

3、批量营销的优劣势分析

二、批量营销的常用策略

一) 小额贷款的批量营销策略

- 1、政府与机构渠道
- 2、商业渠道
- 3、开发园区与科技园区
- 4、商品交易市场
- 5、产业链金融
- 6、县域产业集群
- 7、当地优势与特色行业

二) 代发业务的批量营销策略

1、我行客户的代发营销策略

1) 客户资源梳理与差异化策略

2) 区域重点代发户的营销：机关、事业单位、园区企业

3) 代发业务的产品包装设计：信用卡、薪喜贷、财富管理等

2、他行客户的代发营销策略

1) 企业关键人正面进攻营销

2) 通过进企业金融活动渗透营销

3) 针对他行代发户的营销产品包和活动方案

三) 代扣业务的批量营销

1、代扣水电费的企业公关

2、代扣水电费批量营销方式：社区宣传、活动营销

3、代扣学费、物业费营销策略

四) 农区外出务工户的批量营销

1、进村入户摸底找大户

2、主动走出辖区提前对接业务

3、关注留守家人批量获取客户信息

五) 电子银行业务的批量营销

1、活动吸引法-一元抢酱油、鲜特汇等

2、特定群体批量一对多营销法

3、存量客户短信/电话营销法

三、移动互联网时代的批量营销策略

1、平安银行的互联网布局--平安好房、平安好车、平安好医生带来了快捷

的获客渠道

2、招商银行牵手滴滴打车--消费场景的设定带来金融业务的爆发式增长

3、北京银行联手小米公司--带来了巨大的互联网流量红利

4、传统银行可以借鉴的互联网营销渠道

1) 微信银行的利用

案例分析：拥有 1500 万粉丝的招商银行微信银行

2) 微信公众号的巨大价值

案例分析：罗辑思维的爆发式增长之路

3) 第三方合作伙伴的渠道合作

案例分析：中信银行联合咕咚运动、悦跑圈的菁英跑活动

三、批量营销的实施技巧

演练一：财富进企业如何做

演练二：如何制作介绍我行业务的宣传资料

演练三：一对多宣讲如何开展

演练四：微信活动如何设计