

2022《邮储银行旺季营销策略》研讨会

——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。开门红要引起高度重视、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……

2020 邮储银行旺季营销必须与时俱进、开创新打法，才能在这场任务重、周期短、压力大的开门红战役中创造佳绩。

课程收益：

- 1.分析新形势下银行揽储的新特点
- 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.分析银行揽储的增量来源分析，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： 1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

第一讲：“银行是弱势群体”——为什么？

- 1) 马云新零售、新制造、新金融、新技术、新资源对银行冲击
- 2) 央行副行长张涛说“允许金融机构有序破产”

第二讲：互联网经济时代银行如何面对

一、经济新常态下引发的客户结构的转型

- 1) 重资产
- 2) 轻资产

二、智能机具化引发人员结构调整

- 1) 压高转岗
- 2) 全员营销
- 3) 全能行员

三、金融脱媒化引发网点结构转型

- 1) 价值中心
- 2) 服务中心
- 3) 营销中心
- 4) 体验中心

四、市场利率化引发的盈利模式的转型

- 1) 产品
- 2) 服务

五、互联网金融引发的服务模式的转型

- 1) 用户思维
- 2) 体验
- 3) 参与
- 4) 习惯

第三讲:未来银行之路

一、未来网点转型的四个方向

- 1) 服务对象
- 2) 网点功能
- 3) 网点资源
- 4) 工作标准

二、特色银行网点转型的四种模式

- 1) 智慧银行
- 2) 主题银行
- 3) 平台银行
- 4) 社区银行

三、未来网点发展趋势分析

- 1) 轻型化
- 2) 智能化
- 3) 互联化
- 4) 体验化

四、智能网点打造的必要性

- 1) 业务
- 2) 成本

五、优秀网点的五大标准

1) 服务品质高 2) 团队建设优 3) 客户管理好 4) 营销业绩佳 5) 风险控制严

第四讲：网点转型业绩为王——1：深挖存量开拓

知识点：1、客户数据分析 2 档案管理 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

第五讲：网点转型业绩为王——2：外拓增量策略

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

第六讲：网点转型业绩为王——3：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）

第七讲：网点转型业绩为王——4：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）

第八讲：网点转型业绩为王——5：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

第九讲：网点转型业绩为王——6：主题营销互动策划

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

第十讲：银行客户营销策略

一、客户开发八步法

- 1、甄选目标客户
- 2、拜访准备
- 3、接近客户建立信任
- 4、沟通并发掘客户需求
- 5、风险评估价值评估
- 6、方案设计与展示
- 7、促成成交
- 8、客户关系管理

二、陌生客户拜访八步骤

- 1、拜访前的准备
- 2、确定进门
- 3、赞美观察
- 4、有效提问
- 5、倾听推介
- 6、克服异议
- 7、促成成交
- 8、致谢告辞

三、大客户销售策略：关键人策略

- 1、客户对银行服务的五大核心需求：采购、销售、融资、管理、理财
- 2、关键人策略六步法
- 3、如何发展内线
- 4、银行大客户中的影响人：决策人、执行人、使用人

四、如何与大客户有效沟通

- 1、如何才能有效沟通？
- 2、客户的性格特点：DISC分析（控制型、分析型、表现型、和蔼型）
- 3、如何快速判别客户性格：电话预约、办公室陈设……
- 4、和不同性格客户沟通的细节和技巧：开场白、方案书、缔结成交……

第十一讲：战区场景讲述

第一战区：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 银行的亲子沙龙如何销售 29 份儿童保险。
- 4) 案例：端午节的社区活动如何拉存款

2. 路演营销模式

- 1) 论点：化硬为软，卖产品先卖理念
- 2) 案例：银行的社区公益巡演如何巧营销保险
- 3) 案例：广州 XY 银行的闯关行动开户 56 户。

3. 跨界营销模式

- 1) 论点：借助第三方的力量
- 2) 案例：银行与课外辅导机构的神奇姻缘
- 3) 案例：银行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 大学学习班的银行抽奖

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：XX 银行借助云端机月吸粉 1809 人
- 5) 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：银行的短信为何能让客户主动打电话
- 4) 案例：电话营销人民币理财全流程语术的深度解读

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 银行柜员与客户经理联动营销流程解读