

# 【校长精品】再造炙家 综合营销能力再提升（1天）

分城区和乡镇两个版本，内容差异表现在具体的客群分析、营销案例和场景建设等方面，其他营销逻辑、营销流程、营销技巧基本一致，故统一为一个大纲，并在不同处做必要标注。

## 【需求分析】

商业银行的综合营销涉及方方面面，核心是人-货-场，人就是客户，货就是产品，场就是渠道，三者不能割裂，而要综合经营。如何存贷一体，如何批量获客？如何场景营销，如何挖掘存量，如何行外吸金等等都是大家比较头痛的问题，每到月末、季末、年末大家更是压力山大。如何提升支行营销骨干的综合营销能力，是当前商业银行业普遍而又急切的培训需求。本课程正是为此需求而设计，主要受众是银行一线营销伙伴，重点提升大家的综合营销的积极性和能力。

## 【培训课时】6课时

【授课方式】内容讲述、案例分析、游戏互动、讨论点评、情景模拟

【培训特色】课程内容经过大量实操实践证明，简单，易懂。可落地、可执行，可复制，可延续。培训以引导、感悟为主，激发持续思考。培训以互动、情景式展示见长，注重受训人员的直接参与，培训风格深入浅出、条理清晰、课堂气氛轻松、活跃、实战性强，通过各种实际案例及游戏等方式充分调动参训人员的培训热情。

## 【共识篇】

1.破冰游戏（活跃氛围，相互认识，认知习惯）

2.三大认知

(1) 方法论：讲东西要会讲三点

A. 存款发展三策：长期靠基础，中期靠项目，短期靠管控

B. 看蜻蜓信贷的“三点”

C. 全口径客户经营：客户洞察-客户维护-客户营销；卖产品是最后一步

(2) 认识论：当前我们营销难不难？问题多不多？（让大家发泄、诉苦，摆问题）

A. 常见营销问题九宫格：客户端：没啥客户、没啥需求，客户拖延，供给端：产品不行，竞争激烈，各种束缚；自我端：忙不过来，啥都做了，不知咋弄。

B. 人与人之间最大的差距就是认知：有问题不可怕，关键要提前知道有哪些问题，学会转移-降低-引导；（例如我们的利率有优势，为啥还抱怨这不好，那不好？）

C. 怎么理解“真实”（我们和客户说真的，还是说实的），怎么理解“焦虑”（客户老是说等等，为什么？）怎么理解“绝对和相对”（没有绝对的产品，只有相对的产品），有了问题我们习惯怪谁？（产品-市场-历史？认知提升金字塔）

(3) 本体论：我就是我不一样的烟火。

A. 为什么优秀的客户经理占比只有 20%；(二八定律)

B. 他们做营销有什么不同之处？不是卖产品，而是树人品（自信-自豪-自拔）？

C. **案例：这个小王经理真不简单！**

**3.会找亮点：银行的亮点，产品的亮点，我们的亮点（城区和乡镇差异引导）**

## 【营销篇】

### 1.八大营销

(1) 现在靠什么营销？老三样：产品营销-礼品营销-活动营销？这些够吗？这些 LOW 吗？国有大行靠什么？他们靠产品？股份行靠什么？他们靠礼品？我们靠什么？

(2) 零售必须转型：新零售时代已经到来，人-货-场理论

(3) 新五大营销是关键：情感营销（**乡镇案例：某银行甘蔗种植户的短视频，城区案例：怎么拿到客户的信息**）；价值营销（**乡镇案例：某行农业大集“融技-融智-融资”价值倍增案例，城区案例：某行特色反向营销**）；场景营销（**乡镇案例：某行黄金 10 号案例；城区案例：某行城区公办学校午餐费代收项目**），生态营销（**乡镇案例：某行蒜王争霸赛；城区案例：某行房贷客户延长服务，整合装修装饰供应商综合营销思路图**）；主题营销（**乡镇案例：“农商有爱，让爱回家”案例；城区案例：某行“寻找最美民宿，致敬最美的人”主题营销项目**）

### 2.六大客群

(1) 每个网点都有自己的核心客群，城区有哪些？乡镇有哪些？

(2) 基本-中老年-商贸-亲子-外出（外来）-特色

(3) 案例示范：

**城区案例：城区“儿童银行”建设案例；山西某行商圈三级建设体系；江西某行的“整会”授信；山东某行的四张清单……**

**乡镇案例：老年客户的六专服务，特色赶集客群经营；面包银行的故事……；**

### 3.三大平台

(1) 电销平台

■ 电销的目的不是直接电话销售，而是邀约见面，所以我们要创建邀约理由，安排邀约计划，落实邀约动作；

■ 电销的套路：电话六句：消除陌生的问候句；过耳不忘的过渡句；攻守自如的开门句；凝神聚气的目的句；超越对手的促进句；主动邀约的结束句。【示范】电话六句录音

■ 电销关键是要养成习惯

(2) 网销平台

■ 文字型网销

■ 图文型网销

■ 视频型网销

(3) 面销平台

■ 外拓面销：多做有缘外拓，外拓

■ 会销面销：

**【乡镇示范】“XX 银行 XX 分行乡村资金对接会”项目**

**【城区示范】“XX 银行财富升级会”项目**

■ 提升您的面销影响力：互惠-权威-承诺-从众-稀缺-喜好

## 【实战篇】（分城区和乡镇两个版本）

1. 了解客群（聚焦重点客群）
  - (1) 重点客群的来源与拓展（缘故-转介-陌拜）
  - (2) 重点客群 KYC 的内容和方法
  - (3) 有效接近重点客群的 11 方法 【场景演练】
2. 激发客群
  - (1) 需求理论金字塔，发现客户的 24 种需求
  - (2) 挖掘重点客群需求的四步提问法（SPIN） 【话术演练】
  - (3) 推荐产品的 FABE 法则 【话术演练】
3. 引领客群
  - (1) 整合思维与交叉营销要点
  - (2) 异议处理公式：决定=欲望-干扰？ 干扰在哪里？ 【场景演练】
  - (3) 客户维护的黄金 10 招