

# 《两卡社群营销新策略与交叉营销实战》课纲

——讲师：赵伟

## 课程目标：

通过本课程的学习，了解移动互联网下的社群营销基本理念以及掌握通过社群营销推动两卡交叉销售，从而建立新的营销模式。

## 课程大纲：

### 第一讲：社群营销、异业联盟、厅堂营销、外拓营销、特色客群营销

#### 一、社群营销

##### 1、社群营销流程

- 建设分层社群
- 引流精准用户
- 增值用户服务
  - 圈层服务
  - 分类服务
  - 情感链接
- 变现社群用户
  - 产品变现
  - 服务变现
  - 活动变现
  - IP 变现
  - 数据变现
  - 整合变现

##### 2、社群营销策略

- 二维码社群营销策略
- 粉丝社群营销策略
- 朋友圈社群营销策略
- 内容社群营销策略

##### 3、社群精准营销方案设计

- 商户&企业家社群运营方案设计
- 公司白领社群运营方案设计
- 家庭主妇社群运营方案设计
- .....

#### 二、异业联盟

##### 1、异业联盟商户

- 商户选择三要素
- 异业联盟商户分类分级

##### 2、异业联盟产品

- 定制异业组合产品
- 制定组合产品收费政策
- 建立评价机制，明确双方权责

##### 3、异业联盟合作策略

- 组建异业联盟服务团队
- 联盟谈判技巧
- 异业组合营销话术

- 银商深度互动策略

#### 4、异业联盟实施方案

- 品牌协同类
- 特许经营类
- 共享资源类
- 合作宣传类
- 交叉营销类

### 三、厅堂营销

#### 1、厅堂营销技巧

- 营销四大法则
- 厅堂营销流程&三类营销话术
- 厅堂营销社群转化技巧

#### 2、四大精准客群场景营销策略

#### 3、四大精准物理场景营销策略

- 特惠商户异业联盟策略
- 公私客户联动策略
- 自然到访客户厅堂内化策略
- 他行客户策反策略

#### 4、厅堂沙龙活动策划

### 四、外拓营销

#### 1、外拓营销技巧

#### 2、四大外拓物理场景客群营销策略

#### 3、外拓线下拓展&社群线上维护

### 五、“特色客群”线上线下同步活动策划

- 上班族系列
- “关注大学生就业”系列
- VIP 客户答谢会
- 企业专项营销
- 写字楼定点宣传

## 第二讲：目标的制定与分解

一、高品质销售目标的制定

二、如何分解销售的目标

三、目标达成资源定律（案例：招商银行信用卡与传统银行业务的资源整合案例）

## 第三讲：SMART 竞争情报分析策略与客户管理管理

1、自身情报获取与分析（SELF）

2、行业情报获取与分析（MARKET）

3、竞争对手情报获取与分析（RIVAL）

4、目标客户情报获取与分析（TARGET）

目的：情报是一切思想和行动的基础，利用 SMART 竞争情报分析策略全方位的获取信用卡产品业务情报并设计出有针对性的金融产品。

1.客户分层分级的策略

2.CRM 与客户营销的关系

3.客户关系维护的三个境界

4.客户关系的提升，让你的客户与客户成为朋友

## **第四讲：两卡销售的前期准备**

- 一、商务拜访的礼仪
  - 1、专业的职业形象塑造
  - 2、拜访中会面的礼仪细节
- 二、做好拜访的准备工作
  - 1、出击需要良好的心态
  - 2、访前准备的目的
  - 3、访前准备的步骤
  - 4、拟订拜访计划
  - 5、推销技巧演练
  - 6、电话预约
  - 7、自查携带工具
  - 8、信心出击
- 三、结束拜访后的总结

## **第五讲：信用卡产品的卖点挖掘（引出借记卡）**

- 1、餐饮、娱乐、商旅行业的特约商户卖点挖掘
- 2、信用卡分期付款-电器，汽车，家装等等分期付款业务卖点挖掘
- 3、收单业务卖点挖掘
- 4、邮购业务卖点挖掘
- 5、信用卡积分业务卖点挖掘
- 6、电子支付产品功能的卖点挖掘
- 7、4G时代的信用卡增值业务方案设计及应用
- 8、认同卡、联名卡卖点挖掘及营销陷阱

## **第六讲：两卡拓展渠道与技巧**

- 一、客户开拓的渠道和方法
  - 1、目标客户群的分析
  - 2、积极利用五大渠道开拓客户
  - 3、客户开拓的方法与应用
- 二、掌握促成成交的“五”大技巧
- 三、良好的售后服务在于客户管理