

课程名称：《零售重点客群经营与维护》

主讲：张老师

课程大纲/要点：

第一章 客户开发与维护的背景与趋势

- 1、疫情后零售客户的行为变化
- 2、当前客户开发维护面临的问题
 - (1) 大客户不来，小客户不走
 - (2) 客户流失率越来越高
 - (3) 网点流量、到访客户质量双降
 - (4) 零接触服务能力有待提升
- 3、未来客户开发维护发展的趋势：抢产品到抢客户
 - (1) 跟着客户跑到引着客户走
 - (2) 借助非金融服务增加高频互动
 - (3) 构建标准的全员营销流程
 - (4) 客户差异化经营和维护

第二章 客户开发维护的基本流程

- 1、客户开发维护的制度支持
 - (1) 合理的激励竞争机制
 - (2) 关注结果更关注过程
- 2、零售基础客群分类及维护提升策略
 - (1) 老年客群经营
 - (2) 亲子客群经营
 - (3) 不同职业客户经营
 - (4) 定期客户维护
 - (5) 活期客户维护
 - (6) 到期客户维护
 - (7) 流量客户维护

(8) 代发工资低留存客户维护

3、实战案例解析：某股份制银行 83 万存量客户经营案例分享

第三章 营销活动批量获客

1、营销活动的本质

- (1) 获新客
- (2) 维护存量
- (3) 产出业绩

2、营销活动成功的必要条件

- (1) 主题可以没有创新，营销细节必须有创新
- (2) 目标客群是谁？营销策略是什么？
- (3) 设置高频活动内容，增加接触频次
- (4) 后续跟踪怎么做？

3、老年客群营销活动

- (1) 向拼多多学活动策划
- (2) 老年客群特点分析
- (3) 除了米面油，我们还能给什么？
- (4) 搭建老年营销活动服务体系

4、商圈客户营销活动

- (1) 别只关心商户的现金流
- (2) 商圈营销活动怎么做？
- (3) 如何让商户的流量变成你的客户