

数字化转型背景下银行零售行长综合能力提升之道

——借力数字化技术实现零售业务的批量化、精准化、场景化、智能化营销
课程背景：

很多银行存在以下问题：

- 不知道如何利用数字人民币进行获客？
- 不知道如何提升银行数字化营销能力？
- 不知道银行如何开展数字化营销工作？
- 不知道标杆银行数字化营销成功案例？

课程特色：

- 有实战案例
- 有原创观点
- 有精彩解读

学员收获：

- 学习领先的银行数字化营销方法论。
- 学习如何设计银行数字化营销方案。
- 学习如何执行银行数字化营销方案。

授课老师： 坚鹏 银行数字化转型导师

授课特点：

- 焕发精神、启发思考、激发行动

授课风格：

- 以案例的方式解读原创方法论
- 以互动的方式增强学员获得感
- 以咨询的方式提高培训实效性

培训对象：银行数字化营销相关人员

课程设置时间：2天1晚

课程大纲：

一、银行数字化思维创新

1. 数字化时代已经悄然来临
2. 新技术冲击-云管端技术架构已经形成

3. 消费者的消费习惯正在改变
4. 数字化转型背景下领导者需要扮演的四种关键角色（领航者、践行者、赋能者、变革者）
5. 金融机构数字化转型需要具备的六大数字化思维（数字化思维之六脉神剑：战略思维、数据思维、连接思维、智能思维、融合思维、场景思维）

二、认识数字货币

1. 数字货币是什么
2. 数字货币主要功能
3. 央行数字货币 DCEP 发展历程
4. 数字货币发展阶段
5. 数字货币发展趋势

三、数字人民币 7 大主要应用场景及营销案例

1. C 端场景
2. B 端场景
3. G 端场景
4. 跨境支付场景
5. 中央监管场景
6. 宏观调控场景
7. 人民币国际化场景

四、银行数字化营销发展现状

1. 银行数字化转型是什么？
2. 银行数字化转型未来会走向何方？
3. 什么是数字化营销？
4. 数字化营销的发展历程
5. 数字化营销的十二种分类
6. 数字化营销与传统营销的相同点与不同点
7. 银行数字化营销能力分析
 - 数字化认知能力
 - 数字化推广能力

- 数字化销售能力
- 数字化运营能力
- 数字化服务能力

五、金融场景搭建与获客

- 1、什么是场景
- 2、场景分类及痛点
- 3、场景建设成为金融机构的必然选择
- 4、瞄准重点场景
- 5、平台合作策略
- 6、资金方和场景方三大业务痛点
- 7、场景化获客四大策略
- 8、大中型银行场景方获客案例
- 9、场景化获客四大关键要素

六、招商银行场景营销案例研究

- 1、招商银行数字化转型标杆案例分析：转型认知、转型行动、转型结果
- 2、“移动优先”的数字化战略：外接流量，内建平台，用户变现，架构转型
- 3、招商银行 APP 十二项主要功能服务研究
- 4、招商银行 APP 主要功能服务之十一：品质生活
- 5、招商银行 APP 主要功能服务之十二：城市服务
- 6、招商银行 App 6 类重要创新

七、银行数字化运营核心思路及方法

- 1、用户业务触点的多样性，决定了矩阵式运营的必要性
- 2、银行数字化运营矩阵：微信生态+自有 app 才是主战场
- 3、银行总体思路策略：建立三位一体运营管理平台
- 4、银行数字化矩阵运营整体策略——载体之间协同的意义与协同方法
- 5、银行数字化运营平台的建设架构
- 6、银行数字化运营平台的分层运营架构
- 7、银行数字化精细化运营——数据驱动价值经营
- 8、银行数字化精细化运营——完善用户标签画像及激活客户

9、银行数字化持续激活转化——实时优化营销策略和客户体验

八、营销活动策划与银行数字化营销能力提升行动

- 1、银行数字化营销案例（用3个案例说明如何利用数据挖掘探寻用户需求并解决相关问题）
- 2、场景营销活动案例（包括权益裂变类、习惯养成类、事件营销类、公益活动类等）
- 3、数字化营销整体方案设计（包括数据整合、用户洞察、全生命周期营销等）
- 4、强化数据治理——数字化营销的基础
- 5、用户价值挖掘与价值评估（包括用户画像分析示例，建立以用户为中心的服务场景等）
- 6、制订“千人千面”的营销推送策略（场景驱动、人机结合、精准推送）
- 7、制订用户全生命周期营销策略（包括引入期、成长期、成熟期、休眠期等）
- 8、沉睡用户激活策略
- 9、潜在流失用户召回

九、银行生活 APP 生态圈建设方法与案例

- 1、商圈网点营销生态圈建设方法
- 2、银行生活 APP 引流吸引 B 端:结合银行生活 APP 搭建网点周边特色惠客平台
- 3、优惠活动吸引 C 端 : 结合 app 的社区型网点的生态平台模型
- 4、网点客户地图梳理
- 5、商户外拓解决思路 : 根据客户类型分类击破
- 6、生态圈内的交叉营销方法
- 7、银行生活 APP 提高投入产出比的方法
- 8、乐山分行生态圈特色打造方案
 - a) 了解周边业态情况—张公桥好吃街
 - b) B 端卷入策略—银行生活·逛吃乐山
 - c) C 端卷入策略—银行生活·逛吃乐山

d) 各月份活动类型设计

9、优享生活社群建设方法

十、银行生活 APP 线上线下引流方法与案例

1、线上引流的五种方法

2、线下引流的四种方法

3、实现用户快速增长的最优解：老用户转化+裂变营销

4、裂变活动的设计—种子用户的选择

5、针对新用户的裂变路径

6、针对老用户的裂变路径

7、为什么把社群作为裂变的重要载体

8、裂变诱饵的设计

9、裂变活动的传播路径

10、 裂变活动效果预估

十一、他行客户策反方法及成功案例

1、了解竞争对手

2、明确重点策反客户类型

3、研究策反客户重点关注点（例如：凭什么别的商户愿意把钱存到本行？

4、制定策反策略

5、明确策反时间

6、制订策反话术

十二、通过招商银行案例学习如何进行生态圈建设与用户运营

7、用户运营方法论

8、招商银行车主用户运营案例

9、招商银行社区用户运营案例

10、 掌上生活 APP 与招商银行信用卡引流案例

十三、内容总结与行动计划

1、内容总结

2、心得分享

3、问答与交流

4、行动计划

练习：根据工作中存在的问题和实际情况制定行动计划