
《开门红旺季营销训练》

主讲：谢老师

【课程目标】

- ◆ 分析新形势下银行旺季营销的新特点
- ◆ 分析旺季营销的增量来源分析，引入体系化的特色客群开发方法论，帮助网点快速精准地找到自身网点的特色客群定位。
- ◆ 深入分析旺季营销主打客群的非金融需求，指引网点掌握各类特色客群的促销活动组合
- ◆ 针对增量客户需求把脉，制定针对性的旺季营销策划方案
- ◆ 强化团队协同营销及岗位联动，提振营销团队战斗力

【课程大纲】

第一部分、金融业发展趋势及开门红形势

一、国内银行现状

- 1、传统银行消失时间
- 2、从客户习惯来看三个不可逆的过程
- 3、竞争的主要来源

二、开门红亟需获得大量优质客户

- 1、客户忠诚
- 2、网点产能提升四件事

获客、存量客户提升、中高端客户防流失、他行策反

第二部分、开门红战略布局与营销实战

一、战略提升业绩两抓手

二、开门红营销节奏把控

第一阶段：元旦-小年（宣传造势）

第二阶段：小年至元宵节（收割成果，黄金期）

第三阶段：元宵至三月末（守住成果）

总结：做好开门红营销的关键

1、一行（点）一策的实施步骤

步骤一：市场分析与资源盘点

步骤二：SWOT分析

2、业绩提升抓手与目标分解

目标分解与目标来源

目标来源与方案、目标的匹配

管控要点：事前、事中、事后

以目标共识为导向

3、绩效考核分配

三、银行开门红营销的常用方法

1、陌生拜访法

2、转介绍法

3、缘故法

4、流量集中地路演法

5、公益讲堂或沙龙营销

附：执行银行开门红项目应该如何规划

第三部分、开门红产能突破重点及策略

一、聚焦客户经营的产能提升模型

重点一：紧抓高量期

重点二：向存量客户要产能

1、十大业绩提升抓手

1) 四大基础抓手

2) 四大进阶抓手

3) 两大提升抓手

2、旺季柜面营销宣传

3、柜面协销七步曲

二、基础抓手之防流失抓手

1.防流失抓手 125 原则

存款防流失策略—一个标准

存款防流失策略—两类场景

存款防流失策略—五步挽留

2.银行中高端客户战略防流失

第一招：让客户不好意思走

第二招：让客户不方便走

第三招：让客户不愿意走

总结：银行中高端客户战略防流失有效三招

三、基础抓手之存量价值提升抓手

1、潜力激活、临界提升的基础

管户分配原则

管户中的电话营销

1.电话约访流程

2.新客户电话类型

3.半生不熟客户电话类型

4.熟悉客户电话类型

四、到期转存策略

产品到期通知（7-3-1 流程）

五、基础抓手之他行策反抓手

策反推进方法

六、进阶抓手之资源整合抓手

1、异业/商户合作的“三赢”

1)、异业合作

2)、异业联盟

3)、商户体系

2、幸福家庭卡特色服务

七、进阶抓手之大项目营销抓手

1、明确目标

2、搜寻项目

3、实施营销

4、匹配活动

八、进阶抓手之种养殖专项抓手

1、总体实施策略

2、五部曲落地实施

3、营销策划案

九、进阶抓手之务工返乡专项抓手

1、农村金融策略解析—节点性两大类客群

1)、外出务工客户开发成功的关键要素

关键要素 1：锁定客户与资金流分析

关键要素 2：金融和非金融需求分析

关键要素 3：用什么方法开发

2、一条核心主线

3、两种核心活动

4、三类核心客户

1) 匹配需求的感动型活动设计

5、四个核心阶段

6、通过农村六大员渗透进村

十、城市客群分析及活动主题设定

1、客群

1) 老年客群

2) 女性客户群

3) 亲子客户群

2、基于客群的常态化活动示例

十一、沙龙模式

1、多样化的理财沙龙

2、沙龙活动常见问题

3、重点三：向客户新增要产能