

课程名称：《精细化管理下的客群细分及营销技巧》

主讲：陈淑亚老师 6 课时

课程背景：

随着市场竞争的加剧和经济的发展，银行业的业务创新能力日渐增长，经营规模日益增大，更需要科学的管理方法与适应市场的营销方式。其中精细化管理是一项系统工程，基本涵盖了业务经营的方方面面，不可能一蹴而就，必须重点突破、循序渐进、持之以恒。精细化管理下的客群经营策略，是通过精准萃取客户特征、需求细化客群，从而更有效率地配置资源以改善客户体验、提高客户满意度、降低流失率。同时，针对不同客群特点，行销策略不同，进行客户批量维护和营销，从而达到提高产能和效率的目的。

课程收益：

1. 了解时代发展趋势下的银行变革与科学管理方式。
2. 了解客群经营思维转变的重要性及细分客群的意义。
3. 掌握客群细分的方法与技巧，快速锁定目标客群总结分析，制定营销策略与方法。
4. 了解银行三大客群的特点，掌握不同客群的营销方法。
5. 客群经营方式下，如何提高常规活动的营销效果。

课程对象：银行支行长、大堂经理、客户经理、分管营销管理人员等

授课方式：专业讲授、案例分析、实战演练、小组讨论等

课程大纲/要点：

一、新时代背景下客群细分的必要性

1、新形势下银行发展趋势

- 1) “客群”对于银行意味着什么
- 2) 从“生态圈”下沉到“生活圈”

2、思维转换

- 1) 从经营产品到经营客户群
- 2) 加强标准化管理，个性化服务配套
- 3) 抓好客群是支行增色的重要一环

二、精细化管理中客群细分的方法与技巧

1、精准客户画像

- 1) 客户的物理人属性
- 2) 客户的社会人属性
- 3) 客户的消费属性
- 4) 客户的场域归类

2、精确客群标签

- 1) 线下 KYC
- 2) 线上数据标签

3、进行漏斗筛选

设定条件，逐层筛选，获取精准客群

4、利用系统标签提取

按需求从银行系统摘取标签划分客群

三、银行三大客群营销分析与营销方法

1、流量客群轻松搞定

1) 流量客群精细化设计的出发点

2) 客户进厅堂希望得到的服务

3) 流量客群标准化流程

4) 流量客群营销产品包

5) 流量客群营销话术

2、存量客户疯狂掘进

1) 盘点存量客群，精准数据分析

2) 定标签，开发潜力客群

3) 查数据，进行产品包设计

4) 根据待开发客群明确开发方向

5) 单个客户资产提升

3、外拓客群套路取胜

1) 外拓关键词——客户聚集地

2) 客群就是生态圈

3) 选择客群有取舍

4) 外拓客群画像要精准

5) 关键人物做切入

四、常规活动如何巧用社群获得突破

1、活动策划“三驾车”

- 1) 确认营销产品
- 2) 定位活动客群
- 3) 明确团队分工

2、活动预算管理“两大核心”

- 1) 以终为始，先算后做
- 2) 数据思维，报表为准

3、做好活动进度表，让管理变得更简单

- 1) 设计进度表头，写清必备内容
- 2) 及时跟进记录，详细记录数据
- 3) 及时复盘，总结经验教训

4、优化客户体验的四个阶段

- 1) 身份识别，知道我是谁
- 2) 价值区分，认识我对你的价值
- 3) 有效联络，让关系变得简单温暖
- 4) 定制化，讲我作为单独个体对待

5、活动案例：《客户答谢》

- 1) 明确活动目的：稳存、引新
- 2) 预判：一次中秋客户答谢，能增加多少新客户？多少金融资产？
- 3) 客群选择：流失与潜在客群是重点
- 4) 合理分工：全员上岗，不背重负
- 5) 管制答谢进度：进度周期是关键

6) 答谢顺序有技巧

7) 客户答谢“三部曲”

■ 精选客群、深挖潜力

■ 规划方案、明确分工

■ 巧算时间、有序高效

课堂作业：厅堂沙龙《财富大讲堂》应该如何做？