

银行营销课程

《商业银行线上实战营销之道》

主讲：刘俊老师

课程背景：

疫情之下银行人面临的巨大挑战不仅仅在于各家银行产品和服务的同质化非常严重，更让人着急的是你根本见不到客户。在这样的非常时期，依然要与客户建立良好的客情关系，努力奋斗冲刺业绩。那么线上经营就成为链接客户，获取业绩至关重要的工具和途径。

课程时间：1天，6小时

课程对象：银行全体员工

课程收益：

- 玩转空中新型营销工具，盘活存量客户，开拓新客户，获客更便捷、更高效
- 掌握电话销售要领，让客户不再拒接，接了愿意听，听了愿意买
- 掌握充分准备，进行合适的开场白的时机
- 掌握从容处理客户反对意见的方法
- 学会如何有效与不同类型的人沟通的策略
- 学会如何通过各种有效的方法和技巧来达成产品销售

课程特色：

- 落地性：课程内容一听就懂，一懂就会，一会就用，一用就灵。无须二次转化，拿来即用
- 针对性：为银行人员量身定制，课程内容贴合实际工作
- 实用性：培训突出实用效果，结合典型工作情景，聚焦实际工作中遭遇的各种疑难和困惑，给出解决要点和话术，学习之后，学员不需要转化并能直接应用到工作中
- 生动性：采用讲授、案例分析、实际话术等多种互动交流的培训形式，突出课堂生动性

课程大纲

第一讲：银行营销业务发展痛点

思考：客户到店少邀约难，银行数字化转型面临哪些问题

- 一、客户经营的压力是什么
- 二、压力背后的原因是什么
- 三、压力之下，应该怎么做

第二讲：利用新媒体维系客情关系进行工营销与宣传

一、社群构建基础框架

(一) 定主题：群到底是干嘛的

讲解：如何取名、社群目的、社群主题

(二) 定规则：群规则是什么

讲解：群定义、群公约、群制度

(三) 定动作：群每天的固定动作是什么

讲解：每日关怀、每日任务、群周计划、闪群活动

(四) 定编制：群核心人员的岗位职责是什么

讲解：群领袖、群托、编制

练习：请设计一个社群运作的框架

二、线上沙龙活动的开展流程

1、第一步：发海报

讲解：制作海报的常用工具

2、第二步：进群开场

讲解：介绍暖场活动流程

3、第三步：活动进行

讲解：内容分享与群托起哄的套路

4、第四步：活动结尾

讲解：如何做好收尾和线下引流

三、社群互动的小技巧

群发红包、掷筛子、猜谜、绕口令、答题有奖等

演练：设计一个线上快闪社群活动

增值内容：快速讲解微信营销的十五大功能

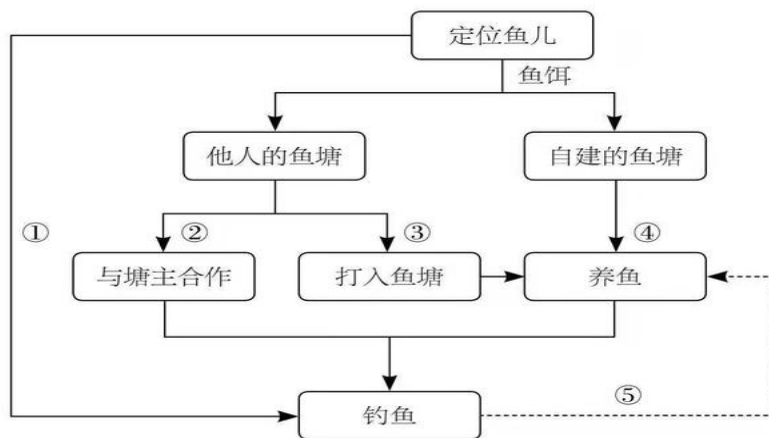
第三讲：电话营销助力业绩提升

一、巧用钩子法做好电话营销开场

案例：聆听两段录音，找寻差异化

二、如何利用客户池塘法实现营销转化

讲解：鱼塘式营销的含义及营销方法



三、异议处理技巧之假设场景法

四、异议处理技巧之顺水推舟法

五、异议处理技巧之一句话营销法

话术分析：不同场景下的话术处理

情景演练：与客户进行精准化电话营销

第四讲：客户经营的具体策略和建议

一、如何快速高效连结客户和准客户

讲解：零售客户正确的用户画像参数

(1) 年龄：每5岁就是一个年龄差

(思考：20-25岁、25-30岁、30-35岁的年轻人的追求有什么不同)

(2) 性别：男性思考问题与女性截然不同

(3) 标签：向微信朋友圈一样给用户贴上一个符号

(4) 调性：喝茅台的与喝江小白的并不只有收入上的差别

(5) 喜好：这类人群常常出没在哪些场景

(6) 消费习惯：他们看重品质、价格还是小恩小惠

练习：现场进行私人银行用户画像

身份数据：姓名、年龄、籍贯、职业、家庭结构

个性数据：兴趣、爱好、专业、性格

消费习惯数据：常常去的场所、消费侧重点

三、疫情期间客户喜欢什么样的内容

视频：关于人性的一段视频

讲解：人性的九大痛点——善良；嫉妒；炫耀；贪婪；盲从；懒惰；好色；好奇；孤独

四、根据不同的群体，如何选择发送的主题