

《低息揽储营销技能提升培训》

课程大纲

【课程收益】

- 掌握商贸客群营销技巧，获取商户经营流水，降低揽储成本；
- 掌握代发客群营销技巧，提升代发资金沉淀，降低揽储成本；

【课程特色】干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学以致用；投入，案例精

彩

【课程对象】银行相关业务员工

【课程时间】6-12 小时

【课程方式】讲师讲述、活动研讨、案例分析。

【课程大纲】

课程导入：在竞争日益繁重的背景下，银行如何赚钱？

银行 80% 的收益源于利息差，即：贷款利息-存款利息；银行 20% 的利润来源于中收，即：保险、基金、理财、信用卡、贵金属等。伴随贷款利息逐年下降的客观存在，如开展**低息揽储**是各家银行共同需要解决的问题，最有效的解决方法就是提升存款中的活期存款占比、降低存款中的定期占比。这个道理说起来很简单，只是如何去操作，这是一个银行间普遍面临的问题。

活期存款揽收重点在于工资代发、社保代发、商贸客群经营流水揽收。

课程互动：存款中的活期存款主要源于哪里、哪些客群贡献、如何开展活期存款揽收？

第一部分：商户收单

【课程重点】：商户外拓的重点在于向商户推荐行方的收单业务（二维码），营销的开展“简单又粗暴”，集中表现为“晓之以理、诱之以利、动之以情、绳之以法”，拿手续费、到账时间、赠送礼品、动用人情，甚至“哭穷”来搞定老板，但是后续收单业务是否使用、使用效果怎么样，都说不清楚。如上的营销方法很普遍，不过真的很 LOW，商户收单业务、商户外拓不是这么玩的！商户不仅可以贡献活期存款，还可以成为银行长尾客户激活、新客户获取的渠道。

课程导入：从一则燃爆银行从业人员微信朋友圈的推文说起

课程导入：商户收单业务黄金期已经来临

第一课：线下实体店选择的逻辑

课程互动：商贸类型林林总总，选择线下实体店的逻辑是什么样的？

1、亲子客群非金融述求

- 亲子教育
- 主题培训优惠购

2、女性客群非金融述求

- 健康、漂亮

3、有车一族非金融述求

- 用车服务

4、工薪客群非金融述求

- 生活品质提升
- 主题培训优惠购

5、其他客群

- 购物有优惠

阶段总结：线下实体店的选择，依托的是行方首先明确自身经营客户群体，接下来明确其消费频次集中的线下实体店，当然在该过程中，同时要考虑的也包括交通的便利性、消费场景的多元性、与网点的距离、前期是否与行方开展过异业联盟活动。

第二课：线下实体店沟通的技巧

课程互动：如何与线下实体店沟通？

1、商贸客群金融需求及非金融刚需探寻

- 金融述求：储蓄、短期理财
- 非金融述求：客户导流、电商指导、营销联动

2、商贸客群沟通技巧

- 案例分享：双引流活动方案讲解（一阶段）

3、商贸客群沟通分享

- 培训机构
- 婚纱影楼
- 手机卖场
- 药店
- 蛋糕店
- 水果店
- 眼镜店
- 家纺店
- 家电卖场
- 加油站
- 饭店

阶段总结：与线下实体店负责人沟通的重点在于，我能为“您”提供的是什么？

第三课：线下实体店活动策划与业务叠加

课程互动：大家是如何理解“线下实体店活动策划”的？

1、商贸客群活动策划与执行

- 店面促销活动策划
- 优惠卡券推广
- 网点商家展示
- 联动促销活动组织

2、银行对商贸客群的关键措施

- 厅堂商家展示
- 日常商户互动

3、线下实体店业务叠加

- 案例分享：西藏阿里农行商户活动
- 案例分享：江苏连云港邮政商户活动

4、金融业务前沿阵地的打造

- 案例分享：双引流活动方案讲解（二阶段）
- 金融产品对实体店消费者的全线导入
- 安徽马鞍山邮政“月月有惊喜”活动
- 招商银行“掌上生活”APP

阶段总结：线下实体店活动策划可以分为两个部分，第一部分：依托存量收单商户“贡献度分析”为基础，开展沙龙活动！第二部分：针对线下实体店开展多方式的客户引流，助力商户经营。

第二部分：代发经营

【课程重点】：现实中，各家银行花大力度着手于拓新、维稳、策反代发客群工作，集中在业务开展过程中表现出“重开发、轻维护、缺配合、难留存”、在效果上体现出的“费力不讨好”，集中体现在代发资金沉淀效果“触目惊心”，我们需要系统的方法，首先解决的是存量代发客户资金沉淀、接下来解决代发客户价值深挖、策反他行代发客户资产转移到我行，在做到如上基础下，尝试开展代发企业的获取。代发业务的开展常规分为五个场景，每个场景分别解决了代发业务开展过程中，不同阶段面临的问题。

1、厅堂场景：通过专属权益展示、一句话营销、存量客户告知，做代发资金存留及金融产品交叉销售，降低代发资金流失并提升代发客群贡献度；

2、社区场景：通过依托社区联动，入驻代发客群聚居社区的方法，从“源头”处开展客户分流，降低代发资金集中外流、降低厅堂营业压力、为客户营销赢取时间；

3、企业（机关）场景：通过入驻存量代发企业、他行代发企业及机关，开展活动，为后续各项营销工作奠定基础；

4、消费场景：通过聚焦代发客群消费场景，通过聚合支付，打造代发资金闭环、降低资金流失；

5、获客场景：通过银政企三维联动的方法，批量获取有价值客户信息，为后续开展目标企业走访奠定基础；

【课程重点】：厅堂场景、社区场景、企业场景、消费场景、获客场景的逐一讲解。依旧是代发客户资金存留的重要场景，依托权益展示、活动告知、开口转介，将当前代发客群专属活动“广而告之”，为代发资金留存奠定坚实基础。

第一课：厅堂场景

1、代发客户营销重点

- 客户关爱：健康建档和厅堂温暖服务
- 小利益诱发

2、代发客户留存策略

- 留存月月领：
- 留存累计礼：

第二课：社区场景

1、社区经营切入点

- 党建引领共建和谐社区
- #### 2、社区场景操作中的风险点
- #### 3、社区经营活动方案
- #### 4、社区经营活动执行

第三课：企业（机关）场景

1、代发企业（机关）入驻活动开展流程详解

- 前期准备
- 中期执行
- 后期跟进

第四课：消费场景（第一部分）

第五课：获客场景

案例分享：江苏常州某邮政一次活动获取一亿三百万代发案例

1、优质老年客群代发资金获取渠道讲解。