

# 银行优质商圈全面拓展

张光禄老师

## 课程背景：

近年来，银行业的竞争愈发激烈，开发客户抢占市场是决定行内各项指标完成的重要环节，对于商圈的开发自然也不例外。如何开发并运营好商圈，就是摆在每一位营销伙伴面前的新挑战。

## 课程收益：

通过对本课程的学习，学员能够清晰的了解开发商圈的重要功能和意义，提高开发商圈工作的主观能动性；了解通过商圈开发实现我行全品覆盖率提升的方法和策略；了解商圈开发的底层逻辑，从而建立更为清晰的执行策略及行动路径；掌握商圈开发的方式方法和技能技巧，实现让学员能够将课程中的工具拿来就用的效果，最终提升客户对我行的认可度、产品的覆盖度、业绩的贡献度及对我行的忠诚度，从而全面实现我行的综合绩效水平。

## 课程对象：

银行分行管理人员、银行网点负责人、银行大堂经理、银行理财经理及相关需求者

## 课程时长：

0.5~1天（6小时/天）/可选线上或线下授课

## 课程大纲：

### 一、我们为什么要进行商圈的开发

1. 商圈开发，就是集客户、集需求、集资源、集产能
2. 通过商圈的特性定位，有助于我行各环节营销人员进行销售方案的设计
3. 通过商圈的开发，对现有的客户数据库进行补充及储备
4. 通过商圈的运营，提高客户经理的服务效率
5. 形成公私联动，全面提升客户在我行的服务体验，实现我行全品覆盖率的提升

### 二、商圈全面开发的底层逻辑

1. 永远要围绕客户的需求出发
2. 我们如何做才能真正的满足客户的需求
3. 一定要让对方觉得我们提供的金融产品或服务让他爽
4. 决定获客成败的多种因素

(1) 你要建立正确的商圈拓展意识

(2) 主动，主动，再主动

#### 例：浦发销冠洗个车加个油都能成功的加到潜客的微信

(3) 专业胜任是成功开拓市场的核心关键

1) 你的名单不是你的客户

2) 潜客身边的客户经理众多，购买产品时为什么选择你

3) 潜客购买产品时会发出 5 大购买决策

4) 细数你能带给潜在客户的核心价值

5) 不断学习不断精进，让你的客户源源不断

(4) 在客户经营中你要传递给潜客的 5 大核心价值

### 三、商圈全面开发的具体方式方法及注意事项

1. 主动开发和被动开发

(1) 二者的核心区别

(2) 通过 3P 营销理论看二者的不同获客场景

## 2. 主动开发的方法

- (1) 私域获客和公域获客的区别
  - 1) 明确你的私域流量
  - 2) 什么才是你的公域流量
- (2) 私域获客方法和技巧
  - 1) 缘故法
  - 2) 客户转介绍
    - 非成交客户推介法
    - 已成交客户转介绍
    - 核心老客户转介绍
  - 3) 学绘制你的私域流量网格图
- (3) 公域获客方法
  - 1) 纯陌生的上门拜访
  - 2) 通过各类关系建立的半陌生拜访
  - 3) 通过举办沙龙、论坛进行的营销获客
  - 4) 通过互联网进行的个人 IP 打造数字化获客法
    - a. 朋友圈营销
    - b. 社群营销
    - c. 短视频营销
    - d. 直播营销
    - e. 企业 APP 营销

## 3. 老客户转介绍的意义

- (1) 开拓新客户的成本是维护老客户的 7 倍
- (2) 看似无用的唠家常实际是在进行深度的 KYC
- (3) 通过老客户转介绍让我们产生平稳绩效
- (4) 通过老客户转介绍让我们实现降本增效

## 4. 老客户转介绍的技巧

- (1) 客户为什么要帮你介绍他的亲朋好友给你
- (2) 要不断地增加你在客户心中的价值和地位
- (3) 运用梯度量表思维阶段性实现客户满意度等级要求
- (4) 永远站在对方的立场为他着想
- (5) 永远不离嘴的真诚赞美
- (6) 善用你的眼神，此时无声胜有声
- (7) 永远不要有过多的要求
- (8) 永远不要想用销售技巧赢得客户，因为傻子不在你的名单内

## 5. 7 大综合获客闭环，为你的获客加速

**互联网 OMO 模式+爆品营销+社群营销+短视频传播+线上线下论坛沙龙+商圈营销+家庭聚会**

### 四、商圈全面开发的技能技巧

1. 开发商圈时我们首先要搞定谁？
2. 要让商圈负责人成为我们的内线
3. 商户之间的信任比我们更强大，所以要学会借力
4. 根据商户最近的关注点组织你的各类活动及你的销售策略方案

### 五、复盘、总结