

《银行活动策划与营销模式创新》

第一期：阵地服务营销

第一单元：移动互联网时代的客户服务新理念

1. 顾客体验成为决定顾客购买最重要的因素
 - 1.1 设计引爆顾客传播的关键点
 - 1.2 移动互联网时代得屌丝者得天下
 - 1.3 从让顾客满意到让顾客尖叫
 - 1.4 从客户到用户思维
2. 服务营销的真正内涵
 - 2.1 定义
 - 2.2 硬件帮助
 - 2.3 软件帮助

第二单元：传统客户维护模式的困惑

1. 节日及纪念日回访
 - 1.1 节日活动的趋同性
 - 1.2 客户的戒备心理
2. 厅堂维护
 - 2.1 科技快速发展带来的维护方式转变
 - 2.2 科技不足的厅堂维护
3. 赠品促销
 - 3.1 给赠品顾客来，给的多顾客来
 - 3.2 赠品增加营销成本
4. 沙龙等传统维护
 - 4.1 不给赠品客户不买，领完赠品客户就走
 - 4.2 沙龙想起来就做，缺乏系统性，做完没效果

第三单元 破解传统营销困局之一——新阵地服务营销（互动教学）

1. 内部阵地——网点
 - 1.1 引流顾客来网点的设计——便民服务

- 1.2 引来顾客的产品——招徕产品
- 1.3 网点视觉营销系统打造
- 1.4 网点等候营销
- 1.5 网点联动营销与交叉营销体系
- 2.外部阵地——外围文宣点
 - 2.1 特约商户、贷款户、目标客户出没区域
 - 2.2 客户集中区域
- 3.点外展位拦截营销
- 4.网点外发放广告效果差的原因分析及应对方式
 - 何时发？
 - 发什么？
 - 如何发？
 - 如何总结？

第二期：活动策划

第一单元 破解传统客户维护与营销困局之二——活动策划（互动教学）

- 1.一个他行活动带来的启发与讨论
- 2.营销活动的策划依据
 - 2.1 让顾客需求跟我们服务发生关系
 - 2.2 基本思路：实时、时事、客群、联盟、公益
- 3.互联网时代新思维：
- 4.活动策划的二十四字方针

第二单元 期间营销策略的推动组织

- 1. 准备及获客期
- 2. 厅堂营销期
- 3. 产能冲刺期
- 4. 二次攻势期

第三期：社群经营策略落地

第一单元 破解传统传统客户维护与营销困局之三——社群营销（互动教学）

- 1.社群定义
- 2.社群服务营销的关键点：以好聚之
- 3.常见九大社群及社群维护与存量开发案例

第二单元 社群维护与传统活动的区别

1. 目的不同
 - 1.1 传统活动：注重短期
 - 1.2 社群思维：注重长期，引爆传播，
2. 思维方式不同：
 - 2.1 传统活动：活动结束，服务结束
 - 2.2 社群思维：活动结束，服务开始
3. 成本构成不同：
 - 3.1 传统活动：银行买单
 - 3.2 社群思维：资源整合

第三单元 期间主打特色客户群开发的主要办法

1. 重视客户的个性化特征，实现一对一营销
2. 特色客户群开发过程维护始终贯穿于营销的全过程
3. 重点关注特色客户群非金融需求
4. 特色客户群开发维护主要办法

第四单元 期间老年客户群经营策略

1. 五个维度构建老年客户增值体系
2. 老年客户特色开发管理
3. 老年客户针对性活动
 - 普及网点老年客户体验设备
 - 充分利用优惠购和积分体系
 - 举办丰富的老年客户增值服务活动
4. 制定每项活动的模板及管控流程标准

第五单元 期间商贸结算客群经营策略

1. 建立商户发展突破专题方案，提升活期产比
2. 做实商贸结算户客群，重点做好几个方面工作

3. 商户的综合化的定制上门服务
 - 收单 POS 机具+易汇通卡提升商户开卡率
 - 机具占有率、台均沉淀额
4. 制定商户服务措施，做好商户策反
5. 建立商户开发管控体系