



增户扩面 提质增效

——多渠道获客与精准营销

一、【课程背景】

你是否经常有这样的遭遇和困惑：

- ◆ 整村授信，空心村如何解决，如何用时换空间？
- ◆ 整村授信中如何提高用信率，实现“授用一体”？
- ◆ 走千访万，如何实现从“走出去”到“走得更好”的有效转变？
- ◆ 我行的产品与政策貌似不那么给力，客户总是表示其他行的更好，怎么有效留存及策反？
- ◆ 如何发展外出务工客群、年轻客群，有什么好的方式方法可以借鉴？
- ◆ 如何资源整合，高效实现场景化营销、搭建用信场景？
- ◆ 不同产品，客群不同、获客渠道不同、营销方式不同，如何实现精准营销？
- ◆ 如何构建“线上+线下”、“存量+新增”四位一体的营销渠道？
- ◆ 销售工作仍旧是产品推销导向而不是客户需求导向，以推销员的身份向客户推销多个产品，沟通成本高、客户感知差，而且销售业绩还总是不理想，如何解决？
- ◆ 新形势下贷款营销的有效打法有哪些？

二、【课程收益】

- 1、 改变传统整村授信方法，整村授信+整群用信有机结合；
- 2、 有效盘活存量客户，快速提额，以客带客；
- 3、 改变意识，突破传统，提升营销基本功，学习深耕三农新思路新打法；
- 4、 学习外出务工客群、年轻客群的实战营销技巧；
- 5、 了解并掌握授信不用信的六个原因、用信激活的三大策略；
- 6、 深度学习农村营销、社区营销、商圈营销、机关营销、存量激活营销的实战营销技巧

三、【培训时间】

2天

四、【课程大纲】

一、“党建+金融”扩面强基新思路新方法

1、新思路：支农支小的必要趋势

- 客户需求变了
- 竞争形势变了
- 营销方式变了

案例分享：“家庭银行”商业模式

2、新思路：中小银行营销面临的三大难题

- 获客难：坐“椅”待币到主动营销；
- 留客难：产品关系到情感关系；
- 成交难：销产品到销自己；

3、新营销：营销突围的三把利刃，产品、营销、服务

- 产品：从本身价值到附加价值；
- 营销：从营销技能提升到营销模式转型；
- 服务：从客户服务到客户体验；

4、新营销：“党建+金融”，助力乡村振兴

- “党建+金融”五大平台建设；
- “党建+金融”六大核心工作及执行流程；
- 党员先锋的“六个一”规定动作及考核机制；

二、深耕三农：从“整村授信”到“整群用信”

一) 核心理念：农区精准营销的“三个关键”

1、明定位：客群分类、精准营销

2、精营销：核心动作——五个一

- 一村一活动
- 一村一座谈
- 一村一启动

- 一村一走访

- 一村一导流

3、提质效：用信激活、多产品营销

二) 标准流程：深耕三农精准营销“五步法”

1、农区精准营销第一步：营销准备

- 村组对接

- 物料准备

- 人员分工

2、农区精准营销第二步：方案制定

- 产品方案

- 活动方案

3、农区精准营销第三步：宣传告知

4、农区精准营销第四步：宣讲会召开

5、农区精准营销第五步：跟进维护

三) 过程管理：农区精准营销“四化建设”

1、技能提升日常化

2、客户管理精细化

3、客户活动常态化

4、成交转化持续化

三、商圈营销：短期引爆，长期有效

1、外拓营销：发掘银行营销的“蓝海”

- 银行“营销突围”势在必行

- 外拓营销：从“坐以待币”到“主动营销”

- 外拓营销的十要素

2、核心理念：银行商圈营销的“七个关键”

- 融客户教育于微信、微博互动

- 创造周期性到访需求

- 设计事件营销与氛围营造

- 利用渠道创造客户流量
- 利用内部资源实现外拓
- 锁定核心价值客户群，实现类群营销
- 充分做好三个联动

3、流程设计：银行商圈营销“六步法”

- 第一步：营销准备
 - ◆ 工具 1：银行外拓营销调研表
 - ◆ 工具 2：银行外拓营销个人物料准备
- 第二步：打破陌生
- 第三步：挖掘需求
- 第四步：产品介绍
- 第五步：异议处理
- 第六步：礼貌离开

4、深耕商圈：进商区营销实战策略

- 商圈客户的批量营销技巧
- 商圈客户生态圈建设
- 商区客户的沟通策略技巧
- 如何向商区客户推荐银行优势产品

第三战场：社区营销：三次导流，把人才变财气

1、社区是营销中的一块大蛋糕

- 社区化生活方式越来越火
- 传统营销渠道竞争加剧催生创新
- 社区蕴藏着巨大无比的潜力

2、进入社区：攻克社区营销的障碍

- 物业公关，冲破社区营销的第一道屏障
- 建立一个可以信赖的关系网

工具：社区侦查表

3、策划方案：银行社区营销开展的指南针

- 深入调查，审视营销靶心
- 量体裁衣，确定活动对象

- 活动的组织实施三步走
- 规范员工形象
- 设计促销主题
- 信息发布与终端宣传
- 几种常用的促销活动如何操作
- 促销活动的过程控制

4、社区营销的三次导流技巧：

- 围观导流
- 网点导流
- 再次导流

5、线上营销：银行社区营销的新武器

- 社区团购群
- 业主 QQ 群
- 微信及微信公众号

四、机关及园区营销

1、深耕园区：进园区营销实战策略

- 对公营销和个人营销的异同
- 园区企业的拜访模式
- 园区企业金融需求分析
- 公私联动的技巧

2、深耕机关：进机关营销实战策略

- 关系营销：天网、地网、人网的完美结合
- 高层切入法与底层渗透法
- 借力营销：利用第三方合作
- 机关客户的业务推荐技巧
- 大胆挖转他行客户

五、整合营销：银商联盟快速实现批量获客

1、从“抢位”到“卡位”——打造生态整合营销

打造整合营销四大法则

- 法则一：抢位法则
- 法则二：突进法则
- 法则三：切割法则
- 法则四：卡位法则

抢位案例研讨：商户选择与活动策划

突进案例研讨：异业整合与终端连锁

2、银商联盟整合营销合作谈判

- 银商联盟商家选择的两个标准：刚需、多频
- 银商联盟合作的谈判实战技巧
- 合作谈判的工具准备

3、银商联盟批量获客的固化管理

- 资源管理
- 开发过程管理
- 合作执行过程管理