

《代发客群新媒体营销》

用新媒体工具赋能客户经理

主讲：何威

【课程背景】

近几年，随着互联网不断的发展，我们的企业客户不断被蚕食，员工干劲不足，导致我们的服务越来越远离顾客，为了扭转这种局面，某些中小银行转而与同业打起了降息提利价格战，致使成本不断增加，利润越来越薄弱，最后只能被市场淘汰。为了改变现状，许多银行也在不断寻求方向但是苦于没有方法。如何在这种大环境下让员工动起来、走出去、去创新的玩转营销，那么开拓的思维与高端的营销技巧最为关键。

何威老师利用大量实践和经验，将自己的且具有自主知识产权的《实战沟通销售七步法》与传统销售行业优秀的营销技巧，并结合企业实际情况，总结出一套适合银行的场景化营销的打法，利用营销思维与技巧作为重要的手段，结合新媒体运营，将线上线下巧妙结合，打造体验式营销场景、管家式服务，从而带动银行数字化增长。

【课程收益】

代发工资客群触达难：沉寂在 CRM 系统难以联系；
代发工资客群交互难：给客户发消息却得不到回复；
代发工资客群资金沉淀难：工资一发立即转到别的银行；
代发工资客群获客难：银行业的竞争加剧，新客户的获取变得越来越困难；
代发工资客群运营难：缺乏精细化的产品运营策略，无法满足客户的个性化需求，从而导致客户流失；
代发工资客群维护难：一不小心就会造成客户『回巢』
深入了解银行新媒体营销工具及使用，学员可以跟随何威老师了解短视频、直播、私域社群运营的全过程，体会银行如何运用新媒体营销工具实现团队业绩增长；
针对银行特定客群的新式开发及维护，赋能银行客户经理营销技能；
得到实践验证的方法和亲历者授课

《社群私域运营工具包》--社群运营 20 个必备工具与 SOP

《短视频运营工具包》--短视频运营 5 个必备脑图与工具

《直播运营工具包》--直播运营 10 个必备脚本与话术

三大类客群线上线下一体化活动方案

拍摄一部生动的 Vlog

拍摄一部富有喜感的办公室生活

拍摄一部反电诈宣传

拍摄一部直播类宣传短视频

一场实战直播模拟

一个银行新媒体营销全链路图

【课程特色】

干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】

主管部门负责人及员工

【课程形式】

理论授课、分组讨论、案例教学、现场任务、模拟演练等

【课程时间】

2-3天（6小时/天）

附：辅导需求根据各家情况“一行一策”制定周期安排

【课程大纲】

第一讲：代发客户分析与营销策略转变

一、银行代发工资客群运营的难点

1. 代发工资客群触达难：沉寂在 CRM 系统难以联系；
2. 代发工资客群交互难：给客户发消息却得不到回复；
3. 代发工资客群资金沉淀难：工资一发立即转到别的银行；
4. 代发工资客群获客难：银行业的竞争加剧，新客户的获取变得越来越困难；
5. 代发工资客群运营难：缺乏精细化的产品运营策略，无法满足客户的个性化需求，从而导致客户流失；
6. 代发工资客群维护难：一不小心就会造成客户『回巢』

二、代发客群传统营销到新媒体营销的角色转变

1. 改变营销习惯，让代发客群喜欢
2. 线上线下相结合,让营销不再 EMO

思考：“短视频+直播+社群”如何赋能银行代发客群？

第二讲：“针不戳”的银行代发客群新媒体矩阵式打法

一、6个甜蜜暴击赋能银行代发客群

1. 讲好品牌故事：发布银行故事，树立银行形象，提高银行产品知名度和代发客群粘性。
2. 创意短视频：制作创意短视频，吸引代发客群关注和参与活动，提高代发客群活跃度和转化率。
3. 互动营销：通过新媒体平台推出互动性强的营销活动，吸引代发客群参与，提高互动性和粘性。
4. KOL 种草：通过银行全员在朋友圈及短视频平台推广银行产品和服务，帮助代发企业种草相关产品,促进代发客群转化。
5. 跨界合作：与代发客户及其他品牌开展跨界合作，通过新媒体平台发布合作信息和优惠活动，吸引代发客群关注和参与。
6. ChatGPT：智能 AI 机器人,提升代发客群管理效率,做好代发客群维护。

