

营销创新之厅堂氛围打造与活动沙龙策划

主讲：金玉成

导入：客户体验提升与创新

课程导入：体验引发的联想

- 1、客户体验旅程
 - A、什么是体验旅程
 - B、如何画出客户的旅程图
 - C、用户 HIGH 点和痛点
 - D、用户的“做”（行为观察）
 - E、用户的“想”（需求分析，和场景）
 - F、用户的“感受”（情绪和唤起）
 - G、体验工作坊（画出消费者旅程节点）
- 2、独家工具分享：客户 24 项体验

第一讲、厅堂氛围营造

一、厅堂氛围营造

- 1、厅堂氛围营造的目的：聚焦、导流、转化！
- 2、用氛围激发客户
- 3、给客户一个理由
- 4、让客户愿意来
- 5、让客户愿意留
- 6、让客户愿意转

二、厅堂氛围营造的形式

- 1、聚焦视、听、触、感
- 2、氛围营造之三界攻略
 - A、物境体验：提升客户接受度
 - B、情境体验：满足内在情感诉求
 - C、意境体验：与时俱进的特色营销氛围营造
- 3、氛围营造之四区攻略
 - A、临界区：吸引客户，树立形象
 - B、入口区：吸引眼球，触发冲动
 - C、厅堂区：传递产品信息，引发购买欲望
 - D、柜面区：激发需求，转介购买

第二讲、营销活动策划

一、营销活动策划的六大误区

- 1、营销活动策划=救火
- 2、学习复制别人的成功模式
- 3、一场活动风生水起，销售业绩节节攀升
- 4、以新奇特为营销活动策划的思维起点
- 5、活动营销就是花钱，活动越多花钱越多
- 6、营销活动策划就应该模板化

二、创新活动营销策划

- 1、思考：做活动策划最难的是什么？
- 2、实作案例分享：《天灾无情，人间有爱》
- 3、原创工具分享
 - A、活动策划五级金字塔模型
 - B、活动策划流程八个关键点
 - C、精准策划的六个操作要点
 - D、三点锁定营销活动策划
 - E、营销活动策划的六个准则
- 4、活动策划思路指引
 - A、建立以客户为中心的营销思维
 - B、制胜关键不在客户数量而在客户质量
 - C、源自生活，由己及人

第三讲、银行网点社群营销之路

一、优秀社群的三个标准

- 1、相互认识：为什么要这样？
- 2、相互信赖：信赖的基础原则
- 3、频繁互动：频繁互动的原因

二、如何维持一个活跃的社群

- 1、三近原则
 - A、相近的地域地理位置
 - B、相近的兴趣爱好
 - C、年龄接近
- 2、一反原则：角色相反

三、如何让你的社群更好

- 1、找到社群连接者
 - A、社群连接者的定义
 - B、社群连接者的作用
- 2、贡献更大的影响范围

四、如何运营好你的社群

- 1、有效社群的特点
 - A、工具性
 - B、病毒性
 - C、长连接
- 2、激活用户的六大驱动力
 - A、荣誉驱动
 - B、利益驱动

C、关系驱动

D、事件驱动

E、地域驱动

F、兴趣驱动

3、社群数据化运营十项指标

4、社群的六种形态

五、老年人社群营销分析

1、客开发户三个途径

2、客户维护三个通路