

开门红外拓营销实战训练营

主 讲：金玉成

课程背景：

随着中国银行业改革转型不断深入，银行之间的竞争日趋白热化，光提升厅堂服务营销水平难以满足银行利润增长的指标，近两年各家又纷纷提出“赢在大堂”向“赢在大街”的转变，把战火已经延伸到客户现场，纷纷抢占客户端市场。

马云曾说过：“银行不改变，我们就要改变银行”。外拓营销最重要的是转变思路，从“坐”到“行”，银行需要主动出击，主动寻找客户，挖掘老客户的需求进行深度营销、转介绍，营销新客户，寻求合作，创造营销的机会。

客户经理的痛——你是否经常有这样的遭遇和困惑：

- 1、业务目标每年增长，市场环境却每况日下；
- 2、我行的产品政策不那么给力，怎么把客户抢过来？
- 3、有没有更好的客户开拓，迅速提升业务？
- 4、“我现在不需要，等我需要的时候再跟你联系”，客户的习惯用语，让我们很难应对？
- 5、如何在第一次接触客户，就迅速建立信任与好感，让客户愿意跟我们交流？

课程目标：

- ▲建立陌生客户营销思维，掌握营销流程，让陌生客户开发变的容易；
- ▲针对“二扫五进”客户群，掌握一套科学有效的开发与营销流程；
- ▲展现客户期待的形象——银行顾问而非推销员，构建客户信任的关系；
- ▲如何抓住居委会、市场管理处等有话语权机构，借渠道之力开发市场；
- ▲掌握持续跟进的技巧，强化感知、扩大成果；
- ▲养成优秀的营销习惯，建立影响力中心扩大圈层营销；

课程时间：2天，6小时/天

授课对象：客户经理序列

授课方式：

专题讲解、工具分享、小组研讨、头脑风暴、案例分析、互动提问、教练辅导
行动学习、启发教学

课程大纲：

开场：团队组建，竞选队长，定队名与队呼

第一讲：为什么外拓营销

一、传统的销售技巧在当今的市场越来越纠结

案例分析：小偷的营销思维

二、打造片区金融营销力

- 1、提升品牌营销力
- 2、提升业绩和客户群
- 3、提高客户忠诚度
- 4、精准营销，提升效率

案例分析：招商银行的精准营销

三、打造狼性营销执行力

案例分析：华为的狼性体现

- 1、呼唤狼性

案例分析：一个保险营销员的客户营销

- 2、修炼狼心
- 3、坚定狼信

视频：《亮剑》弱小到强大

第二讲：外拓营销实战技能

一、突破心理——陌生客户营销技能

- 1、陌生客户营销心理过关
- 2、让陌生不再难——陌生客户营销流程
- 3、七步成诗——陌生客户营销技能

一步：寒暄赞美；

二步：表明身份；

三步：道明来意；

四步：了解需求；

五步：产品介绍；

六步：成交及问题处理；

七步：成交转介客户

现场演练：陌生客户营销

二、宣传营销——设点咨询式营销

- 1、宣传活动的定位和价值
- 2、宣传活动的整体策划
- 3、活动的现场实施阶段
- 4、活动的后续跟进技巧

三、深耕四区——各类客群营销方式

1、深耕商区的技巧

A 商区客户的分类及一般共性需求分析

B 商区客户的特性

C 商户老板的沟通策略技巧

D 如何向商户推荐我行优势产品：POS，信贷等业务

演练：走访服装店案例

2、深耕农区的技巧

A、农村客户的特点及需求分析

B、农区客户开发的技巧

案例分析：借助渠道有效开发

C、农区客户的沟通技巧

D、农村客户建档的重点

演练：走访种粮大户案例

3、深耕企业技巧

A、企业客户的开发模式

B、企业金融需求分析：信贷类切入，代发工资切入，商业联盟切入等

C、公私联动营销的技巧

案例分析：某农商行商业联盟

4、深耕学校医院技巧

A、学校医院营销合作机会点分析

B、学校医院批量营销法：一对多营销活动

C、学校学生金融需求分析：生活费，学费，自助取款，外地读书

演练：一对多介绍我行产品

5、深耕社区技巧

- A、深耕社区的常见问题分析
- B、社区开拓的方法（借助渠道，提升价值）
- C、社区营销四步曲
- D、社区活动的实施的技巧

案例分析：民生银行有效挺进社区

第三讲：外拓营销流程

一、策划准备

- 1、活动策划、活动组织、客户服务
- 2、区域拓展营销的人员分工

案例分析：某农商行外拓常态化工作

- 3、物料准备：工具、礼品、产品宣传页、客户信息表等

二、区域客户分析

- 1、划分区域——采用“井田制”方式，以街道为责任区域
- 2、市场清查——网点为中心，2公里范围内市场排查
- 3、生态图谱——客群分布图（商户、企业、社区、医院、学校）
- 4、制定网点周边市场开发计划

案例分析：泰隆银行专业市场开发中遇到的挑战及启示

三、外拓行动力

- 1、团队行动，规模影响
- 2、规范统一，形成效应：每日外拓目标客群及活动量
- 3、总结强化，升级成果：每日总结分享，安排下步行动

第四讲：客户持续跟进与客户升级

一、结果导向

- 1、建立档案
 - A、客户建档的重要性
 - B、客户建档细微处体现温暖

案例分析：浦发行客户经理节日送礼，流失 500 万存款

案例分析：中信银行客户经理记录出百万保险业务

- 2、电话跟进
 - A、电话跟进的五流程

- B、电话跟进的心态
- C、打电话细微之处传递感觉
- D、电话跟进的五个步骤及客户问题处理

案例分析及话术

现场演练及点评

二、把握成果

- 1、客户分类管理：让客户形象更清晰，需求更明确
- 2、客户分层升级：让客户维护跟进有标准，客户发展有目标
- 3、客户双重价值

A、老客户转介的意义

B、转介绍重点及话术

- 4、习惯决定成就

案例分析：招商银行客户经理每日工作安排

案例分析：重庆农商行客户经理 KPI 指标

行动：营销行动规划

第五讲、课程总结及互动交流