二、“真香”的银行新媒体私域运营 3 大法宝

1. 银行代发客群短视频+直播+社群的矩阵搭建
2. 银行代发客群短视频营销 5 个直呼过瘾的技能

(1) 内容创意营销-吸引代发客群

- (2) 推出互动短视频活动-与代发客群建立粘性
 - (3) 个性化定制服务-深度服务代发客群
 - (4) IP 人设打造-让代发客群信任
 - (5) KOL 合作推广-深入代发客群，给银行客户种草同时挖掘客户产品价值
 - (6) 辅助客户种草并创造交叉营销
3. 让人直呼内行的银行代发客群直播运营 6 策略
 - (1) 建立直播平台矩阵-让代发客群无处可藏
 - (2) 金融知识普及和推广-对代发客群精心投教
 - (3) 互动直播活动-融入代发客群生活
 - (4) 个性化定制服务-深入代发客群内心
 - (5) 专家/网红主播-美丽让客群停下,智慧让客群留下
 - (6) 直播数据监控和优化-对直播活动整体复盘

案例：某行“助农助企”1 年 1000 场直播，为代发企业创造价值，做行业专家，沉淀私域流量，向场景要产能。

案例：某行以双十一为契机，打造代发企业商家联盟场景，通过直播形式推广贷款产品。

案例：某行以毕业季和高考季以切入点，搭建引流场景，通过企业微信沉淀私域流量。
 4. 代发客群社群运营的现状
 5. 代发客户社群用户 5 大社死现场
 6. 银行代发客群私域社群分层管理
 - (1) 金融类社群
 - (2) 非金融类社群
 - (3) 核心社群
 7. 整合金融服务融合社群营销

围绕不同人群身上具备的不同标签特征，来匹配对应专属社群场景服务、产品、营销活动和客群权益服务。
 8. 拓展生活服务融合社群营销

如生活服务群、视觉体验群、商品购物群等，为代发薪客群提供更加全面的服务。
 9. 打造优质场景内容融合社群营销

银行可以通过 UGC（用户生成内容）或 PGC（专业生成内容）的方式，为代发薪客群提供有价值的内容，以吸引更多的用户。
 10. 搭建用户成长体系融合社群营销

为代发薪客群提供积分奖励、会员等级晋升、优惠券等福利，以提升用户的留存率。
 11. 代发客群企业微信/微信群 SOP 运营示例
 12. 做好三大类代发客群的线上线下一体化维护
 - (1) 行政事业单位（公务员、教师等）
 - (2) 企业服务公司（劳务中介、代账公司等）
 - (3) 企业单位（老板、中高管、员工等）

