

# 内外兼修，方得风清

## 行外吸金的营销实战策略

**【授课老师】** 马学军

**【授课时长】** 1天（6小时/天）

**【授课对象】** 银行网点行长、客户经理、理财经理

**【授课方式】** 讲授+研讨+互动+案例分析+情景模拟

**【课程大纲】**

### 一. 行外吸金策略与营销方式

#### 1. 银行竞争新形势

显性需求和潜在需求

#### 2. 竞争模式的变化

#### 3. 营销方式变了

### 二、行外吸金/销售新老模式的逻辑结构变化

行外吸金背景学习：资管新政时代已经到来，理财营销模式亟待变革。

#### 1. 讲产品，比收益，求购买

#### 2. 分析现状，创造需求，配置产品

### 三. 存量掘金——客户的梳理分类和价值深耕

#### 1. 存量客户经营的逻辑思路

讨论：存量和增量的关系

- ◇ 存量客户价值深耕流程
- ◇ 存量客户经营策略的创新
- ◇ 存量客户经营的核心竞争力

讨论：存量提升与新拓户的管道关系

## 2. 存量客户价值提升实战策略

- ◇ 用互联网思维批量维护存量客户
- ◇ 存量目标客群深度挖掘
- ◇ 运用风险资产配置组合价值深耕

## 3. 构建存量客户转介关系链

- ◇ 存量客户转介的问题
- ◇ 如何让客户为你介绍
- ◇ 如何用痛苦挖掘赢得他行客户
- ◇ 转介绍客户的快速促成

## 四 . 运用资产配置实现行外吸金

### 1. 新形势下财富管理市场中的客户关系

互动讨论：婚姻关系 VS 恋爱关系

### 2. 客户的理财目标

- ◇ 资产保值增值
- ◇ 家庭风险防范
- ◇ 养老金储备
- ◇ 财产传承

### 3. 金融资产的配置需求

◇ 新形势下理财产品的销售策略

◇ 基金的趋势化销售

**五 . 课程总结与回顾**