

微营销 强获客—后疫情时代客户营销之道

课程背景

疫情的发生改变了人们的工作生活方式，线下银行网点客户流量急剧降低。疫情期间，银行业务不停办、服务不打烊，线上营销和传播优势凸显，只有充分利用线上工具，不断增加与客户互动交流的机会，才能够保持良好的客户体验感。同时，信息碎片化时代，人们在线上渠道注意力被显著分散，没有事前的规划与经营，以及缺乏线上+线下的有序衔接，也难以将客户的注意力转化为生产力，需要银行人擅用全渠道营销技巧，通过细心经营和精准营销，适应后疫情时代的营销新生生态。

课程大纲

第一讲 线上营销第一要务营销自己

1. 线上营销六大渠道方式优劣势分析
2. 简单三步打造你的线上 IP
3. 制作心机“微营销名片”
4. 微信朋友圈软营销文案编辑方法
5. 微信营销黄金时间布局—全天候营销策略

第二讲 社群经营核心经营的是客户

1. 转变落后的社群经营思路：我不要你觉得我要我觉得！
2. 做好客户标签和分群管理

3. 养成良好的经营习惯：持续输出价值
4. 把握合理的营销节奏：打造客户投教园地
5. 客户微沙龙组织锦囊

第三讲 电话营销核心是要明确场景

1. 存量客户维护场景：

如何利用当前热点话题切入资产配置？

四类焦点客户沟通话术分享

2. 存量客户 KYC 场景：

三个问题确保存量客户全覆盖

3. 陌生客户建交场景：

四步骤确保二次跟进营销

三明治式电话营销脚本设计

第四讲：外拓营销核心要挖掘线索

1. 提前规划，制定外拓营销切入策略
2. 提前描绘，勾勒客户画像
3. 提前梳理，预备外拓客户谈话提纲
4. 提前埋伏，预设二次沟通机会
5. 外拓营销线上+线下全渠道流程梳理