

# 银行全年红计划--淡旺季场景化营销

## 课程收益：

- 深刻了解银行淡旺季对客户、网点、自己的战略意义
- 全面掌握银行淡旺季过程中的实施要点和关键要素
- 清晰了解工作方向和定位，找准自己的角色，全身心投入
- 学习掌握淡旺季营销中的营销技巧和方法并学以致用
- 掌握系统的营销工具和方式方法运用到实战营销当中

课程时间：1-2天，6小时/天

参训人数：24-48人

课程方式：案例分享+角色扮演+示范演练+小组讨论+视频教学+课堂互动

## 课程大纲

### 模块一、旺季营销抓产能-策略篇

#### 一、传统旺季营销五大弊端

1. 人：

- 1) 单兵作战缺乏全员营销思维
- 2) 不积极不主动，抓大不要小

2. 机：

- 1) 产品卖点提炼不到位，竞争力不足
- 2) 网点只见产品不见人，重营不重人

3. 料：

1) 网点氛围不统一，吸引力不足

2) 营销活动单一化，持续性不强

4.法：

1) 未定制网点针对性营销活动策略

2) 未设计产品有效营销与宣传活动

5.环：

1) 市场同质化竞争，未对症下药

2) 银行品牌形象宣传节奏大乱

## 二、一点一策与一人一策的银行网点差异性经营策略

1. 银行网点的七种分类

2. 典型客户的营销策略分析

**案例：**番禺某银行甘蔗上下游链条营销

**案例：**厦门某银行的茶叶客户上下游链条营销

3. 银行营销的关键根基--让客户离不开你的营销策略

1) 银行营销的唯一本质

2) 银行营销的两句箴言

3) 银行营销的三重境界

4) 银行营销的四大客群

## 三、旺季营销的三个关键思维

1. 短期业绩暴增；长期稳健经营

2. 激活存量；拓展增量，提升临界

3. 守住根据地；撒开游击战

#### 4. 旺季营销的 2354 原则

- 1) 明确两个目标
- 2) 聚焦三大客群
- 3) 做好五大支撑
- 4) 抓实四个增量来源

### 模块二、旺季营销抓产能——实战篇

#### 一、旺季营销的一点一策——网点内部场景

1. 厅堂设计的关键思维
2. 厅堂设计的三大要求
3. 厅堂设计的七大触点
4. 柜面营销的实战技巧
5. 厅堂营销的三多三声
6. 识别营销的黄金十句

#### 二、旺季营销的一人一策——网点外部场景

##### 一、精心准备、轻松过关

1. 克服障碍电话营销的心态障碍
2. 电话销售开场的直拳勾拳讨论

##### 二、探询需求

1. 封闭式、开放式、镜子式询问
2. 四层漏斗提问法确定客户需求

##### 三、卖点提炼、呈现利益

1. 有声有色电话展示产品利益技巧

#### 四、异议应对

##### 1. 异议处理五法

#### 五、成交及结束电话

##### 1. 成交 6 法

##### 2. 课堂训练：

直接成交法/二选一/建议成交法/压力成交法/展望未来/3F 成交法

#### 六、服务跟进：通话后的跟进工作

##### 1. 短信、微信、电子邮件

##### 2. 跟进信模板

### 模块三：淡季营销蓄客户——策略篇

#### 一、营销转型：新思维、新模式、新打法

##### 1、新常态下的中国银行业

- 市场竞争发生深刻变化
  - 线下主题活动-客群需求-提升业绩
  - 线上创新产品-客群需求-提高利润
  - 大数据分析-客户画像-营销人性
- 客户行为发生深刻变化
  - 客户金融行为变迁
  - 移动互联网的发展
- 盈利方式发生深刻变化
  - 银行利率市场化
  - 产品竞争白热化
- 经营管理发生深刻变化

### 问题思考：

- 1、如果你是普通客户，请问我会去什么样的银行办理业务？
- 2、如果你是贵宾客户，请问我会去什么样的银行办理业务？

案例：平安银行“银行的反展，不是上天就是入地”

### 2、商业银行面临的迫切转型需求

- 第一模式：原生态，渠道为王，坐客上门
- 第二模式：从被动到主动，外拓营销模式
- 第三模式：从单兵到团队，联动营销模式
- 第四模式：从单体到批量，网格化营销模式

