

银行营销沙盘模拟

银行营销沙盘模拟演练课程是专为商业银行客户市场的竞争而推出的实战培训课程。本课程旨在使参训学员学习针对银行客户市场不同类型的客户、不同客户的需求特征制定差异化的客户营销策略，以求在激烈的、充满变数的市场竞争中，获得良好的销售业绩。

银行营销沙盘模拟演练课程（商业银行客户营销方向）将学员分成六个商业银行营销团队，团队成员分别扮演不同角色，在环境复杂多变、白热化竞争的银行客户市场上彼此展开竞争。演练中，各团队将通过分析市场，辨析客户需求，制定客户开发、竞争、维护和发展规划，学习金融客户营销的个性化方案制定，演练金融客户市场竞争的攻守战术。达到在演练中学习、在竞争中学习、在沟通中学习、在错误中学习、在改进中学习的目的，从而实现提升受训学员商业银行客户营销的实战能力。

学员对象：银行管理层、营销团队全体成员

课程受益：

- ◆通过培训，使学员真正认识到金融客户不同于一般客户的购买行为特征、以及金融客户营销的复杂性。
- ◆通过演练，引导学员识别潜在客户、优质客户、战略客户等，深入分析客户的个性化需求，制定金融客户开发计划。
- ◆通过学习，培养学员客户关系建立、维护和发展的意识、理念和技能。
- ◆学习在复杂多变的市场环境下，完成客户营销中的风险管控，提升对客户项目的控制能力。
- ◆通过演练，培训学员分析竞争对手的能力，学习客户竞争的市场攻守战术，

提高对正面进攻、正面防御、迂回进攻、佯攻、以及游击战术的理解与灵活运用能力。

◆培养客户资源分析能力，提升在特定的经济环境和管理背景下，整合企业内部资源（后台资源）和外部资源（前台资源）的综合管理能力。

培训时长：6小时

课程大纲：

一、商业银行环境与市场分析

- 1、宏观环境解读
- 2、商业银行金融客户市场环境分析
- 3、金融客户辨识及客户价值分析

二、金融客户开发与营销战略

- 1、银行客户市场细分
- 2、目标市场选择
- 3、商业银行的市场定位
- 4、基于金融客户营销的 STP 战略构建

三、金融客户市场（对公）营销策略

- 1、金融客户市场需求特征分析
- 2、影响金融客户交易行为的因素分析
- 3、金融客户个性化服务策略
- 4、基于 4C 原理的金融客户营销组合

四、产品生命周期与市场定位

- 1、如何实现产品差别化

- 2、金融产品的特殊性
- 3、不同产品生命周期的营销策略

五、设计定价战略与方案

- 1、产品定价方法
- 2、金融产品的价格策略
- 3、如何应对价格战

六、金融客户营销重点风险管理

- 1、客户筛选
- 2、商业银行资源与金融客户需求的匹配分析
- 3、客户风险评估

七、基于金融服务营销的金融客户关系管理

- 1、营销职能的演变
- 2、金融服务营销的特点
- 3、客户关系维护
- 4、客户关系的突破与发展
- 5、金融客户营销案例分析

八、商业银行品牌建设与客户营销

- 1、品牌的内涵
- 2、品牌对金融客户营销的影响
- 3、差异化的金融客户营销战略

演练流程