

引爆网点——银行活动营销新思路 简要课纲

授课人：支峯

课程概要：在日常银行活动营销中，总会遇到花了大代价，基本没效果，员工累死，客户翻来覆去就是那几位老主顾，长此以往，员工搞活动的热情大大削减，服务大厅的气氛从一开始的新客满盈到死气沉沉，业绩没提升，员工没激情，几乎成为恶性循环的开始。本课程将透过活动营销的本质，从打造爆品战略出发，提供可落地的新思路。

授课模式：讲座式+案例讨论

授课时间：3小时~6小时

授课内容：

一、中国式传统营销的痛点

- (1) 唯客户是从，超过客户预期的无条件满足
- (2) 唯定位是从，将国外陈旧版本理论生搬硬套
- (3) 唯品质是从，满脑子的“酒香不怕巷子深”

二、解密活动营销的本质

- (1) 让客户占便宜
- (2) 跨界融合做加法
- (3) 把产品卖出去才是王道

三、活动营销怎么做

- (1) 关键投入：寻找核心 KOL
- (2) 核心产出：利用 OKR 工具设定合理产品目标
- (3) O2O 链接：让线上的吃瓜群众跑线下来体验式购买

四、超级裂变——打造专属爆品

(1) 利用国家政策打造消费型专家顾问团

(2) 银行也能开发线下拼多多玩法

(3) 超级 IP 主题活动“全民银行家”——揽储+信用卡+理财产品+保险产品—

网打尽。