

商业银行开门红课程

前言：随着银行间竞争的不断加剧，以及受整个市场环境的影响，尤其是今年的疫情影响，银行一年一度的开门红变得越来越难做，另一方面，开门红期间业绩整体压力变大，员工也越来越来无感化。如何做好开门红，就要从重塑营销体系做起，从管理层到营销层两个方面来解决开门红营销战略问题。

课程背景：

本课程就开门红整体实施给出具体实施操作步骤，确保春季营销活动保全年、领先同业争第一的目标实现。通过对本课程开门红—营销总策划与产能倍增之道的系统学习，使学员对银行营销有一个系统的策划框架，从而帮助银行打响开门红。通过对本课程的系统学习，营销技能提升以及系统学习营销实施的步骤。达到功在银行、利在员工、益在客户，提升客户价值、提升银行业绩、提升团队素质、提升员工薪酬的目的。

课程收益：

- 1、 掌握银行营销现状与未来趋势
- 2、 了解开门红意义所在
- 3、 开门红的创新型打法
- 4、 开门红中的营销技巧

课程大纲：

第一讲：开门红营销新特点

一、客户金融习惯的改变

- 1、单一储蓄产品向多元化产品配置
- 2、客户单一金融需求到非金融需求
- 3、网络支付和平台的冲击
- 4、物理网点依赖性减弱

二、宏观经济面的低迷和不稳定性

- 1、政策不稳定性带来的社会投资和资本流动的不确定性
- 2、务工群体返乡和本地化
- 3、传统流动性淡旺季的平均化

三、变革时代的到来

- 1、同业新变革
- 2、金融网点新模式

四、我们该如何应对

- 1、客户价值链的变化
- 2、员工价值链的变化

第二讲：开门红管理困局及破解之道

一、定目标

- 1、业绩目标

2、机构收入

3、蓄客数量

4、目标分解及规划面谈

二、定路径

1、数据转化率

2、机构收入营销成功率

三、定抓手

1、电话邀约

2、外拓/精准走访

3、自主/联谊会

4、爆点/优惠活动

四、节点控制

1、计划评审

2、主动汇报，信息获取

3、事后复盘

第三讲：开门红行动计划

一、守住厅堂阵地

1、厅堂氛围营造

2、厅堂服务与厅堂微沙龙

3、2个100%落地

二、新媒体营销

1、二维码引流

2、朋友圈营销

3、短视频直播

三、有效开展外拓片区走访

1、现阶段外拓营销现状

2、客户经营五阶段

3、外拓营销 12 字口诀

4、客户跟进 1369 模式

四、真正关注存量客户

1、向存量客户要产能——客户分类经营

2、中端客户重营销，出产能

3、高端客户保规模，防流失

4、抓心客户 9 宫格

5、定期跟进工具

6、持续关怀谈资

7、由社会空间进入私人空间

五、营销活动策划

1、为什么要频繁的做各类活动

2、我的主要客户群体是哪些

3、我的客户群体有什么特征

4、我的客户群体的营销痛点是什么

5、透过不同客户群体的非金融需求的满足而满足金融需求

6、几类不同客户群体营销活动示例

7、会议营销运营模式

第四讲：营销技巧实操训练

一、销售基本功训练

1、说

2、问

3、听

4、引

5、心

6、赞

二、模压训练

1、巧妙引导、激发需求

2、突出核心、展示亮点

3、强调利益、因客而异

4、罗列证据、反复证明

5、专业易懂、贴近生活

三、SPIN 销售法

1、背景问题

2、难点问题

3、暗示问题

4、利益问题

5、需求访谈逻辑结构和诊断工具

四、客户异议处理

- 1、嫌货才是买货人
- 2、表示理解
- 3、澄清确认
- 4、解释说明