

# 《个贷产品延申营销策略与营销实战》

## 课程目标：

通过本课程的学习，管理者以及客户经理将个贷产品延申营销的基本理念以及掌握储蓄、信用卡、个人意外险、房屋保险销售的基本流程与销售技巧，从而一个客户多个产品的营销模式，满足客户除了对贷款产品之外的挖掘对其他产品需求。

## 课程大纲：

### 第一讲：个贷产品延伸的意义、社群营销、厅堂营销

#### 一、个贷产品延申销售的意义

##### 1、站在客户需求的角度

显现：客户需求的全方位

隐现：客户需求的被引导

##### 2、站在银行中收业务的角度

业务指标的考核

客户经理的综合销售能力

##### 3、站在客户经理收入的角度

#### 二、对个贷客户的产品销售的延申

- 个人房贷按揭产品延申房屋保险和个人意外险
- 个人车贷产品延申信用卡和个人意外险
- 个人信用贷款延申信用卡和个人意外险
- 个人生意贷款延申房屋保险、信用卡、储蓄和意外保险

#### 三、通过社群营销对客户进行营销

##### 1、社群营销流程

- 建设分层社群
- 引流精准用户
- 增值用户服务
  - 圈层服务
  - 分类服务
  - 情感链接
- 变现社群用户
  - 产品变现
  - 服务变现
  - 活动变现
  - IP 变现
  - 数据变现
  - 整合变现

##### 2、社群营销策略

- 二维码社群营销策略
- 粉丝社群营销策略
- 朋友圈社群营销策略
- 内容社群营销策略

##### 3、社群精准营销方案设计

- 商户&企业家社群运营方案设计
- 公司白领社群运营方案设计
- 家庭主妇社群运营方案设计
- .....

## 四、通过厅堂营销对客户进行营销

### 1、厅堂营销技巧

- 营销四大法则
- 厅堂营销流程&三类营销话术
- 厅堂营销社群转化技巧

### 2、不同贷款产品客群场景营销策略

### 3、四大精准物理场景营销策略

- 生意贷：特惠商户异业联盟策略
- 房屋按揭贷：推介优质的商家给客户选择策略
- 汽车消费贷：信用卡优惠力度策略
- 信用贷：他行储蓄客户策反策略

### 4、厅堂沙龙活动策划

## 第二讲：外拓营销、信用卡、保险、储蓄营销的策略

## 五、通过外拓营销对客户进行营销

### (一)、外拓营销方法

#### 1、外拓营销技巧

#### 2、四大外拓物理场景客群营销策略

#### 3、外拓线下拓展&社群线上维护

### (二)、精准的外拓营销

#### 1、根据个贷客户的产品种类上门营销

#### 2、根据个贷客户的居住方位进行上门营销

### (三)、外拓营销的注意事项

#### 1、绶带、工作牌、名片、产品的彩页、资料夹的准备

#### 2、营销话术的准备

#### 3、电话回访话术的准备

#### 4、客户三次回访的流程

## 六、SMART 竞争情报分析策略

### 1、自身情报获取与分析 (SELF)

### 2、行业情报获取与分析 (MARKET)

### 3、竞争对手情报获取与分析 (RIVAL)

### 4、目标客户情报获取与分析 (TARGET)

目的：情报是一切思想和行动的基础，利用 SMART 竞争情报分析策略全方位的获取信用卡产品业务情报并设计出有针对性的金融产品。

## 七、信用卡产品设计的资源定律吸引储蓄业务办理

### 1、资源定律（案例：招商银行信用卡与传统银行业务的资源整合案例）

## 八、保险产品的卖点挖掘（引出房屋、个人意外险）

### 1、趋势法

### 2、房屋资产保护法

### 3、按揭需求引导法

### 4、自然灾害案例法

### 5、出差防护引导法

## 九、储蓄产品营销法

通过会议营销进行批量营销

## (一) 理论基础

- 4I：趣味、互动、个性、回报
- 4C：顾客、成本、便利、沟通
- 4V：差异化、功能化、附加价值化、共鸣

## (二) 意义

- 1.省时省力。一对多演讲产品或增值服务。
- 2.便利有效。从众心理消费，成交率高。
- 3.整合营销。联合商家开展异业联盟整合营销

## (三) 核心

- 天时：重大节日、重大利好消息、周末时光
- 地利：会场布置、奖品设置、商家产品展示
- 人和：邀约话术、邀请函、客户资产 A\B\C 类

## (四) 优劣势

### 优势

- 1.签约率高（预约单），短期即可完成目标。
- 2.品牌、产品传播速度快。（可以借助现场直播进行传播）
- 2.增加互动，不是为了推荐产品而推荐。

### 劣势

- 1.主持人、主讲人专业度较高
- 2.重现场轻追踪

## (五) 准备工作

### 对公商家客户

- 1.席卡、指示牌
- 2.横幅、X展架
- 3.水杯、茶叶、咖啡、瓜果、点心
- 4.签到表、笔（每人1支）
- 5.合作细节
- 6.合作协议
- 7.主持稿
- 8.讲话稿
- 9.异业联盟商家提供伴手礼
- 10.合影所需相机

### 对储蓄客户

- 1.场地布置。岛屿状
- 2.水果、饮料、鲜花、地帖、X展架、彩页、笔（支/人）、签约单
- 3.礼品。区分5W以下、10W-30W、30W以上
- 4.抽奖箱3个
- 5.致辞稿、主持稿、主讲产品讲授
- 6.音乐、摄像、一桌一工作人员
- 7.伴手礼、异业联盟卷、抽奖礼品之外回答问题礼品
- 8.回访追踪表

## (六) 具体实施

### 流程

- 1.会场布置、岛屿状水果、点心、饮品
- 2.主持人（主持稿）发伴手礼
- 3.致辞人（提出活动限时限量）
- 4.主讲人介绍产品后发彩页
- 5.限时限量签约
- 6.抽奖

## 7.欢送

### 核心

- 1.限时限量签约
- 2.三个不同金额奖池