

# 《信用卡营销创新思维与技能提升》

## 基于数智化背景·市场化场景

### 【培训背景】

商业银行信用卡自 21 世纪初进入国内，已经成为银行业乃至个人金融服务市场中成长最快、搭载客户量最大、最多元化及金融创新发展最迅猛的产品之一。信用卡使用改变国人的消费观念，各个银行将信用卡重视程度不断提高，但是面对竞争，各种营销方案层出不穷，每个银行从所在宏观环境，需求环境，竞争环境不同，决定采取的营销策略不同。此课程通过讲述信用卡、借记卡客户开发和营销模式，重点解决广大银行销售人员在信用卡、借记卡销售中的诸多瓶颈问题，使他们能把握顾问式营销的精髓——基于客户信任和需求为核心，从而有效突破客户心理四大障碍：情感障碍防线、信任障碍防线、专业障碍防线、利益障碍，从而获得客户的信任和信赖，以达到理想的业绩目标。

### 【培训目标】

1. 理营销新思路，探营销新方向，寻找适合自身的差异化营销突破体系
2. 前瞻分析并掌握信用卡营销新趋势及人才能力模型，为新营销打下基础
3. 结合实际掌握信用卡新营销标准流程及方法，优化提升营销新意识和硬核技能

### 【培训技术】

讲授式教学 + 案例教学 + 头脑风暴 + 引导技术 + RP + 成果点评与辅导

### 【培训特色】

一针见血抓本质，逻辑清晰；实战结果导向，学以致用，用以致学

### 【培训对象】

信用卡基层营销人员、营销管理者

### 【培训时长】 6 小时

【场地要求】 封闭式课堂环境、岛屿状课桌作鱼骨型分布、每组安排 5-7 人

【设备清单】 投影仪、白板及白板笔、大白纸、各色记号笔每组一套、胶泥

### 【课程大纲】

破冰导入：建立轻松愉快的学习环境

课程导入：目前营销状态盘点及优、缺点解析

## **第一模块：银行营销精英快速成长技能**

### **第一部分：银行新常态下的营销转型**

- ① 外部形势解析
- ② 内部困境突破
- ③ 正确认识信用卡外拓营销

### **第二部分：信用卡外拓营销创新方法及思维**

#### **① 银行营销的核心需求问题：以客户需求为核心**

客户来源途径：谁是我的客户（三鱼流量思维）

钓鱼（引流现状）

养鱼（然后呢）

杀鱼（不成交都是耍流氓）

#### **② 用养鱼的思路拓展基础客户**

案例：浙江农商行、无锡工行、农商银行

### **第三部分：信用卡外拓营销客群分类**

1.存量化 2.沙龙化 3.商盟化 4.圈子化

### **第四部分：四大客群营销法**

1.存量客群 2.商户客群 3.出国客群 4.个贷客群

案例：扬州建行、浙商银行异业联盟、沙龙高效拓客

### **第五部分：如何快速寻找目标客户**

#### **1.发现目标客户十大方法**

2.缘故寻找法，网点寻客法，关系推荐法，陌生拜访法，资料查阅法，公益活动法，沙龙论坛法，学习投入法，运动交友法，中介合作法。

案例：绍兴建行、浙商银行钱塘支行、沙龙高效拓客