

《后疫情时代—如何通过网点线上营销推动邮储金融业务发展》线上课

——讲师：陈方晖

课程背景：

在当今网络经济飞速发展的时代，商业银行的营销模式正在发生剧烈的转变。银行的传统营销模式先进性和多样性不足，因此拓宽营销渠道、创新客户体验、提高营销绩效势在必行。和其他营销平台不同，电话营销以其成本低、效率高使其成为银行重要的营销渠道之一，并且利润效益呈现喜人现象。但是，有些客户经理对电话营销退避三舍，烦恼不已，究其原因何在？如何开展电话营销？如何通过电话营销实现既定预期，本次课程将告诉您答案。

授课风格：

陈方晖老师从事银行营销、培训、管理十几年，拥有极其丰富的实战经验，其带领的团队一直保持喜人绩效，得到业界高度认可。其课程实战指导意义和落地可操作性极强，并且课后拥有一套完整的绩效追踪体系和工具，是其区别于其他老师最大的亮点。

课程收益：

- 一、完善知识结构--认识银行利润增长趋势，熟知电话营销环境，调整电话营销策略。
- 二、激活职业心态--助推思维转变，认识专业素质重要性，提高技能提升积极主动性。

三、训练从业技能--丰富营销技能、掌握电话营销方法、攻坚技巧提高营销产能绩效。

课程时间： 60 分钟 线上课

适合对象：柜员、大堂经理、客户经理、理财经理等营销相关人员

课程大纲：

第一讲：疫情下，网点如何做好营销

壹、 以往与现状的分析

贰、 如何做好应对

第二讲：实体网点该何去何从？

壹、 作为交易结算的服务窗口的网点，将逐渐边缘化！

贰、 作为客户一站式综合服务的窗口网点，将依然得到客户的拥护！

参、 物理网点必须得几个转变：

分部财富化 资源轻型化 管理智能化 功能综合化 服务场景化

第三讲：传统银行业的突破口在哪里？

突破一、客群化经营： 客户经营客群化 客群服务体系化

网点特色化 产品客群化

突破二、生活化服： 打造金融与非金融综合化服务

建设区域生态圈

一站式服务

突破三、平台化获客： 内部客户经营提升平台化

外部获客平台化合作

突破四、场景化营销： 自营渠道场景化 外部场景植入化

突破五，精细化管理： 目标达成过程化 分析决策数据化

第四讲：如何做好存量客户的在开发

壹、 存量客户按资产分类

贰、 存量客户按兴趣分类

参、 存量客户公私联动交叉营销

案例：中信银行——“出国金融”服务

第五讲：电话营销基本功

一、 如何克服恐惧心理

二、 如何自我激励

三、 如何通过电话向客户传递信任感、专业度

第六讲：电话营销流程管理

一、 准备工作

二、 客户语言接触过程

1、 八大破冰点

2、 营销工具包

3、 客户信息采集要点

4、 提高客户沟通质量要点

5、 如何处理“敷衍”类、“野蛮”类等客户

三、 产品推荐

1、 FABE 原则

2、三大推荐方式

3、产品推荐话术展示和演练

第七讲：线上获客营销

1.微信门面装修与微信群的扩群策略

1) 论点：界面三要素-照片，名字，签名

2) 论点：发帖三大关键

3) 论点：客情维护五技巧

4) 案例：大客户的微信问候为何被批

2、易启秀与互动吧制作编制

3、线上视频、音频分享会（小额通）

第八讲：十大精准获客营销

老年客群、女性客群、亲子客群、白领客群、商贸客群

务工客群、种养客群、新生代客群、高管客群、特殊客群