

代工客群产能提升阶段计划描述

第一阶段-培训+行动计划制定

第一环节：案例复盘-代发客户的经营之道

- 湘雅二院十年代发，5600 员工，代发群仅仅有不足 500 人，留存率 10%，

如何做到两个指标双向提升？

- ◇ 如何设计线上引流活动，做到一个下午增加 1700 代发客户入群
- ◇ 如何设计线下对接活动，做好客群对接
- ◇ 第二阶段如何抓时点，如何设计场景走入医护客群的生活与经营
- 某设计院，涉及保密性质，不能走入单位，我们如何做好 AUM 的提升？
 - ◇ 公私联动，如何做好上层领导的工作
 - ◇ 利用直播慢慢形成客户群体的收听习惯
 - ◇ 线上多点触达如何实现产品覆盖率与 AUM 的提升
- 普通中小型代发客户如何维护与经营
 - ◇ 如何设计有针对性的入场宣传活动
 - ◇ 沙龙主讲内容设计与主讲人的训练
 - ◇ 现场宣传如何与产品覆盖合二为一

- ◇ 复盘 3 场沙龙活动的组织前后过程

第二环节：网点存量代发客户的盘活计划制定

- 分析所属代工客户，确认重点产能提升客户
- 围绕重点客户制定 AUM 提升策略
- 结合网点实际资源建立本周期产能提升计划
- 资源配置-群管理资源、活动资源、沙龙活动资源的列举与建立
- 产能确认-对于 AMU 及产品覆盖率的初步提升认定

第二阶段-复盘与优化过程

第一环节：业绩汇报与难点问题分析与解决

- 定向代工客户的指标完成情况汇报与经验总结
- 针对进程中产能不足的部分分析并找寻原因
- 调整及优化后一阶段针对该客群的策略及行动计划
- 形成新的第二期活动方案

第二环节：形成并输出本地分行代工客群优秀案例库及工工作法

- 结合指标完成情况，确立优质案例

- 对案例进行底层逻辑及思路分析
- 形成有分享及复制意义的《本地分行代工优秀案例集》
- 针对活动举办，沙龙入场等各个工作角度，输出《多角度代工产能提升
工作法》