

《商业银行保险和代发工资业务拓展以及厅堂微沙龙策划》

陈德胜 博士/教授

宏观经济与商业银行经营管理专家

课程背景：

(1) 在整体资本市场低迷、存款利率下降、中间业务收入差距较大、客户可购买的金融产品缺乏多元化等多重因素推动下，配置方面，客户对保险的需求空前旺盛，而且这种趋势未来仍将持续。逆周期特征下，保险产品竞争优势突显。但在面对银行中长期专业销售能力不足、客户资源枯竭、休眠客户激活困难等问题，如何更好满足客户全生命周期的保险需求，从而实现营销突破变成了当前业务的重要课题。

(2) 代发是基础，留存是王道，转化是铁粉，代发工资业务具有金额大、周期性强、客群结构集中的特点，稳固了银企关系，深化了合作内涵，更重要的是代发工资业务为银行提供了大量稳定的优质个人客户，成为银行发展零售业务、资金留存的重要客户来源。在新的市场形势下，如何深入发展代发工资业务，挖掘存量和增量客户潜力，通过有效的客户活动和权益配置，显著提升代发资金留存率，是各家银行共同面对的问题。

(3) 随着银行之间的竞争日益激烈，作为竞争主力军的理财经理肩负着巨大的业绩压力，他们需要利用各种机会触达客户去做营销宣传。对于理财经理来说，每天客户上门办业务时是做产品宣传的好机会。而利用三五分钟的时间和客户来一场沙龙类型的沟通，既很好地利用了碎片时间又能起到良好的宣传效果，何乐而不为呢？而这种营销形式就是我们常说的“厅堂微沙龙”。通过有效的厅堂微沙龙活动，显著提升营销效率和效果，是各家银行共同面对的机遇。

为此，本课程：(1) 从市场趋势、客户需求等角度入手，以银保险业务营销为中心，从渠道分析、营销动作、客群切入、运作推动等方面给予逻辑、方法、工具和实操技巧，真正帮助营销团队在当前市场背景下推动渠道完成转型和突破。(2) 通过代发实战案例，提炼出代发业务开发和代发客群营销项目方案，相信能够比较系统地帮助银行在代发工资业务上增户提质、锻炼队伍、完善机制，增强银行核心竞争力

(3) 通过厅堂微沙龙活动解析，提炼出高效营销方案，增户提质、锻炼队伍、完善机制，增强银行核心竞争力。

授课老师近 30 年的经济理论学习研究和金融工作实践经验，逻辑严谨，思路清晰；通过深入浅出的理论与案例分析相结合，通俗易懂。

课程收益：

- 1、学习了知商业银行保险和代发工资业务拓展以及厅堂微沙龙策划。
- 2、通过解读，帮助学员全面学习了知商业银行保险和代发工资业务拓展以及厅堂微沙龙策划活动的关键要素、方向和发展路径。

课程对象：

工行客户经理

课程时间：

1天，6小时

课程方式：

主题讲授+视频欣赏+情景模拟+案例研讨+学员分享+落地工具+头脑风暴

课程大纲

一、银保业务营销策略解析

（一）银保营销转型与提升的刚性

- 1.宏观经济形势与重要金融政策对银行业务推动的影响
- 2.新零售生态下的综合营销
- 3.资产配置的重要组成部分
- 4.弥补生命周期与财富周期的错位
- 5.实现不同时期责任的工具---不同保险类型的功能解析及适合群体

（二）营销动作优化策略

- 1.银行和保险公司的合作模式
- 2.银行营销银保产品的方式和手段---厅堂流量客户、系统存量客户、片区客户、网络获客
- 3.厅堂流量营销---厅堂营销和电话营销相结合
- 4.系统存量营销---推荐产品
- 5.活动增量营销---加强对产品的熟练掌握程度，做到心中有数

