

疫情下营销如何避免“食人血馒头”

课程对象：理财经理、客户经理、一线营销行员

授课形式：线上直播、录播

授课时长：1.5-2 课时，可分段

课程大纲：

一、疫情下的营销“陷阱”

- 借势营销是否可行
- 当下的“势”可以借吗
- 势借错了可就踏进了“陷阱”
- 1. 容易引起反感的营销案例
 - 短/微信营销案例
 - 朋友圈营销案例
 - 电话营销案例
 - 面访营销……还是算了吧
- 2. 疫情下营销为何被称为“食人血馒头”
 - 全民焦虑，气没处撒
 - 舆论导向
 - 拙劣的营销手段

二、疫情下营销“度”的拿捏

- 1. 当下营销要符合舆情
 - 掌握大众舆论导向
 - 营销立意以“服务”为中心
 - 关键时刻“人设”要树立好
- 2. 营销内容的把握
 - 公众信息核实查证，切忌“传谣”
 - 关怀客户要真诚，切勿“套路”

- 金融知识要中立，彰显“专业”

三、客户分类，精准推送

1. 客户沟通频道分类

- 视觉型
- 听觉型
- 感觉型
- 自语型

2. 不同类型客户的识别

3. 不同类型客户的信息推送

- 情感类信息
- 金融知识类信息
- 关怀知识类信息

四、营销方式多元化

1. 短/微信推送

- 文案撰写注意事项
- 优秀案例分享

2. 朋友圈发布

- 文案撰写注意事项
- 优秀案例分享

3. 录制小视频

- 视频录制准备
- 视频内容选择
- 注意事项

4. 线上直播

- 直播平台
- 直播推广
- 直播内容

- 注意事项