

# 银行零售条线综合营销技能提升

张光禄老师

## 课程背景：

基层营销团队的营销效果直接影响着总行的战略目标实现。伴随着市场的不断变化，客户思维的不断升级，同业竞争的不断加强，基层营销团队的营销难度也在不断地上升。提升我行基层营销管理团队的营销管理能力、综合营销能力、专业知识能力已成为保障早日实现总行战略目标的又一重要部署。

## 课程收益：

1. 全面提升营销团队的营销技能
2. 让学员全面掌握营销流程设计方法及背后的底层逻辑
3. 让学员全面掌握新时代数字化营销闭环打造策略
4. 针对我行当下营销存在的重点难点进行分析与解决
5. 让学员全面掌握客户购买决策、购买障碍的解决方法
6. 让学员了解并掌握未来客户经营的核心模式
7. 让学员全面掌握顾问式营销的核心策略及方法

## 课程受众：

本行全体零售条线人员及相关需求者

## 课程时长：

1天（6小时/天）

## 课程大纲：

### 一、营销与销售

1. 现场测试一下你的销售能力
2. 让我们重新定义一下我们既熟悉又陌生的营销和销售
3. 做好销售必须有的四大核心
  - (1) 拥有强大的信心——行业、公司、产品、目标、自己
  - (2) 梯度等级概念
    - ①销售的梯度等级划分
    - ②客户接受度的等级划分
  - (3) 卖方思维和买方思维的关系和运用
  - (4) 主动、主动、再主动  
**例：浦发销冠洗个车、加个油都能成功引起潜客的兴趣，留到潜客的微信，并进行营销**
4. 成功销售公式的深度分析  
**例：浦发销冠如何运用成功销售公式入职仅三个月即实现逆袭突破，弯道超车，直至超越既定绩效指标，实现全国销售业绩第一**
5. 营销中的 STV 三角形模型
6. 一切营销的底层基础
  - (1) 菲利普科特勒提出的营销 4P 理论
  - (2) 阿里巴巴提出人、货、场的 3P 理论  
**例：老师辅导中邮消费金融通过 3P 理论应用，实现绩效的加速达成**
7. 通过 3P 理论深度剖析反观自我
  - (1) 从两个维度看营销中的“人”
    - ①人永远是营销的核心

- ②内部和外部
- ③主动营销与被动营销的区别
- ④主动被营销与被动被营销的区别

(2) 我们到底有什么“货”？

- ①我们都有哪些贷款产品？
- ②通过 SWOT 分析法分析你的产品

**现场作业：将行内现销售的贷款产品进行深度分析**

- ③你的产品能解决客户的哪些具体问题
- ④不单要了解你的产品，更要了解你的竞品
- ⑤记住，你的解决方案也是你的产品
- ⑥多层次金融产品形成天然的销售漏斗
- ⑦设计你的爆品营销策略

**例：浦发销冠的爆品营销策略**

- ⑧放大你产品的公开象限（沟通视窗）

**例：中信、广发、平安银行信用卡产品的营销策划呈现**

(3) 不同的金融产品在营销中的相应的应用“场景”打造

- ①传统的多场景全面营销实践

**例：网点营销、柜面营销、沙龙营销、联合营销等**

- ②选对池塘养大鱼——客户的深度经营一定是未来的核心趋势
- ③重点打造互联网营销的生态闭环

**互联网 OMO 模式+社群营销+自媒体直播+线上线下论坛沙龙+门店营销+家庭聚会+爆品营销**

(4) 深度分析老师运用的全渠道拓展方案及背后的核心逻辑

**例：老师通过和网约车平台旗下运营公司合作，仅通过半年时间，便完成全年核心公私联动开发指标，同时完成 10 亿+揽存业务，双卡联动营销 4 万+（工资卡发放、信用卡发放），完成对公渠道合作商户开发 100+，开发专属个贷产品 3 个，开发专属理财产品 3 个，并通过裂变营销拓展，持续为银行拓展个贷及理财客户 10 万+。**

