

《精准营销与深度外拓》课程大纲

----实战营销管理讲师 张朝强



【课程背景】：

随着金融市场逐步开放，利率市场化发展，国家政策调整，国内银行面临重重挑战……如何突出重围，打造新天地，创造新业绩？是墨守成规、坐以待毙，还是**创新求变、主动出击**？

有些银行还是保持传统的“自然销售”状态；有些银行组织员工学习过粗放式的外拓营销并进行实践；有些银行已经开始寻求精准营销、深度营销、批量营销。有果必有因，今天不同的选择决定明天不同的结果。本课程传播的是**精准营销、深度营销、批量营销、高效营销**，是**上下同欲、群策群力**的营销，是**既有战略又有战术**的营销。

资深的客户经理最难**放下面子**，年轻的客户经理最欠缺有效的**营销技巧、经验**，如何让客户经理们既愿意迈开腿、张开嘴，还能学会高效的营销技巧？

其他银行现在也重视外拓营销，如何让我行客户经理给客户留下特别的印象、良好的印象，凸显我行优势，提高营销成交的概率？

如何针对不同的**时机（天时）、不同的场合（地利）、不同的客户（人和）**，采取相应的营销策略？

如何**整合资源、批量营销**，让营销更高效，让业绩更好？

如何在竞争激烈的市场中，结合实际情况，**深耕细作**，深入挖掘客户、资源？

如何做好此项目的**组织、管理**（本课纲不涉及，在其他资料上，需要领导配合），保障项目成功开展？

【培训收益】：

1. 学习精准营销的理念、策略、技巧；
2. 学习结合网点、目标客户实际情况，制定网点多管齐下的产能提升的精准营销方案、产业地图、目标区域客户的网格营销方案，进行网格化战略布局；
3. 提升主动营销的意识；
4. 掌握外拓营销流程、技巧；
5. 掌握不同行业、客户群体的需求分析，制定相应的营销策略；
6. 掌握渠道拓展方式，批量获客，更精准、高效地进行营销，整合资源，提升业绩；
7. 学习客户关系维护、跟进的要点，持续维护客户关系，固化营销效果。

【项目特色】：

1. “**道、法、术、器**”兼顾。传“**道**”让学员提升思想、思路，思路决定出路；授“**法**”让学员有章法可循，有策略可以借鉴；编“**术**”让学员有参考的话术去落地实施，细节决定成败；设

“器”让学员有工具、表格更高效。

2. 既有短期业绩提升的训练，又有中长期针对网点、目标区域、目标客群的营销规划，还有后续为维护考核。

3. 创新。创新产生差异、提高效益，凸显我行优势，领先竞争对手，让营销更轻松。

4. 实际情况的加强对客户心理、人性的学习，“内功、外功”内外兼修，既学习销售的技巧，又能掌握人性。《孙子兵法》：“攻城为下，攻心为上。”让学员重视人性、心理，重视客户信任感、客户关系的建立，而不是急于求成的功利、浮躁，用真诚感动客户，用专业征服客户，用服务赢得客户，用沟通引导客户，成交自然水到渠成。

5. 强调外拓的同时，要做好客户的服务、跟进、维护。有独立的章节讲授。让外拓营销结合网格化营销而常态化，不是运动战。让客户开发与维护相结合，而不是三分钟热度，事倍功半。让客户经理趁热打铁，一鼓作气，乘胜追击，服务促营销。

【课程时间】：1-2天

【课程大纲】：可以根据实际需求定制课程

第一章、银行为什么要做网格化、外拓营销？（略讲）

一、银行面临挑战？

- 1、经济下行
- 2、监管趋严
- 3、同业剧争
- 4、金融脱媒
- 5、利率市场化

二、银行如何应对？

- （一）主动
- （二）求变
- （三）SWOT分析
- （四）定位
- （五）差异

三、新零售时代的营销

- （一）营销的发展
- （二）新零售时代银行要怎么做？
- （三）营销三问
- （四）营销铁三角

四、为何要做网格化精准营销？

- （一）初级外拓营销模式的局限性？
- （二）网格化精准营销的由来？
- （三）游击队 VS 常规军 VS 特种军
- （四）机关枪 VS 狙击枪
- （五）等客上门 VS 上门服务+被动选择 VS 上门服务+主动选择
- （六）单一营销模式 VS 多管齐下的营销模式

案例、视频：广东某建行、中行、邮储、农商行、平安银行的外拓营销

河南某农商行的外拓营销
微信与支付宝的新招数
江苏某快餐店里特别的桌面
蚂蚁金服、网商银行、微众银行的数据
四大国有行与互联网巨头合作
某邮储银行的网点产能提升营销方案
某支行长的心声
视频《战狼》中的“网格化营销”

.....

第二章、银行如何进行网格化精准营销？

一、银行业常见的 6 个“缺”？

- (一) 缺好的客户
- (二) 缺好的布局
- (三) 缺好的分析
- (四) 缺好的整合
- (五) 缺好的创新
- (六) 缺好的维护

二、网格化精准营销的 10 个经营理念？

- (一) 上接战略，下接绩效。
- (二) 上下同欲，内外联动。
- (三) 稳根据地，辟新战场。
- (四) 批量营销，精准高效。
- (五) 虚实结合，锁定客户。
- (六) 知彼知己，庙算多助。
- (七) 戒骄戒躁，长远布局。
- (八) 战略布局，战术落地。
- (九) 多管齐下，专注一孔。
- (十) 一劳永驻，长期维护。

三、网格化精准营销 5 个“有”

- (一) 心里有数
- (二) 脑…有…
- (三) 口…有…
- (四) 手…有…
- (五) 脚…有…

四、网格化精准营销网格形成的“123”

