

# 信用卡排他销售策略设计

主讲：金玉成

**课时安排：**1天，6小时/天

**课程对象：**

**授课方式：**

专题讲授、案例分析、工具分享、小组研讨、互动发布、头脑风暴、启发教学

**课程大纲：**

## 第一讲、信用卡，我们推广什么？

### 一、意义

- 1、银行加强零售业务的需要
- 2、银行客户市场细分服务的需要
- 3、提高客户对银行品牌忠诚度

### 二、作用

- 1、银行的流动宣传媒体
- 2、银行形象的代言人
- 3、利用市场化运作优势，有效扩大市场
- 4、实现“零售银行转型”的目的

## 第二讲、信用卡业务特性

### 一、显著的风险性

### 二、广泛而有选择性

### 三、经营的规模性

## 四、市场细分中的排他营销

### 第三讲、有效定位信用卡目标客户

#### 一、定位信用卡目标客户的重要性

- 1、与信用卡业务特性相关
- 2、减少无效劳动，提高工作效率
- 3、降低风险，增加赢利能力

#### 二、定位信用卡业务目标客户过程中的误区

- 1、数据库与名单的差异
- 2、忽视对目标客户的深入了解

### 第四讲、制订信用卡排他性推广的策略

#### 一、信用卡产品排他性的特点

- 1、不同产品满足不同需求
- 2、不同产品适应不同群体

#### 二、制订信用卡排他性销售策略

- 1、针对不同性别 / 年龄的目标客户
- 2、针对不同兴趣爱好的目标客户
- 3、针对不同需求的目标客户
- 4、横向对比的 SWOT 法则

### 第五讲、信用卡排他推广必备能力

#### 一、信用卡领域综合业务知识

#### 二、相关的银行客群现状分析

#### 三、掌握精准蓝海的营销技巧

#### 四、过硬的交往沟通破冰能力

#### 第六讲、课程回顾与互动交流