

# 银行网点效能提升的经营策略

## 培训目的：

- ◇ 明晰互联网时代银行转型发展的方向和战略意义；
- ◇ 掌握银行转型期营销效能提升的必备策略和方法。

## 培训课时：

6小时

## 培训对象：

银行支行长、中基层营销管理人员

## 课程概要：

课前思考：移动互联网发展对于银行网点有哪些影响？

### 第一部分、互联网时代的零售营销策略

- 1、互联网时代客户的结算、理财、信贷需求变化
- 2、互联网思维突破  
用户思维、场景思维、跨界思维、免费思维、社群思维
- 3、银行的大数据营销时代
- 4、互联网时代的网点转型发展  
智能化、轻型化、专业化
- 5、网点的三类客户营销的总体策略  
存量客户、流量客户、增量客户
- 6、存量客户的营销策略  
存量客户的电话营销盘活  
沙龙与活动营销活动策划  
沙龙活动如何组织更有效
- 7、流量客户的营销策略  
网点现场的协同营销开展  
网点现场的微沙龙如何开展
- 8、增量客户的营销策略  
如何开展渠道整合营销  
代发薪企业的理财沙龙  
外拓活动组织

9、基于大数据的零售客户维护

10、小微企业的批量营销策略

## **第二部分、互联网时代的对公营销策略**

1、互联网时代的公司业务创新方向

2、交易银行的发展

3、营销机会分析：区域市场调研分析方法

4、绘制作战地图：本行所在区域的五大行业客户

5、公司客户的五大核心需求

6、公司客户的方案型营销

7、供应链融资的行业解决方案

8、信贷与现金管理的组合营销

9、公私业务联动营销策略

## **第三部分、营销执行与营销团队管理**

1、营销目标制定与分解

2、营销过程管控的四大方法

管理表单、营销例会、随访观察、述职谈话

3、零售业务团队的管理侧重点

4、对公业务团队的管理侧重点