

# 存量长尾客户的价值提升

## 一、零售业务发展状况以及对理财经理的要求

- 1、目前我国所处的经济发展阶段
- 2、财富管理业务正处在起步阶段
- 3、与发达国家相比我国居民对财富管理的需求
- 4、财富管理业务给我们带来的挑战与机遇

## 二、是谁组成了银行的长尾客群（0.1-1万）？

- 1、长尾客群的主要来源
  - 代发薪客户
  - 曾认购过某项产品
  - 积蓄不多的年轻人
  - 搬迁或工作地变更
  - 临时资金过渡账户
  - .....
- 2、长尾客户形成的原因分析（从行方角度分析）
- 3、如何对长尾客群进行特征分类研究

#### 4、不同长尾客户的产品组合营销策略

### 三、长尾客户的维护营销策略

#### 1、存量长尾客户的认领与激活

#### 2、厅堂对长尾客户的捕捉营销

#### 3、存量长尾客户的日常维护方式和步骤

- 批量化维护的有效方式

- 客户维护的步骤和内容

(知识产品类、情感服务类、生活品质类)

#### 4、如何针对于长尾客户进行活动策划

- 客户激活类活动

- 产品促销类活动

### 四、潜力客户的主要组成来源及分析

#### 1、1-5 万客群的主要特征分析

- (1) 低收入群体

- (2) 浅显合作客户

- (3) 个体经营流动资金

- (4) 高薪代发客户
- (5) 缺乏理财意识的人
- .....

2、上述客群的特征分析与研究

3、不同产品组合营销方案逻辑顺序

## 五、潜力客户的维护营销策略

1、存量潜力客户的认领与激活

2、存量潜力客户的日常维护方式和步骤

- 批量化维护的有效方式
- 客户维护的步骤和内容

(知识产品类、情感服务类、生活品质类)

3、如何针对于潜力客户进行活动策划

- 进阶有礼类活动
- 产品促销类活动

## 六、潜力客户信息的梳理与收集

1、如何取得潜力客户的信任

2、客户的邀约与联络的搭建

3、客户交易分析与基本信息的收集

## 七、潜力客户资产提升的技巧

1、潜力客户盘活的产品组合推进步骤

2、靠资产配置的逻辑和流程提升客户产能

3、用增值服务促进客户资产提升

注：长尾客群：0.1-1万

潜力客群：1-5万