## 二、银行淡季精准营销策略

### 1、银行淡季精准营销第一性原理

- 核心关键人：诱之以利，动之以情。
- 六大客群：批量营销，批量维护
  - ✓ 村居
  - ✓ 沿街商户
  - ✓ 专业市场
  - ✓ 企事业单位
  - ✓ 社区居民
  - ✓ 存量客户
- 驿站：网格站点，以点带面

## 模块三：淡季营销蓄客户——实战篇

### 一、网格化精准营销关键点

- 划定区域、专人负责
- 制定计划、实地走访

- 逐个排查、登记在册
- 借力打力、深入群众
- 宣传营销、同时进行
- 数据统计、定期分析

## 二、农区市场操作流程

### 1、 第一步：做计划

- ① 如何选取示范村
- ② 如何获取高质量的花名册
- ③ 一图五表台账建立的方法
- ④ 如何划分网格及绘制网格化地图
- ⑤ 如何与村书记有效的沟通谈判
- ⑥ 如何开展村小组长动员会
- ⑦ 如何开展面对面评审
- ⑧ 物料准备和场地选取的注意事项

### 2、 第二步：宣传发动

- ① 线上宣传
- ② 电话宣传
- ③ 入户宣传
- ④ 户外宣传

### 3、 第三步：信息采集

- ① 如何与村民沟通获取有效信息
- ② 信息采集过程中，不同场景的应对策略

③ 如何成功预约存款，挖转他行存款信息

④ 如何成功实现现场业务预约办理

4、第四步：核心关键人外部评审

① 评审工具包的本地化

② 如何正确选择评议人

③ 如何选择评议地点、时间

④ 如何评选出优质农户信息

5、第五步：入户走访

6、第六步：资料归档

7、第七步：引导成交

8、第八步：客户管理

9、第九步：客户裂变

**三、个体工商户的操作流程**

1、第一步：做计划

① 如何获取客户花名册

② 如何初筛提取高质量客户信息

③ 如何成功邀约高质量客户

④ 如何利用专业市场网格化地图

⑤ 活动场地和时间的选择的注意事项

⑥ 如何最少的人员完成最多的的工作

⑦ 个体工商户工具包的本地化

2、第二步：宣传发动

① 电话宣传

② 户外宣传

③ 微信宣传

④ 入户宣传

3、第三步：信息采集

① 如何成功预约存款、挖转他行存款信息

② 如何与个体工商户沟通获取有效信息

③ 如何填写个体工商户版信息采集表

④ 如何开展优质商户金融交流会

⑤ 如何对个体工商户进行业务引导

⑥ 如何提前促成客户预约业务办理

4、第四步：内部评审

5、第五步：入户走访

6、第六步：资料归档

7、第七步：引导成交

8、第八步：客户管理

9、第九步：客户裂变

**四、社区居民操作流程**

1、第一步：做计划

① 如何社区居民的获取花名册

② 如何获取社区网格化地图

③ 如何与社区委员会和物业公司沟通

④ 如何成功邀约居民前来

⑤ 时间、场地选取和物料资料的准备

2、第二步：宣传发动

① 线上宣传

② 户外宣传

③ 电话宣传

3、第三步：信息采集

① 如何与居民沟通获取有效信息

② 信息采集过程中，不同场景的应对策略

③ 如何成功预约存款，挖转他行存款信息

④ 如何成功实现现场业务预约办理

4、第四步：内部评审

5、第五步：入户走访

6、第六步：资料归档

7、第七步：引导成交

8、第八步：客户管理

9、第九步：客户裂变

## **五、企事业政府单位操作流程**

1、第一步：做计划

① 如何选择企事业政府单位

② 如何进入企事业政府单位

③ 如何与企事业政府单位沟通谈判

④ 如何获取企事业政府单位的花名册

⑤ 活动流程安排

⑥ 作业工具步的本地化

2、第二步：宣传发动

① 线上宣传——借势

② 户外宣传

③ 内部宣传

④ 电话宣传——如何引导企事业政府单位人员携带证件前来

3、第三步：信息采集

① 如何安排银行人员与企事业政府单位人员的座次

② 如何引导企事业政府单位人员填写信息采集表

③ 如何添加企事业政府单位人员微信群

④ 如何营销企事业政府单位人员的存款

⑤ 如何挖掘企事业政府单位人员业务需求

4、第四步：内部评审

5、第五步：入户走访

① 如何引导优质事业政府单位人员提交业务需求

6、第六步：资料归档

7、第七步：引导成交

8、第八步：客户管理

9、第九步：客户裂变