（三）常见客群与产品营销策略

- 1.储蓄偏好型客户营销策略---引导客户，增加接触机会
- 2.消费偏好型客户营销策略---客户需求挖掘

3. 房产偏好型客户营销策略---房价下行下的资产重配
 4. 投资偏好型/商户客户营销策略---尽量站在客户的角度去营销
 5. 中高端客户的资产营销策略---与客户开展充分的面对面的交流
 6. 财富管理类银保产品的销售技巧
 - (1) 保险可以当做理财产品卖吗?---增加接触机会
 - (2) 从“挖掘需求”到“创造需求”如何实现?---客户、家庭、朋友、亲属的需求挖掘
 - (3) 卖保险到底在“卖什么”?---客户性格色彩与营销对策
 7. 财富需求转变之：养老
 - (1) “以房养老”的转移---银保客户分类与个性化营销话术
 - (2) 财务目标的统一---对接客户的安全、风险、流动三大金融需求
 - (3) 人口红利下降后的调整（案例）
 - (4) 有效工具，功能及细化功能配合（年金和增额终身寿）
1. 客户排查准备---以契合客户身份的观念产品话术来强化客户心理认同
 2. 网点营销氛围支撑---销售前确定好每个步骤需达成的目标效果
 3. 增值服务体系支撑---掌握穿越周期的家庭财富进阶营销能力
 4. 活动策划支撑
 5. 人员激励设计
 6. 技能提升推动---引导性问话与引导客户认同的实操技巧
 7. 过程督导管控体系
- 学员分组：银保业务营销的有效策略与方法**

二、银行代发工资业务拓展解析

（一）代发工资业务的特征分析

1. 源头性---集团类客户、政府机构类客户、事业法人客户、小企业主类客户、社区生态圈、校园生态圈
2. 稳定性---做好产品及渠道资源整合
3. 联动性---关键部门的沟通与协调：财务部门、人力部门、办公室、工会、退休办
4. 一贯性---公私联动、理财联动、个贷联动、信用卡联动、银保互动、银政互动、商会互动、中介互动
存量企业客户转介
5. 强粘性---人数多的企业、薪金额高的企业、可以提升较多的企业、年轻客户群多的企业

（二）代发工资业务综合营销突破路径

1. 丰富获客渠道---政府类优质客户、机构类客户、存量客户、新增客户
2. 开展客户活动---客户的需求（情感、专业、产品）
3. 创新定制服务
4. 做好精准营销---跨部口联动机制
5. 加强线上经营
6. 推进分级管理---好操作、容易懂、好体验

（三）代发工资业务营销保障措施

1. 顶层设计是前提---提高客户价值贡献度：留存率、提升策略
2. 有效承接是重点---焦点吸客、触点活客、痛点激客
3. 机制建设是先导---授信对公客户及其关联企业
4. 科技支撑是关键
5. 网点诊断，发现新潜力
6. 氛围打造，创造吸引力
7. 岗位定责，打造协同力

- 8.管户提质，发挥营销力
- 9.通关提能，提升专业力
- 10.机制深推，发展持久力
- 11.电话营销及维护
- 12.短信/微信营销及维护
- 13.厅堂代发客户维护
- 14.微信群日常维护
- 15.异业联盟提升客户权益
- 16.理财沙龙
- 17.公益讲堂上门宣讲

分组讨论：银行代发工资业务拓展的有效策略与方法

三、厅堂微沙龙营销解析

(一) 简介

- 1.概念
- 2.特点
- 3.分类
 - (1) 服务型微沙龙
 - (2) 营销型微沙龙
 - (3) 服务+营销型微沙龙
 - (4) 有奖问答型微沙龙
 - (5) 情感营销型微沙龙
 - (6) 直入主题型微沙龙
 - (7) 对比式切入型微沙龙

(二) 功能和目的

- 1.收集客户信息
- 2.为重点产品或活动进行预热
- 3.安抚客户情绪，增加客户粘性
- 4.提升客户体验，顺势营销产品
- 5.开拓意向客户，挖掘潜在客户

(三) 基本准备

- 1.物料的准备：可移动白板、小蜜蜂（扩音器）、营销折页(+随手礼)、计算器、名片、便签
- 2.内容的准备：协调秩序+事务性寒暄+金融知识普及+产品宣讲+营销突破
- 3.基本要求：讲解精炼、流程完整、注重观察、把握频率、持续跟进

(四) 开展流程

- 1.初始互动、配合开场、受益提示、过程把控
 - (1) 引起兴趣
 - (2) 引入主题
 - (3) 自我介绍
- 2.折页发放、集体宣讲、重点突破

(五) 策划和执行

- 1.沙龙的主题确定和有效性
 - (1) 关键要素之一：客户有效档案
 - (2) 管家要素之二：有效主题及延申---开场有效、主题合适、过程互动、工具有效、产品合适
- 2.一个好的沙龙的三要素
 - (3) 逻辑引导大于直接销售

(4) 相互搭配，事半功倍（工具搭配，人员搭配，时间工具和风险工具组合）

(5) 沙龙后让影响力继续持续，助力活动后销售

3. 演练和复盘

分组讨论：厅堂微沙龙营销的有效策略与方法