

银行数据化下零售客户精准营销

课程收益

1. 掌握数据分析的原理与应用
2. 分析市场数据，制定优化客户关系的计划
3. 运用数据，设计闭环营销流程以持续改善营销效果
4. 帮助零售管理人员提升决策力及零售营销人员提升销售业绩

课程对象：银行零售管理者、理财经理、客户经理

课程时长：1-2 天

课程特色：课堂讲授+案例分析+小组讨论+互动演练，突出实战性与实用性

课程大纲

第一章 数据定量分析的基本工具

1. 案例：信用卡精准挖掘客户
2. 工具：线性回归模型和四象限分析法
3. 商业智能的五点重要概念
5. 零售客户的精准分析运用

第二章 数据营销的分析和应用

1. 数据的起源与历史
2. 客户洞察分析
3. 客户行为预测
4. 社交化运营
5. 整合营销体系

【案例分析】招行数据营销精准助推零售业绩突破

第三章 数据分析，精准发现客户隐藏的需求

1. 工具：数据模型
2. 传统的网络营销指标
3. 数据挖掘和预测的实践及案例
 - 3.1) 数据比你更了解自己
 - 3.2) 分析顾客隐藏及未来的需求
 - 3.3) 茫茫人海找到对的人
 - 3.4) 数据让客户找回当上帝的感觉
 - 3.5) 做客户肚子里的蛔虫，发掘自己都没意识到的需求

案例：兴业银行利用数据分析工具，精准服务特殊客群

第四章 数据精准定制个性化营销

1. 量化客户的价值
2. 甄别无利润顾客
3. 差异化定价使利润最大化
4. 每个顾客看到的都是为其定制的内容
 - 4.1) 获取顾客在互联网上的轨迹
 - 4.2) 对行为进行统计学的分析
 - 4.3) 智能延伸与联想
 - 4.4) 个性化的关联推荐

案例：工商银行利用大数据，精准为客户提供个性化服务

第五章 通过数据发现最佳的营销时机

1. 在正确的时间点做正确的事情

1.1) 用历史数据计算出固定的营销时间节点

1.2) 用关联分析推算出可能的营销时间节点

1.3) 优化调整

2. 大数据促进了社交网络上的互动营销

2.1) 人为地制造社交数据

2.2) 反之用数据推动营销

2.3) 好友间的分享更“润物细无声”

3. 挖掘用户评价具有非常大的价值

4. 提高成交率，让消费者多掏钱

案例：建行银行零售客户营销活动策划经典案例

第六章 大数据安排最合适的营销渠道

1、大数据教你怎样投放广告收益最高

1.1) 如何利用互联网获取宝贵的个人信息

1.2) 利用互联网将目标人群快速集结

1.3) 社交媒体的二次传播

1.4) 运用多元数据分析模型，对样本客户进行测试，完成有效建模

1.5) 效果对比

3. 对客户进行有效标签以分群管理，安排不同的接触渠道

4. 专业公司将大数据用于电商代运营，帮企业改善业绩

5. 银行经典案例

第七章 数据化下客户经理如何精准化营销

1、如何高效利用客户服务管理系统（CRM）实现精准营销

2、如何充分利用 KYC 来实现精准营销

3、如何给零售客户画像来实现精准营销

4、如何利用客户数据精准邀约客户来参加沙龙活动实现精准营销

案例：包商银行的 CRM 与 KYC 妙用实现零售客户业绩突破经典案例