

全场景化信用卡营销让你的业绩一飞冲天

——向信用卡销冠学习发卡营销中的策略及技巧

课程背景：

在国家大发展的战略布局下，全面脱贫已经实现，下一步的目标是进入全面小康的时代，这给我们银行带来了全新的机遇。

信用卡在银行业务中占据举足轻重的战略地位，拓展发卡量、加大交易量、这些都是增加银行中间收入的核心方式。同时，这也对我们的一线营销伙伴提出了更高的要求，如何能在竞争激烈的市场中更多的抢占自己的份额，提升品牌在客户心中的地位，是摆在每位一线营销人员面前的一大挑战。

本课程从知名商业银行信用卡销冠的营销实战经验出发，帮助信用卡营销人员掌握营销方法和技巧，提升全员的发卡量和交易量，同时给学员提供一系列的使用营销工具，让学员能够达到“拿来即用，一用即会”的效果，同时解决学员在实际营销中遇到的心里问题，平衡好营销心态，保障达成平稳的营销业绩。

课程收益：

通过培训、演练、讨论、案例萃取等形式，让大家对信用卡销售的整体认知有所提高，对销售的思路有所拓展，对策略、目标、方案、执行有全域的掌握，从而达到顺利完成总部下达的任务指标，同时让学员能够带着问题来，拿着方案走，把问题留在课堂，为信用卡中心培养一支优秀的信用卡营销队伍。

授课老师：张光禄老师

课程时间：1~2天（6小时/天）

课程对象：信用卡中心销售部经理、主管、销售、银行支行营业部经理、主任、客户经理

课程方式：老师现场讲授+学员现场演练

课程大纲：

一、我们干的到底是一件什么样的工作？

1. 信用卡发卡工作在银行业发展中的战略意义及深远影响
2. 信用卡市场需求深度分析
3. 信用卡市场面临的机遇与挑战
4. 我国城镇化率指标攀升对信用卡市场的影响
5. 你和财富之间仅差这一张小小的卡片

二、当下营销现状分析

1. 我们对自己的绩效达成率满意吗？

每天都和前台巧周旋，时不时还躲保安
天天扫楼扫到腿抽筋，绩效没见咋增长
日日摆楼摆摊摆商超，摆的自己心发毛
领导任务指标追的紧，客户开发挺苦恼

2. 你是在做一件事情、一份工作还是一份事业？

- (1) 单纯的认为自己只是在从事简单的推销工作
- (2) 每天只想着眼前的业绩指标如何达成
- (3) 客户销售只是简单的买卖行为

3. 为什么我们很努力还是没能达到我们想要的结果？

- (1) 市场格局发生了翻天覆地的变化
- (2) 核心销售业绩达成公式分享

三、保障信用卡发卡任务达成的核心

1.定思维

- (1)想法决定思维，思维决定行为，行为影响成果
- (2)从结果思维转化为成果思维

2.定目标

- (1)你的目标到底是什么

现场互动：带领现场学员按小组进行当下目标梳理，并以小组形式进行分享

- (2)如何定好你自己的业绩目标

好的目标是推动你前行的无穷动力

例：浦发银行信用卡销冠日访 100 户的核心驱动力

- (3)突破你心中的边界，创造你的销售奇迹

通过对学员进行潜能激发，让学员从内心得到重生

例：浦发银行信用卡销冠的信用卡营销目标设定法

现场演练：分小组定出你的目标

3.定策略

- (1)为什么信用卡营销要制定策略

没有策略，业绩不会持续平稳输出，执行过程难以监管，每日工作浑浑噩噩

- (2)运用成功销售公式，为你带来更好的业绩

例：一个濒临被银行开除的营销人员运用成功销售公式实现信用卡业绩逆袭

- (3)线上线下全应用场景搭建，让你的业绩一飞冲天

- ① 线下直营创新模式：

陌拜：扫楼、扫街、扫商户

例：招商银行业务人员推销信用卡的核心“软功夫”

创新团办新模式：通过优质老客户进行高效团办转介绍

例：浦发信用卡销冠通过此方法在四大会计师事务所营销，实现最高三小时签单 100 人，并在此企业持续深耕，每日新增客户不低于 15 件，出件周期长达半年的时间。

商超路演、写字楼路演、社区联合路演、合作商户联合路演（影院、餐饮等）

例：1) 北京新世界百货国庆 7 天不打烊，团队 15 人破 1000 件业绩

2) 北京家乐福慈云寺店月度双休 8 天，团队人均 150 件业绩

3) 北京成龙耀莱影城深度合作，推出 1 元观影活动并设展位推广，人均每日签单 30 件

- ② 线上运营新模式：线上社群运营、线上直播带货、线上客户直推、线上客户转介绍

例：中信营销人员通过社群运营模式，不出三个月便完成全年销售指标

- (4)如何制定属于自己的专属营销策略

例：浦发信用卡销冠的信用卡营销策略

现场演练：带领现场学员进行分组营销策略的定制，并进行小组分享

4.盯执行

- (1)任务目标分解法

- (2)过程要分级分步执行

设置游戏化执行过程，提高执行兴趣度

- (3)自驱力的打造和应用

5.做考评

- (1)用当下产生的结果进行数据分析

- (2)绩效改善三步法缩短你和目标的差距

四、营销技巧加速目标达成

1. 充足的售前准备让你的营销事半功倍

- (1)挖掘信用卡产品核心卖点

信用卡分期业务卖点挖掘 信用卡积分卖点挖掘

电子支付卖点挖掘 信用卡增值业务卖点挖掘

(2)挖掘潜在客户的核心需求

现场演练：对本行信用卡卖点和客户需求进行小组通关

2. 客户购买商品的 5 大核心决策及应对方案
3. 销售过程中的 6 大核心障碍
4. 解决销售 6 大核心障碍的 8 大解决步骤
5. 客户异议处理的 3 大方法

五、营销心态决定你的营销效果

1. 心态决定执行过程的稳定性
2. 面对大量拒绝，我们该如何减小对我们幼小心灵的伤害
3. 心态自我调节的 5 大步骤