**现场作业：学员进行我们当下营销三要素的深度剖析，并做现场分析**

**二、通过我们的营销现状进行深度的问题分析与解决**

1. 为什么我们做沙龙和联合营销的效果并不理想？最后沦为形式主义？
2. 我看别人做广场舞大赛能提升网点绩效，我们也照着做，为什么效果并不理想？  
(1) 看事物过于追求表面成果，缺乏系统性的深度思考  
我们为什么要举办沙龙活动？活动的目的和意义是什么？举办这次活动的目标是什么？

**例：老师带队举办的读书会、演讲俱乐部、六一儿童蛋糕制作活动的营销动作分析**

- (2) 一切行为的背后都是有动机存在的
  - (3) 明确你举办沙龙活动和联合营销活动的动机和目标
  - (4) 活动后进行快速的客户沟通、回访，收集客户反馈，并制定相应的解决方案
  - (5) 建立更有针对性的二次活动和二次邀约
  - (6) 通过各类活动进行的陌生开发成交基本都在 5 次沟通以后，
  - (7) 对此次活动进行阶段性评估及修订迭代计划
3. 我们当下和社区、街道办的义工合作分析

- (1) 让我们一起来体验一下

**现场演练：大家按照上述的案例讲解，进行和社区合作的方案设计和沟通演练**

- (2) 所有的合作都要事出有因、名正言顺

- (3) 永远要站在对方的立场思考问题，你才有机会实现多方共赢
- (4) 沟通时运用好三个层次的目标（宏观、中观、微观），助力你促成合作

**例：老师今年 3.8 节和街道办组织的女性专题金融讲座加课间插花活动，不单获得了近 400 位社区的高潜客户资源，还获得了街道办领导的大力肯定，同时还有授课收入。**

### 三、运用流程的力量，为你的绩效加速——全流程的销售闭环打造

- 1. 确定好你的营销目标
- 2. 制定好你的营销策略
- 3. 设定好清晰的客户画像
- 4. 寻找目标客户所在场景
- 5. 目标客户触达
- 6. 目标客户需求挖掘及分析
  - (1) 客户需求分析
  - (2) 客户需求的分层管理
  - (3) 客户的需求挖掘

#### 现场作业：列出潜在客户 10 大需求

- 7. 根据客户做出购买决策时考虑的 5 大因素为客户提供系统的解决方案
- 8. 解决销售过程中常遇到 6 层障碍的 8 大解决步骤
- 9. 解决客户心中的异议处理
  - (1) 所有的异议处理由原于客户的认知差
  - (2) 心存疑虑，所以犹豫不决
- 10. 关于客户逼定

#### 例：客户购买前后的心理变化

- 11. 客户转介绍

#### 例：浦发销冠高效转介绍的两大核心方法

### 四、运用瓶颈突破理论制定你的营销策略

- 1. 瓶颈突破 5 步法
- 2. 处处发力等于白费力气
- 3. 找出你不满意的现状
- 4. 构建你的现况分析图并找出核心冲突点
- 5. 突破瓶颈，决胜市场

#### 现场作业：学员开始尝试制定出你的营销策略

### 五、销售技巧和销售话术

- 1. 成功销售技巧
  - (1) 合理有效的引起潜客的兴趣
  - (2) 运用赞美的力量去认同你客户的思维认知
  - (3) 给出符合潜客接受度的合理解决方案
  - (4) 标出你给出解决方案的合理价格及优惠策略
  - (5) 让你的客户从自己嘴里说出购买决策
  - (6) 快速完成签约，并完成你的产品交付
- 2. 销售话术
  - (1) 我的金融产品太多了
  - (2) 目前我用不到你们的金融产品
  - (3) 你们提供的信用贷产品利率太高了
  - (4) 你们批的经营贷额度不够我用的，我选择另一家的产品吧

**现场作业：列出你遇到的客户拒绝原因，最少写出 20 个，并对此进行话术设计，使其转变思维，购买你的产品**

## **六、现场答疑**

由于时间因素，最多可回答现场学员提出的三个问题

## **七、总结展望**

1. 永远不要放过任何有可能成交的机会
2. 今天是最适合签单的一天，永远让自己保持阳光、积极、全力以赴的状态

**例：丘吉尔将军在打马球时常常对天祈祷，请老天保佑我今天能够全力以赴**