

# 《2022 精准开门红策略与行动》0.5 天版

## 【课程大纲】

### 第一部分 精准开门红的认知基础

#### 一、银行开门红的几个认知误区

- 1、年年开门红，年年完不成，就这样吧！
- 2、年年开门红，年年都完成，好大事情！
- 3、年年开门红，年年一折腾，忙累乱繁！
- 4、天天开门红，旺季加一层，有啥意义！
- 5、年年开门红，存款摆正中，其它靠边！
- 6、年年开门红，指标任务重，来皆是客！

#### 二、2022 年开门红的挑战与机遇

##### 1、挑战

- 1) 疫情背景下，居民储蓄能力下降
- 2) 消费者教育，投资选择多样化
- 3) 小微企业发展意愿减弱，贷款投放趋缓
- 4) 企业经营状况不良
- 5) 年年组织旺季营销，疲乏、惯性思维

##### 2、机遇

- 1) 十四五规划带来政策机遇
- 2) 乡村振兴大局已定
- 3) 移动互联时代带来的流量红利

### 第二部分 精准开门红的项目打法

## 一、资源盘点定潜力

- 1、人力资源
- 2、存量资源
- 3、社区资源
- 4、商圈资源
- 5、企业资源
- 6、政府资源

## 二、目标认领定底线

- 1、精准目标
- 2、认领指标
- 3、签署协议

## 三、激励方案定动力

- 1、兵对兵，将对将
- 2、奖金众筹汇奖池
- 3、徙木立信奖标杆
- 4、奖勤、奖超、奖创新
- 5、罚懒、罚欠、罚守成
- 6、竞赛精神宣贯

## 四、一点一策定打法

- 1、区域市场分析
- 2、经营抓手与行动计划
- 3、三级目标设定
- 4、支撑与督导措施

## 五、五大客群定方向

- 1、老年客群
- 2、外出务工经商客群
- 3、结算客群
- 4、种养殖客群
- 5、贵宾客群

## 六、十大节气定爆点

### 1、爆点节日

光棍节，感恩节，元旦，腊八节，小年，除夕，情人节，元宵节，女神节，消费者权益保护日

### 2、节日活动策划与产能嵌入

## 七、三轮辅销定管控

- 1、辅导一期：网点预布置与产能规划
- 2、辅导二期：重点网点产能突破与活动支撑
- 3、辅导三期：后进网点推进与差额指标专项攻关

## 八、公私联动定质量

- 1、客户资源联动
- 2、产品联动
- 3、服务联动
- 4、客户经理联动

## 第三部分 精准开门红的活动策划

### 一、进门有礼主线活动

## **1、活动费用测算**

- 1) 新增业务费用测算
- 2) 一季度到期客户费用测算
- 3) 大客户维护费用测算

## **2、活动合规操作**

- 1) 储蓄管理条例解读
- 2) 合规操作4法

## **3、活动执行策略**

- 1) 比例控制
- 2) 节支有奖
- 3) 先垫后还

## **二、全城营销活动**

- 1、年货节
- 2、高端客户答谢会
- 3、金融消保知识进社区
- 4、乡村振兴贷上你我
- 5、全城搜寻支付锦鲤

## **三、支行千沙工程**

### **1、千沙工程战略布局**

- 1) 支行战略客群锁定
- 2) 支行业务增长点锁定
- 3) 业务路径
- 4) 活动主题选定

## **2、沙龙主题创意**

节庆类

情感维护类

客群类

## **第四部分 精准开门红的项目实施**

### **一、调研与顶层设计**

#### **1、前期调研**

总行领导调研

业务部门调研

典型网点调研

同业银行调研

#### **2、顶层设计**

开门红竞赛方案

开门红客户回馈活动方案

开门红营销活动规划方案

开门红过程管控方案

开门红项目推进规划表

### **二、开门红集训**

#### **1、大课设计（3天版）**

D1：机关部室、支行长《开门红理念与业务节点把控》

D2：支行长、客户经理《开门红信贷营销策略与实战》

D3：客户经理、部分内勤《开门红存款、电银营销策划与核心技巧》

## **2、集训操练（1.5天）**

内容：存量客户电话邀约、临界提升，小微电销，以贷引存

形式：0.5小时理论讲解+2小时实战操练+0.5小时复盘

规划：内勤1天分2批，外勤0.5天1批

## **三、分期辅导推进**

### **1、辅导一期**

- 1) 网点预布置
- 2) 网点任务分解与激励办法
- 3) 营销活动选定与分工

### **2、辅导二期**

- 1) 重点网点带教突破
- 2) 网点布置检查优化
- 3) 营销活动实施支撑

### **3、辅导三期**

- 1) 后进网点推进辅导
- 2) 存量业务防守巩固
- 3) 营销工作查缺补漏

### **4、总结固化**

- 1) 开门红总结会
- 2) 旺季后期固化建议方案
- 3) 固化期营销活动集