

# 银行客户经理个人 IP 打造

张光禄老师

## 课程背景：

随着我国互联网化的全面推进，各家自媒体和银行 APP 的大力推广，加大了客户获取产品和服务信息的渠道，很多客户在购买金融产品、选择服务自己的客户经理上，已经从原来的就近原则和随机原则转化为更为精准新模式，转为向自己认为的更为专业的主播们进行金融业务咨询、接受主播们的金融产品推荐。这也是我们银行的客户经理和潜在客户存在大量信息差所导致的，沟通的双方都在按照自己的认知进行沟通，导致沟通不畅，阻碍营销业绩的增长。

为适应新的发展趋势，把握未来市场的战略高地，各家银行也开始对旗下的客户经理进行全新的营销尝试，通过对客户经理个人的 IP 进行打造，让潜在客户可以通过网络更高效、更全面的了解客户经理的专业度以及能为他带来的服务，从而降低了沟通成本及营销成本，将营销的效率进行了大幅的提升。

## 课程收益：

老师将带领现场学员通过深度思考、精准定位、动因分析、策略制定、内容策划、高效执行等多角度来进行系统化的学习个人 IP 打造的方法，并通过现场演练的方式，让所有的学员都能真正的掌握个人 IP 的打造的流程和方法，最终通过个人 IP 的打造的落地实践，实现营销绩效的全面提升。

## 课程对象：

银行所有参与营销的人员

## 课程时长：

1~2 天（6 小时/天）

## 课程大纲：

### 一、做好银行营销必须要考虑的三个必要因素：“势、市、事”

#### 1. 三个“势、市、事”之间的层次关系

##### 2. 想要扭转乾坤，你必须顺势而为

(1) 为什么很多人非常努力，但还是达不到自己想要的结果

**例：雷军创办小米成功背后的核心秘诀**

(2) 互联网全业态大发展的环境下，个人 IP 打造成为又一重要趋势

**例：招商银行的个人 IP 营销策略**

#### 3. 市场正在发生着巨大的变化

(1) 我国城镇化率指标的变化对银行营销的整体影响

**例：影响银行业二十年间营销变化背后的逻辑**

(2) 互联网时代大背景下的银行营销的策略调整

**例：浦发银行运用网红策略仅用 2 小时便完成新发信用卡近 20 万张**

(3) 一切营销行为都是为了达成特定的营销目标而实施的

**例：花旗理财经理的营销策略方案的新老对比**

#### 4. 如何将这件事高效转化和落地执行

- (1) 个人 IP 打造，在未来的营销中具有全新的战略意义
- (2) 通过深度分析**营销业绩公式**，看达成营销成果的**底层逻辑**

**例：浦发银行销冠运用营销业绩公式通过三个月的时间实现业绩逆袭**

## 二、通过个人 IP 打造突破营销的难点，占领未来市场高地

1. 在当前的银行营销工作中，到底是什么阻碍了你业绩的快速发展  
**讲解：瓶颈突破五步法理论在突破银行营销绩效的重要作用**  
**现场演练：带领学员进行小组探讨，并列 10 个影响业绩增长的核心原因**
2. 从销售流程角度将总结出的问题进行分析，并依权重进行重新的逻辑排序
3. 通过个人 IP 打造的方式来逐一对营销阻碍进行突破
4. 高效解决客户对品牌、网点、客户经理的信任问题
5. 充实公域流量潜在客户数量，为延展营销做好充足的精准客户储备
6. 夯实私域流量的关注度、忠诚度、贡献度

## 三、开始制定我们的营销策略

1. 深度思考在互联网模式下我们到底要达成什么样的目标

**例：分享头部主播的经营目标和操作策略（参哥、猴哥、大 LOGO）；**

**从老师带领某商业银行进行理财师大赛的实施策略看要达成的核心目标**

**现场演练：以小组为单位共同进行个人 IP 打造的核心目标设计，在组内达成共识，并进行现场分享**

2. 分析达成目标所需要的三要素（营销三要素）
  - (1) 人：营销人员和潜在客户
  - (2) 货：输出的内容、呈现的形式
  - (3) 场：传播的渠道
3. 基于自我深度分析下的精准营销策略定位
  - (1) 运用量表思维，分析自己当下的营销现状及手中的可用资源
  - (2) 对未来经营的市场进行重新**定位**
  - (3) 对未来经营市场中的潜在客户进行重新**定位**
  - (4) 选择出适合自己的细分市场
4. 一切从客户需求出发，根据客户的需求进行动因分析
  - (1) 打造个人 IP，先问自己，你能给潜在客户创造什么样的价值？
  - (2) 永远为客户的每一步行为买单
5. 个人 IP 打造的策略制定

**通过营销的整体目标、营销三要素、营销定位、客户画像定位、客户分层管理等进行综合考量，并进行属于自己的个人 IP 打造策略。**

**例：重温田忌赛马的故事为你的营销策略带来全新的思路**

你要清晰的知道，你的一切行为都是为了达成某一特定目标而实施的，这个世界将人分为三六九等，我们也将客户分为不同的等级，但越是靠下的客户等级，越得不到更多的物质供给，更别说是精神供给了。所以，你要想清楚，你此生到底要怎样度过，你是将运用你不断进阶的专业知识和专业技能去服务头部的重点大客户，让他们认可你的价值？还是去通过帮助众多的中小微客户，去用心的了解他们、帮助他们、成就他们，以此为奋斗目标？给别人一个机会，也是给自己的一次救赎（机会）。一定要根据你当下的现况和影响力来设计你的营销策略，你到底要得到什么样的结果，服务什么样的客户，通过何种方式来进行实现。

**现场演练：带领现场学员通过小组讨论形式进行策略定制，并将形成共识的方案进行展示**

6. 个人 IP 打造的内容策划你应该怎么做？

- (1) 建立你自己的核心人设
- (2) 找到一个细分/垂直领域
- (3) 勇敢的给自己贴上一个标签
- (4) 为你发布作品的内容进行整体设计
- (5) 作品内容呈现的两种方式：软文类和视频类
- (6) 撰写出阅读量、点赞量、完播率高的内容创作方法
- (7) 优秀文案（脚本）写作的撰写技巧

**例：老师通过对研究院内研究院撰写的一篇文章进行重新调整，阅读量翻了 5 倍，将此文章拍成视频进行传播，点赞量、完播率、新增粉丝量都有了大幅的提升**

7. 落地高效执行

- (1) 大胆前行，摒弃顾虑
- (2) 视频拍摄所需基础物料
- (3) 视频拍摄时的心理调整
- (4) 视频后期的编排和剪辑
- (5) 积累网感，提升驾驭媒体的能力
- (6) 不断尝试，找到自己的阵地
- (7) 持续不断的这个领域的内容营销

**现场演练：带领现场学员将当下热度最高的经济事件进行改编，成为自己的营销文章  
带领现场学员将自己修改后的文章进行短视频拍摄和剪辑，并进行展示点评**

#### 四、课程总结复盘