- (一) 如何选定 1 个服务半径？
- (二) 网格的 2 种类型

- 1.实线网格
- 2.虚线网格

(三) 网点服务区域 3 个圈

- 1.中心圈
- 2.卫星圈
- 3.辐射圈

五、网格化精准营销流程

(一) 夯实根据地----稳住网点客户，深挖存量客户

- 1.厅堂服务客户
- 2.梳理存量客户
- 3.分析存量客户
- 4.分层深挖维护：分层级、定策略

(二) 拓展新战场----侦察分析策划，实施督导跟进

- 1.综合侦察战场：区域分布（3种地图）、客户类别（6区5类）、客户需求、政策环境、竞争环境
- 2.收集分析情报
- 3.筛选目标客户
- 4.制定相应策略
- 5.实施督导跟进

案例、视频：《战狼》攻击绑匪时的情报分析与吴京的策略

恒丰银行的信贷创新

招商银行的营销总结

平安银行的小微贷创新

民生银行针对某市场、某类客户的创新营销模式

民生银行总行领导的要求

某银行给各支行的低效营销任务

某支行画出当地物流行业的产业地图进行网格化精准营销

信息可信度的金字塔模型

绘制产业金融地图

近期各主要银行、小贷公司的产品

某银行会销的创新与不足

某支行的 SOWT 分析

某支行的网格化精准营销活动策划案

.....

第三章、银行如何进行外拓营销？

一、银行外拓前准备

(一) 心态准备---8力修炼

- 一、定力：聚焦目标
- 二、信力：自信信用
- 三、动力：快速激情

- 四、舍力：先舍后得
- 五、迂力：迂回变通
- 六、正力：聚正能量
- 七、毅力：剩者为王
- 八、合力：合作共赢

(二) 能力准备

- 1、目标
- 2、重点
- 3、流程
- 4、话术:各项产品的营销话术（现场、电话、短信）
- 5、预案
- 6、相关知识
- 7、时间管理
- 8、分工合作

(三) 物品准备

- 1、身份物品：
- 2、资料物品：
- 3、设备物品：
- 4、赠品礼品
- 5、其他用品

二、银行外拓沟通销售技巧

(一) 客户心中 6 问？

(二) 如何快速建信任关系？

- 1、寻找关系

……

三、银行外拓营销流程及要点

(一) 商区--商户、楼宇：

- 1、策略：扫街、摆摊营销、座谈会、活动；

- 2、陌生拜访商户流程及话术：

***快速建立关系的技巧：**

进门三个三：三看、三听、三好。

第一步：寒暄赞美套近乎

第二步：送礼

第三步：亮明身份

***推崇：张朝强老师独创的方法、话术，让客户首先更重视来访者……**

第四步：开场白（简单说明来意）+挖掘需求（尽量用 SPIN 或者 SSDN）

第五步：产品呈现（凸显优势、强调利益，运用 FABE 法则）

- 策略：**
- 1、对比同行，不要诽谤（只谈事实）。
 - 2、凸显优势，强调利益（用 FABE）。
 - 3、故事案例，有理有据。

第六步、疑议处理（张朝强老师总结的“降龙十八掌”疑议处理技巧）

第七步：缔结成交+邀转介绍

第八步、愉快告别

***常见的误区：拜访、摆摊路演**

***常见情景应对**

***客户常见问题及处理**

（二）园区-----企业、机关及事业单位

1、主要策略：拜访+宣讲会/座谈会；

企业：了解企业需求，供应链营销，上下游企业分析，提供金融服务方案；

单位：主要代发工资+电子银行产品+消费贷款

2、营销流程：

1) 寻找关系

2) 预约拜访

3) 分析决策链：

(1) 决策者

(2) 业务部门

(3) 财务

(4) 行业专家

(5) 支持者与反对者

4) 过关打单

***过关：过保安关、前台关**

(1) 微笑

(2) 赞美

(3) 关心

(4) 幽默

(5) 激励

***关系对接**

(1) 总对总

(2) 分对分

(3) 客户经理的角色分析：资源整合者

5) 方案宣讲

6) 签约跟进

7) 邀转介绍：同行、邻居、上下游等

(三) 社区---社区、街道、居委

1. 合作拓客
2. 活动获客
3. 持续深耕

(四) 农区---乡镇、村组、农户：

1. 逐个扫户
2. 找重点户
3. 转介绍户
4. 广泛宣传
5. 会销集客
6. 合作拓户
7. 深挖链条

案例：某客户经理被客户拒绝 20 次后成交

新疆某女客户经理抓住机会征服客户

江西某银行客户经理陌生拜访他行隔壁商户一次就成交

安徽某镇支行长成功让其他镇领导辗转介绍客户

山东某行在竞争对手的大本营政务大厅营销个人贷款

某农商行公职人员消费贷营销的几种形式

某银行营销学校教师消费贷巧妙处理客户异议

某银行对企业员工营销产品遇到的困难后调整思路高效完成

湖北、青海某银行支行长营销时准备不足显尴尬

某客户经理营销时巧妙运用客户见证获得客户信任

某企业老板儿媳妇在某银行上班，还被该行策反

某客户经理电话沟通中的失误

山东某客户经理成功策反他行贷款客户

.....

第四章、银行外拓营销后跟进维护？

- 一、跟进维护的要点
- 二、短信跟进的技巧
- 三、微信营销的技巧
- 四、会议营销的技巧
- 五、赠送礼物的技巧

案例：某银行黑金客户流失又回来了

某农商行客户分享流失的原因

某银行客户沙龙中的失误

特别的礼物俘获人心

两位客户经理对客户维护情况的差异

短信微信营销的魅力

.....