

课题：客户分群精准营销策略 1-2 天

课程背景：

现在社会已经进入了差异化和个性化的时代，顾客的需求也呈现出各自的特点。

商业银行也需要从过往前篇一律的无差异服务转变为经营几类重点客户群的个

性化阶段。每家银行网点都具有不相同的客户类型，如何以客户为中心实现分

群精准服务营销尤为关键。

课程对象：银行总分行负责人、各部门管理层、支行长、业务骨干

课程介绍：

一、商业银行发展的临界点时刻

- 1) 现代银行的转型发展路径
- 2) 金融科技对传统银行的冲击
- 3) 传统商业银行经营的几大误区：品牌、产品、目标客户
- 4) 国外社区金融探索：融入社区生活，关系型银行
- 5) 实现精准客户群营销的价值所在

案例分析：智能手机的红海战争启示录

二、支行周围片区分析与定位

- 1) 确定重点企业、商户、社区；

- 2) 摸清客户类型、资源状况；
- 3) 收集客户详细资料；
- 4) 了解片区内同业渗入的情况；
- 5) 确定重点对象，根据客户需求制定可行的营销方案；

三、几大重点客户群经营技巧

一) 特定客群客户开发逻辑

- 1、增值服务先行
- 2、切入点产品包
- 3、主打类产品包
- 4、持续金融服务

二) 商贸户营销开拓的技巧

- 1、商区客户的一般共性需求分析：结算类，融资类，个人家庭投资理财类。
- 2、商区客户的营销拜访流程六部曲
- 3、商户老板的沟通策略技巧
- 4、如何向商户推荐我行优势产品：悦享商圈、POS，信贷等业务。
- 5、重点行业特点分析与攻略

家具建材行业分析

批发市场行业分析

连锁行业分析

三农行业分析

电商行业分析

三) 老年客户群经营策略

- 1、农区和城区老年客户差异
- 2、老年客户群的一般需求分析：金融需求和非金融需求
- 3、老年客户群获客活动的设计：健康话题、广场舞、礼品促销活动
- 4、老年客户开发的一般路径：社区建立联络、关键人营销、活动开展
- 5、支行配套个性化服务：老年专窗、专座、每周活动、专属理财产品等

四) 女性客户群经营策略

- 1、女性客户群体细分：工薪阶层、高收入群体
- 2、女性客户群体需求分析：金融需求和非金融需求
- 3、女性客户群体的活动设计：美丽、健康、修养、教育、消费等
- 4、女性客户群体开发的一般路径：影响力中心、线上活动、活动实施
- 5、支行配套个性化服务：网点氛围、节日营销、专属理财等

五) 亲子客户群经营策略

- 1、亲子客户群的需求分析
- 2、亲子客户群的活动设计：才艺展示、理财观念、运动等
- 3、亲子客户群的开发路径：渠道合作、活动开展、后续跟进
- 4、支行配套个性化服务：网点氛围、孩子空间、少儿理财

四、总分行的支持和督导管理

- 1、统一思路 找准定位
- 2、主打客户群营销方案设计
- 3、活动实施细则出台与培训宣贯
- 4、总分行各科室协调一致促进变革
- 5、实施过程持续有效督导执行