

《银行网点业绩倍增——三量掘金》特训营

——讲师：陈方晖

课程背景：

面对金融行业日趋白热化的竞争态势、面对严峻的业绩指标考核，

你有抢占市场必胜的信心吗？

你有打败竞争者的营销策略吗？

你是否已经做足了准备面对即将到来的旺季？

在客户需求和竞争形势快速变更的背景下，开门红的竞争会更加激烈，各家行必须提前布局，上下联动，制定有效的经营策略，不打无准备之仗。旺季营销要引起高度重视、自上而下的观念一致、竞争对手的优劣势分析、网点客群的精准定位、主打客群的需求分析和营销策略、活动量的量化管理、KPI的考核追踪……

2021 陈方晖老师银行开门红营销必须与时俱进、开创新打法，才能在这场任务重、周期短、压力大的开门红营销战役中创造佳绩。

课程收益：

- 1.分析新形势下银行开门红营销的新特点
- 2.提高目标制定、分解、活动量管理的方法和技巧
- 3.根据网点特点和客群情况进行差异化营销并进行管理
- 4.分析开门红营销的增量来源分析，制定相应的营销策略
- 5.针对存量客户进行数据分析，制定相应的营销策略

课程时间： 2天，6小时/天

授课方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

授课对象：零售条线负责人、支行行长、网点主任、客户经理、理财经理

课程大纲

三量掘金：流量、存量、增量

第一讲：流量掘金

一、网点营销策略

- 知识点：1 营造氛围（临街、入口、厅堂、柜面、贵宾区）
2 厅堂营销（对公、对私、大堂经理、客户经理四力提升）
3 柜面营销（战斗力提升）
4 项目思路（1345 模式）

二、产品组合营销

- 知识点：1 产品组合营销 2 探寻引导顾客需求——spin 技巧
3 产品销售话术提炼（把产品特点转化为客户利益）
4 客户异议处理技巧 5 促成交易八法

三、营销技巧

1. 大堂产品营销关键点
2. 产品营销话术设计 特点 优点 利益 证据
3. 产品营销异议处理技巧 认同 赞美 转移 反问

案例分享：无意间的大客户邂逅

第二讲：存量掘金

一、深挖存量开拓

- 知识点：1、客户数据分析 2 归档管理 3、短信 4、电话沟通
5、休眠客户激活 6、存量客户提升 3566 模式 7、防流失

二、主题沙龙 183231 策划

- 知识点： 促销沙龙型：优雅女人节 互动娱乐型：春节七天乐元宵节
节日需求型：浪漫情人节 节日异业联盟：二月二
传统风俗型：腊八节 春节需求型：小年夜

三、目标客户群开发

- 知识点：1 定位与需求（老年 女性 亲子 商贸 代发 务工）
2 需求分析与调研（路径分析 场景分析 特征总结）
3 活动经营策划（体验互动类 知识竞赛类 公益收获类）
(公益共享类 联盟类 个性服务类)

第三讲：增量掘金

- 知识点：1 对公业务 2 对私业务 3 外拓营销（阵地联动路演沙龙社群）
4 行外吸金引爆联动 5 实战：两扫五进
6 实战：不良贷款清收 7 特色客群获客
8 厅堂策反客户 9 临时提升客户
10 到期转化客户 11 他行策反客户

第四讲：实战演练篇、穿插在各篇中

1：存量客户深挖（小组 PK）

激活休眠客户：客户筛选、短信破冰、电话邀约、短信提醒

全套文字写作模版、电话话术——全部教会你，并互动演练实操

2：存量客户邀约（小组 PK）

顾问式销售：引起兴趣、探寻需求、满足需求、处理反对意见、现场成交

55387 法则与客户拒绝应对话术——现场角色互换实训

3：厅堂与柜面营销（大组 P K）：

话术训练、1345 模式训练、

4：SPIN 销售法演练

找出客户现有背景的事实！ 引发客户说出隐藏的需求！

放大客户需求的迫切程度！ 揭示自己产品价值和意义！

分组针对自有客户运用 SPIN 销售法寻找出：S、P、I、N 营销突破亮点

5：特色客户群筛选营销（分组 PK）

- (1) 企业高管及私营业主客户
- (2) 老年客户
- (3) 商贸结算户
- (4) 女性客户
- (5) 农村种养殖户、

带领学员针对各类客户撰写顾问式销售话术——角色互换演练

6：增量客户外拓（小组 PK、分组 PK）

实践两扫五进，进行陌生拜访、直至追销、成交。

十大成交法现场运用：（富兰克林、贵宾、冲击波、自残成交法）等

7：电话邀约话术（不同客群）

- 1、潜力客户激活
- 2、中端客户提升
- 3、高端客户防流失
- 4、临界客户提升
- 5、到期客户转化

第五讲：战区情景案例分析

第一战场：社区营销

1.沙龙营销模式

- 1) 论点：沙龙流程：三大步骤二十三流程
- 2) 论点：沙龙策划：五关键十二问
- 3) 案例：XX 邮政的亲子沙龙如何销售 29 份儿童保险。

2.路演营销模式

- 1) 论点：化硬为软，卖产品先卖理念
- 2) 案例：邮政的社区公益巡演如何巧营销保险

3.跨界营销模式

- 1) 论点：借助第三方的力量
- 2) 案例：邮政与课外辅导机构的神奇姻缘
- 3) 案例：邮政与商场的节前开卡抽奖

第二战场：商圈营销

1.营销模式

- 1) 论点：讲堂营销三大准备
- 2) 案例：XX 医院的理财小讲座

2. 搭车营销模式

- 1) 论点：嵌入式营销的思维
- 2) 案例：XX 大学学习班的邮政抽奖

3. 扫街营销模式

- 1) 论点：陌拜营销的五大准备
- 2) 案例：信用卡陌拜营销骂“滚”后反成交 10 张卡

第三战场：网点营销

1.微信营销模式

- 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. 电话营销模式

- 1) 论点：短信预热的六大模块
- 2) 论点：电话营销的五大注意四大流程
- 3) 案例：邮政的短信为何能让客户主动打电话

3. 联动营销模式

- 1) 论点：联动营销的四大要点四大流程
- 2) 案例：XX 邮政柜员与客户经理联动营销流程解读

第六讲：客户投诉处理技能技巧

1、银行岗位人员情绪管理

- 2、投诉处理基本规范 1) 投诉处理的要求 2) 投诉处理的原则
3) 投诉处理过程关键 4) 投诉处理过程禁忌

3、投诉处理六步骤

- 1) 主动受理 2) 安抚情绪 3) 确认事实
4) 寻求方案 5) 回复客户 6) 客户回访

第七讲：2020 开门红营销启动会

目标认领、 战区设定、 PK 环节设置、 时限推动、
奖惩制度确定、 氛围营造、 战区司令发言、 战区将士发言
战区授旗、 签订协议书、 举手宣誓 齐唱队歌