

银行网格化精准营销培训辅导项目

2 天大课培训+实战辅导

课程背景：

进入新常态以来，国民经济下行压力逐渐增大，使得国内银行生存环境面临激烈的竞争，随着利率市场化的进程导致利差收窄，银行急需找到新的利润增长点，纵观国内外优秀银行的发展路径和经验，以客户为中心、以销售为导向，采取差异化、集群化、网格化深耕客群的经营策略，才是商业银行在经济下行期立于不败之地的变革方向。

展望未来，银行业需把握时代脉搏，强化长期经营战略布局，调整盈利结构与模式，完善自身专业化、数据化的整合利用，彻底改变依靠“存贷利差”的盈利模式。增强战略定力，精细化运营管理，网格化精准营销，加快转型步伐，以此来应对“新常态、新模式、新思维、新服务”的行业发展需求。银行必须牢固树立“客户是第一资源”的经营理念，以全面推进网格化营销为契机，不断提升网点综合竞争力，引导员工以市场为导向，构建区域内客户营销网络化精准管理，实现客户单一价值最大化，提升客户忠诚度。

课程收益：

- 1、帮助银行网点建立网格化地图，更加精准分析客户资源；
- 2、有效分析网点内部资源，提高网点运营效能；
- 3、在对客户资源有效掌握的基础上，精准分析目标客户资源，快速响应市场，实现区域

内客户的精耕细作；

4、深度挖掘客户资源，实现对客户的全方位交叉营销；

5、透析客户深层需求，增强客户忠诚度及满意度。

培训对象：银行支行行长/客户经理/大堂经理/柜员

课程时长：2天，6小时/天。5天实战辅导。

课程大纲：

一、银行网格化营销背景分析

1、网格化营销内外部环境分析

(1) 外部形势复杂严峻

- 经济新常态
- 去储蓄化趋势加速
- 客户需求的变化
- 互联网金融的冲击
- 同业竞争加剧

- 城市化进程影响
- 农村业务竞争加剧

(2) 内部困境急需突破，要求转型

- 客户基础薄弱，营销实力有待加强
- 产品业务结构单一，创新能力欠缺
- 营销观念有待转变，营销技能有待提升
- 营销主动性有待强化，营销实践性不足

2、银行网点网格化营销的必要性分析

- 银行服务品牌急需打造与改变
- 银行产品优势急需宣传
- 客户金融需求急需满足
- 营销观念急需转变
- 客户流失问题急需解决

二、网格化营销模型和实施步骤

1、网格化建设“六个一”

- ✓ 完善一套制度
- ✓ 打造一支队伍
- ✓ 绘制一份图集
- ✓ 建立一份台账

✓ 制定一套流程

✓ 探索一套办法

2、网格化建设五步骤

✓ 划定经营区域

✓ 锁定管户人员

✓ 制定管户职责

✓ 分析网格特征

✓ 定制解决方案

3、网格化营销实施八步曲

✓ 定客群

✓ 制网格

✓ 挖痛点

✓ 引爆点

✓ 验方案

✓ 巧执行

✓ 深复盘

✓ 固模式

三、银行常见客群网格化营销策略

1、商贸片区

- 普通个体工商户
- 专业市场商户
- 目标客户需求分析
- 划分重点客户和小微客户
- 队员选定和分工
- 主推产品包
- 营销策略实施五步法

2、居民片区

- 目标社区信息整理
- 社区影响力中心建设
- 客户群体需求分析
- 营销活动策划及执行

3、企事业机关单位

- 目标客户梳理
- 关系人联络对接
- 选择营销主题和产品
- 营销策略实施

4、农村片区

- 网格化信息地图绘制

- 筛选重点客户
- 重点客户需求分析
- 上门走访建档
- 外拓营销策略实施

四、银行网格化营销话术实战技能提升

1、银行网格化营销前期准备

2、网格化营销话术“六脉神剑”

- “六脉神剑”之寒暄导入
- “六脉神剑”之建立亲和感
- “六脉神剑”之需求挖掘
- “六脉神剑”之产品呈现
- “六脉神剑”之客户异议化解
- “六脉神剑”之营销促成

3、网格化营销客户跟进维护