实操：分组进行实操，分别产出三类客群线上线下一体化活动方案，择优选取予以交付

三、私域流量 企业微信/微信客户经营

1. 企业微信/微信基本操作

批量添加客户的两种方式

2. 新客户的企业微信/微信添加方式----面对面

实操：面对面添加代发客户小技巧

3. CRM 系统客户筛选添加

4. 原有代发客户的迁徙（企微）----微信群发、朋友圈

5. 原有代发客户群的迁徙（企微）----上下游

6. 常见朋友圈代发客群引流方式

7. 代发客户经理主页装修（企微）

实操：装修个人主页，制作名片，发朋友圈引流获客

8. 企业微信/微信朋友圈

(1) 打造朋友圈个人 IP

(2) IP 打造的方式----角色破冰、专业破冰、信任破冰、价值认同

实操：设置朋友圈个性用户和封面

实操：制作一条带推荐产品的朋友圈

(3) 朋友圈发布时间

(4) 如何优雅的在朋友圈发广告

任务：制作三条朋友圈（知识类，福利类，服务类）

第三讲：让代发客群短视频运营顾盼生辉

思考：短视频只能拍自己吗？能否用短视频为客户赋能？

一、人设定位

1. 人设 IP 定位 5 个绝绝子妙招（银行+企业）

2. 银行短视频账号定位解析

3. 抖音封号的 8 大原因

二、短视频内容策划

1. 短视频内容定位

(1) 日常

(2) 搞笑

(3) 专业

2. 做好内容方向

3. 短视频代发客群用户需求定位

(1) 目标用户画像

(2) 挖掘目标用户人群的痛点

4. 短视频内容策划原则

(1) 娱乐性原则

(2) 价值性原则

(3) 情感性原则

5. 短视频脚本设计

(1) 短视频脚本的类型

(2) 脚本的前期准备

实操：编写分镜头脚本

三、短视频拍摄方法与实战

1. 景别

由于拍摄工具与被摄主体的位置距离不同，导致被摄主体在拍摄工具取景器中呈现的画面的范围大小不一样，而这个画面范围就是景别。

2. 拍摄角度

- (1) 拍摄距离
- (2) 拍摄方向
- (3) 拍摄高度

3 光线运用

- (1) 光位
- (2) 光质
- (3) 造型光

4 视频画面构图

- (1) 画面构图形式元素
- (2) 画面构成结构元素
- (3) 画面构图要求

5 运镜

- (1) 镜头的推、拉、摇、跟
- (2) 综合运动镜头

四、短视频后期剪辑-剪映

1. 制作希区柯克式变焦效果
2. 制作曲线变速
3. 剪辑好物分享视频

五、短视频优化与发布

1. 短视频的优化
 - (1) 优化短视频封面
 - (2) 优化短视频标题
 - (3) 添加话题标签
 - (4) 短视频发布时间
2. 短视频的发布

六、短视频的内容打造营销新思路

1. 爆款引流短视频特点
2. 打造爆款短视频
 - (1) 短视频平台算法机制
 - (2) 长尾效应
 - (3) 创作分类
 - (4) 视频分类
 - (5) 变现形式
 - (6) 视频定位
3. 短视频营销新思路
 - (1) 短视频的九种主流玩法

七、短视频拍摄实战

1. 为客户拍摄生动的 Vlog
2. 为客户拍摄付有质感商业广告片
3. 为客户拍摄震撼的企业宣传片
4. 为客户拍摄直播带货类宣传短视频

以小组为团队，根据确立的短视频选题、脚本和所学拍摄剪辑技巧，进行分工拍摄和剪辑，形成最终作品。

结果产出：形成作品+学员自评+学员互评+老师点评+择优选用

第四讲：代发客群银企联动直播技巧实战

一、代发客群直播类型

1. 电商直播
2. 理财直播
3. 金融产品营销直播
4. 银企联动活动直播

二、金融行业直播带货的“不行”与“行”

1. 各大平台对金融行业直播带货的约束
2. 银行人在直播带货领域该如何“曲线救国”？
3. 信用卡营销直播可以做到哪一步？
4. 手机银行可以通过直播拉新促活吗？
5. 贵金属产品该如何直播带货？

三、银行直播的4大切入点和落脚点

1. 行长直播

可盐可甜，即可客串又可卖货，让客户看到不一样行长形象

案例：行长联合名嘴韩乔生主持村超

某县一银行行长与县长共同助农直播卖货

2. 党员直播

扶贫助农、暖心慰问、带头表率服务民众--皆可播

3. 助力乡村振兴直播

整村授信现场直播，线上线下同步行

入户调研做直播，展现新农村、新风采

当地特产往外销，助农直播我看行

采访纪实、直播卖货，打造新时代服务型银行

4. 助力企业发展直播

帮助企业做带货直播（企业产品专场直播-口播广告、产品展示等）

辅助企业做宣传直播（如：走进某某某企业，探索不为人知的奥秘

等）

联合企业做活动直播（宣传活动、公益活动等）

四、主播人设——构建IP化主播 增强用户粘性

1. IP、人设、知识产权、品牌的解读
2. 主播IP的包装与丰富策略
3. 主播IP的构建与实施路径
4. 主播IP打造的元素模型与策略

实操：主播IP打造的规划

五、主播的呈现技巧及镜头感训练

六、主播销售技巧及引人上头的高转化话术

七、开播准备——直播的人货场的拆解

1. 直播间的系统搭建
2. 直播间的直播设备使用
3. 直播单场的选品/内容规划

4. 直播用户画像构建与拆解

实操：直播设备使用、用户画像拆解

八、直播引流——流量广撒网 用户精获取

1. 直播内容的选题规划与设计
2. 直播内容的标题设计与创意
3. 直播内容的文案策划与创意
4. 直播内容的海报设计与制作
5. 直播内容的 H5 设计与制作

实操：标题、文案、海报、H5

九、直播流程——直播全系流程的规划与设计

1. 主播运营团队的组建与工作流程
2. 直播的排期与规划
3. 直播的预热策划与营销计划
4. 主播单场直播的流程脚本
5. 直播的产品卖点与买点提炼设计
6. 主播的五步直播脚本设计

模拟直播间

以小组为单位，组成临时直播团队，密切分工配合，模拟直播前、直播中和直播后全链路流程

结果产出：形成方案+全程模拟+学员自评+学员互评+老师点评+筛选优秀人

才