

# “百炼成钢”——中国邮政零售营销人员 产能提升特训营

## 课程对象

银行一线营销人员、网点服务人员。

## 课程提纲

- |                           |
|---------------------------|
| 壹：思维启蒙篇·互联网时代的营销创新（0.5天）  |
| 贰：客户经营篇·差异化营销与客户深度经营（1天）  |
| 叁：营销技巧篇·零售业务营销流程与技巧（1.5天） |
| 肆：营销进阶篇·批量营销的方法与技巧（1天）    |
| 伍：素养提升篇·营销人员综合素养的提升（1天）   |

## 壹：思维启蒙篇·互联网时代的营销创新（0.5天）

- 一、传统金融思维与互联网思维的碰撞
- 二、互联网时代的营销思维创新
  - （一）产品端的“供给侧创新”
  - （二）营销端的“场景化营造”
  - （三）策略端的“互联网思维”
    - 1、得“屌丝”者得天下——批量营销思维
    - 2、得“粉丝”者得天下——客户经营思维
    - 3、得“眼球”者得天下——模式创新思维
    - 4、得“鸟人”者得天下——外部联动思维
- 三、互联网营销的影响与启示
- 四、银行业优秀营销人员成功案例分享
- 五、银行业创新营销模式分享

## 贰：客户经营篇·差异化营销与客户深度经营（1天）

- 一、客户差异化营销概述
- 二、客户细分的方法和技巧
  - （一）客户的分层与分群
  - （二）不同层级、类型客户的营销切入点
  - （三）分层、分群营销的方法与技巧
  - （四）分层、分群营销的误区与对策

(五) 案例分享与探析

### 三、客户深度经营的三个关键点

(一) 产品服务有“焦点”，客户忘不了

- 1、如何提炼产品的“焦点”
- 2、如何实现客户的细分
- 3、基于客户细分的产品套餐设计
- 4、客户的综合化经营

(二) 客户经营增“触点”，客户离不开

- 1、产品加载与交叉销售
- 2、如何增加客户接触的频度
- 3、如何创造“客户依赖”

(三) 营销活动抓“痛点”，客户心相随

- 1、生活需求创造金融需求
- 2、深挖客户的心理需求
- 3、紧抓客户的核心痛点
- 4、与客户形成“特殊关系”

(四) 案例分享与探析

## **叁：营销技巧篇·零售业务营销流程与技巧 (1.5天)**

### 一、零售业务营销的关键节点

- (一) 接触客户的标准话术
- (二) 接触客户的标准动作
- (三) 关键行动和重点事项

——情景演练

### 二、客户营销的标准化流程——七步法

(一) 识别客户

- 1、客户信息的了解和挖掘
- 2、识别客户的途径
- 3、大堂客户观察判断三步法
- 4、工具——引导员技能

——情景演练

(二) 建立信任

- 1、通过服务建立信任
- 2、通过沟通建立信任
- 3、建立信任的八个方法

——情景演练

(三) 激发需求

- 1、客户需求的分类和层次
  - 2、快速提炼客户需求中的问题
  - 3、如何引导客户的需求
  - 4、如何激发客户的需求
  - 5、如何将客户需求与产品营销建立联系
  - 6、工具——SPIN 顾问式营销
- 情景演练

#### (四) 展示产品

- 1、产品分类的技巧和方法
  - 2、展示和介绍产品的方法
  - 3、产品展示和介绍的注意事项
  - 4、产品展示的动作和话术细节
- 情景演练

#### (五) 处理异议

- 1、处理客户异议的“三文治”法
  - 2、客户异议的转换和引导
  - 3、客户异议转化为销售机会的方法
  - 4、处理异议的动作和话术细节
- 情景演练

#### (六) 促成销售

- 1、关注客户情绪的变化
  - 2、捕捉客户成交的信号
  - 3、促成交易达成的十个方法
  - 4、让客户转介绍的技巧
- 情景演练

#### (七) 客户跟踪

- 1、客户维护方法与技巧
    - (1) 日常情感维护
    - (2) 产品售后维护
    - (3) 举办客户活动
  - 2、完善客户信息档案
    - (1) 客户信息档案样本说明
    - (2) 客户持续服务及价值提升
    - (3) 产品深入营销，提升客户合作价值
- 案例分析

### 三、销售氛围营造和宣传物料准备

#### (一) 营销环境和氛围的准备

- 1、如何营造良好的沟通氛围

- 2、个性化和差异化
- 3、如何突出产品的核心卖点

——案例分析

## (二) 营销物料的准备

- 1、展示物料
- 2、交易工具
- 3、沟通工具
- 4、移动互联网渠道的扩展

——情景演练

## (三) 个性化设施的配置

# **肆：营销进阶篇·批量营销的方法与技巧（1天）**

## **一、网点交叉营销**

- (一) 网点定位与氛围营造
- (二) 多岗位的联动营销
- (三) 网点营销的过程管理
- (四) 营销话术与动作设计

## **二、异业合作共享**

- (一) 共享异业的客户资源
- (二) 探索跨界营销创新
- (三) 寻找生活场景中的营销机会
- (四) 寻找外部批量获客平台
- (五) 培育“影响力客户”

## **三、社区生态融合**

- (一) 营销融入社区生态圈
- (二) 社区需求的挖掘和利用
- (三) 巧用政府的资源
- (四) 社群营销与信任代理人打造
- (五) 公益慈善嫁接

## **四、客户活动规划**

- (一) 前期市场调研和客群分析
- (二) 活动方案创意与设计
- (三) 接触客户的方法
- (四) 活动方案的细化与实施
- (五) 活动方案的细化与实施
- (六) 广告与传播的策划
- (七) 配套的客户互动活动

(八) 策划后续营销方案

## 五、营销传播策划

- (一) 线上营销的技巧和方法
- (二) 如何进行微信营销
- (三) 几款 APP 工具的使用方法
- (五) 如何进行热点营销
- (六) 如何进行口碑营销
- (七) 如何进行社群营销

## 六、品牌塑造与文化营销

# 伍：素养提升篇·营销人员综合素养的提升 (1天)

## 一、展现优雅的礼仪

- (一) 仪容礼仪
  - 1、服饰礼仪；2、仪容礼仪。
- (二) 行为礼仪
  - 1、表情；2、身体姿势；3、手势；4、鞠躬、致意及握手。
- (三) 商务礼仪
  - 1、称谓；2、名片；3、电话；4、乘车；
  - 5、餐饮；6、拜访；7、招迎送往。

## 二、掌握良好的沟通

- (一) 语言魅力
  - 1、语言清晰度、亲和力；2、音量和语态控制；3、客套语。
- (二) 称呼礼仪
  - 1、陌生客户的称呼；2、熟悉客户的称呼。
- (三) 问候语
  - 1、开场白；2、寒暄；3、自我介绍。
- (四) 赞扬他人的技巧
- (五) 引导、分流客户的技巧
- (六) 产品介绍的技巧
- (七) 倾听的作用与要领

## 三、养成高效的习惯

- (一) 如何进行目标管理
- (二) 如何进行时间管理
- (三) 如何进行计划管理
- (四) 如何合理调配自己的资源

## 四、营造和谐的氛围

- (一) 如何营造良好的工作氛围

- (二) 内部客户与外部客户
- (三) 与同事的竞争与协作
- (四) 如何协调工作与家庭
- (五) 如何面对压力和挫折

## **五、打造广阔的人脉**

- (一) 学习的三个境界
- (二) 如何提高自己的社交能力
- (三) 如何建立人脉圈
- (四) 如何发挥自己的志趣
- (五) 圈子营销