

《全景案例-小微业务营销能力提升》

课程核心价值：全案例第一工作视角的务实型培训，案例选取充分，操作逻辑扎实。

楔子:2022年下半年商业银行营销策略洞察与分析

- 目前金融营销正在发生的改变
 - ◇ 客户需求变了
 - ◇ 经营场景变了
 - ◇ 银行地位变了
 - ◇ 而我们还在原地踏步
- 传统四大行
 - ◇ 对公业务下沉网点
 - ◇ 重视劳动组合
 - ◇ 打通线上线下
 - ◇ 走入客户场景
 - ◇ 发展智慧社区
- 股份商业银行
 - ◇ 重视条线专业力量
 - ◇ 尝试对大型国企和机构发力
- 当地农商行
 - ◇ 由依赖政府主动向企金转型
 - ◇ 建立专业营销及产品经理队伍

第一篇：小微企业信贷营销的模式与策略

- 重操作能力轻营销技巧的业务模式
 - ◇ 如何有效批量获客
 - ◇ 如何多角度 APPS 式的营销触达
 - ◇ 客户的维护与业务的跟进
 - ◇ 客户转介绍的能力提升
 - ◇ 案例复盘：9个月，1个客户经理，实现客户新增200户，贷款新增2.2亿的营销策略与工具复盘
- 如何有效批量获客
 - ◇ 分析国有行与股份行产品服务的各自优势
 - ◇ 网点个金存量
 - ◇ 第三方渠道

- ◇ 沙龙与大堂
- ◇ 设计与演练：短信、电话与微信同步触达的话术与文字
- ◇ 案例分析：传奇客户经理（多年总行排名前 10）线上获客养客的策略与方法
- ◇ 案例分析 2：集中批量额度审批会的召集与操作
- 多维度触达客户的策略
 - ◇ 电话的触达策略
 1. 针对个金存量的电话
 2. 针对白名单的电话
 3. 话术设计与现场演练
 - ◇ 微信的客户触达
 1. 客户经理 ID 与 IP 的建立方法
 2. 朋友圈内容发布的三个原则
 3. 如何发布产品服务信息更能触动客户的感知
 4. 添加潜在客户的几个策略
 5. 如何触发小窗口的业务会谈
 6. 设计与演练：朋友圈的文字设计
- 客户群体的跟进与维护方法
 - ◇ 群体客情的维护
 1. 客户 KYC 信息产生维护策略
 2. 微信如何迅速加强好感度
 - ◇ 业务层面的维护与跟进
 1. 还款提醒服务
 2. 新增业务提示
- 客户的转介能力提升
 - ◇ 客户转介意愿提升的前提
 1. 贷款审批前后的体验
 2. 客户经理个人好感度
 - ◇ 设计与演练
 1. 话术：当面与电话如何提出客户转介要求
 2. 文字：微信朋友圈和小窗口如何触达

第二篇：课程回顾与总结