

# 客群精准营销

主讲：林涛

## 【课程背景】

近年来，随着互联网、5G、数字化等科技技术的飞速发展，让客户营销也发生着翻天覆地的变化，新的营销方法层出不穷，顾问式营销、数字化营销、场景化营销等新名词接踵而至，让人目不暇接，但是分析其来源，都逃不过对客户的细分，也都在努力实现精准营销的模式。而银行所具有的庞大客户群体，更应该努力实现精准营销的模式，这样才能为客户提供更加优质的服务，更多的满足客户金融需求，而客群的细分及营销体系搭建就显得格外重要。

## 【课程目的】

让学员明确客群营销的意义，思路和流程，产能抓手、原则、流程和策略。并且重点了解老年客群、青年客群、商贸客群、代发客群的特点与需求；能够针对客户的需求匹配金融产品和服务；能掌握以上客群营销活动的流程，并把控重点；最后达到提升效能的效果。

## 【课程时间】1天

## 【课程大纲】

### 一、客群营销的价值（宝洁公司的案例引入）

- 客户细分
- 差异化营销
- 提升效能

### 二、客群营销的思路和方法 几个问题的讨论（互动讨论）

- 我们都有哪些客户群体？
- 需要重点关注哪些？
- 怎样做好这些客户群体的营销？
  - 1、把握核心（批发理念）
  - 2、强调流程（3A 流程）
  - 3、突出重点（定位+需求+服务）
  - 4、主要方法（阵地思维）

### 三、重点客群的拓展与维护

- 老年客群
  - 1、老年客户开发的价值（多高新潜）
  - 2、老年客户的特点（保守、感性、偏利、聚群）
  - 3、老年客户的需求分析
  - 4、老年客户的拓展与维护（3A 流程）

- 获客 (流量、存量、增量)、获信 (联系+联结+联动)、获金
- 产品营销话术提炼 (话术演练)
- 直接营销—产品定制

案例：工行老年客户专属网银

活动营销 (5 个案例分享)

情感类活动：“呵护心灵的窗口”、“你 show 我 show 大家 show”

爆点活动：“财神送大礼”客户节活动

厅堂体验：“最美夕阳红”

优惠活动：“美味共享，健康生活”

5、课堂练习

### ➤ 代发客群的留存和挖潜

1、为什么要开展代发客群的留存

- “真金白银”
- “引流利器”
- “潜力巨大”

2、目前代发客群存在的痛点

- 留不住

案例：某银行网点的现状

- 见不着
- 无提升

3、留存策略——“三留三防三提升”

- “三留”

案例某银行专属产品及权益

- 三防
- 三提升

4、增值服务体系搭建

### ➤ 商贸客群营销

1、商贸客群的价值何在

2、商贸客群的特征分析

3、商贸客群的需求分析

4、商贸客户的拓展与维护

- 获客

1) 外拓

2) 渠道

案例：某商业综合体营销

3) 存量开发

- 获信

- 1) 日常联络
- 2) 活动加深

案例：两个获信的主题活动分享

- 3) 厅堂专属服务

- 获金

案例：收单优惠活动

案例：某建材市场的“租金贷”项目

- 5、商贸客户综合开发宝典—如何高效运营异业联盟
- 6、课堂练习

➤ **青年客群营销**

- 1、青年客群开发的价值
- 2、青年客群开发的特点
- 3、青年客群需求分析

- 金融需求

- 非金融需求

- 4、青年客群的拓展与维护

- 获客（线上+线下）案例：“刘耕宏女孩”

- 获信（社交媒体+活动）

- 获金（新媒体+互联网及移动端活动）

- 1) 个性化产品
- 2) 互动性活动
- 3) 借助新媒体

案例：交通银行的抖音平台活动

#### 四、课程回顾

- （一）重点客群的开发价值、特点及需求分析
- （二）客群精准营销的“3A”流程
- （三）客群精准营销活动策划
- （四）异业联盟的开发策略