

奋进力量 群策群力 赢战

两区市场精准营销获客模式与技巧 项目说明书



高峰老师

目录

01	项目思路
02	项目价值
03	项目执行
04	课程大纲

【项目思路】

项目设计采用“定客群+定产品+定方案+定执行”的精准营销模式。

项目落地采用“**顶层设计+理论课堂教学+实战落地辅导+现场纠偏点评+标杆模式打造+固化及常态化制度建立**” 六维一体咨询辅导模式。

定客群，左手揽储 右手放贷！对银行优质存量客户存量代发工资客户、存量房贷按揭客户、存量高净值客户、存量扫码付客户、存量 ETC 客户等进行梳理盘点，筛选出能够进行精准营销的客户名单，并对目标客群进行调研分析；

定产品，在各家银行产品趋同的情况下，为产品进行赋能，化被动为主动，快速实现精准营销；

定方案，依据前期调研情况，有针对性的对参与培训的宣讲人员进行集中授课，针对爆款产品客户的特征、需求（金融需求和非金融需求）、兴趣点制定对应的专项营销方案，带着方案去营销，实现由推销到“营销”的转变；

强固化，帮助银行建立后期固化管控制度，协助银行制定内部优秀宣讲人员选拔培养机制，建立以师带徒制度，协助银行建设一支“兵强马壮”的专业营销队伍。

【项目价值】

转化思维：通过理论学习，看清竞争趋势，明确发力方向-客户运营。

锻炼队伍：培养一批批量营销模式种子团队。

提升技能：从销售向营销转变，掌握客群开发技巧。

沉淀工具：通过整体项目的实操，沉淀一套两区（农区+城区）信贷营销工具包；

【项目执行】（12天）

第一阶段：顶层设计战前筹备：4天

第1-2天 调研走访	相关领导 项目组	1、项目调研诊断与访谈 <ul style="list-style-type: none"> ● 总行领导拜访，项目期许确认 ● 成立项目推动小组 ● 总行相关部门访谈 ● 支行/网点多维度访谈与诊断 ● 同业产品及活动调研与诊断 	<ul style="list-style-type: none"> ● 产品梳理与产品优化 ● 用信激活活动策划 ● 配套物料清单 ● 下阶段工作推进安排
第3-4天 顶层设计		2、制定项目营销活动执行方案 3、标杆营销示范网点营销推动会	

(与上阶段间隔1周左右，用于物料、营销数据、营销方案等筹备) 第二阶段：项目执行期：8天

第1-2天 理论授课	支行长 客户经理	1、理思路：银行营销赢思维 2、教方法：城区信贷产能来源渠道解析与营销策略技巧 3、教方法：农区批量营销16步营销策略与技巧 4、强技能：批量营销技能通关演练	两区信贷精准营销全流程 信贷精准营销电话邀约话术 批量营流程与各个岗位分工与话术
第3-4天 战前筹备	城区标杆示范网点 农区标杆示范网点	1、客户数据梳理与邀约 2、角色分工与流程演练 3、会场布置与预演未来	熟练营销流程 客户邀约完成 会场布置完成
第5-8天 市场实战落地辅导	城区标杆示范网点 农区标杆示范网点	1、信贷营销全流程导入 2、精准营销话术实战应用纠偏 3、精准营销全流程落地辅导 4、信贷精准营销前中后落地方法与技巧落地辅导	<ul style="list-style-type: none"> ● 精准营销产品分值及评分标准统计表 ● 精准营销全员业绩汇总总表 ● 批量营销岗位营销工具表、话术稿件
第6天晚上 19:00-21:00 复盘总结提升	支行行长 客户经理	1、学员提炼实战中所遇问题，分享营销技巧及经验 2、讲师点评、总结，现场答疑解惑 3、针对白天营销问题再次以情景模拟方式强化与演练等	
第8天上午 固化会议	银行项目组 及 相关领导	1、支行固化想法及建议分享 2、固化制度研讨定稿 3、固化与常态化管控细则要求	
	参训学员	1、项目总结与再提升	

备注：项目时间天数根据项目实际需求进行调整。

【课程大纲】

上篇 城区信贷市场营销策略与技巧

第一部分：开门红营销‘赢’思维

- ◆ 营销获客难
- ◆ 业务成交难
- ◆ 维护留客难

案例解析：低成本存款-退休金代发策反经典案例剖析

第二部分：城区市场开发难点解析

- ◆ 客群不精准
- ◆ 宣传不到位
- ◆ 产品无爆点
- ◆ 斗性不激发
- ◆ 管控不到位
- ◆ 技能不达标

案例解析：低成本存款-长尾客户开发经典案例剖析

第三部分：信贷产能来源的渠道解析

◆ 存量提升

◆ 空白新增

◆ 离行挽留

案例解析：商超个体户客群信贷营销案例模式教学

第四部分：存量客群信贷深耕实战技巧

一、精准营销的四定原则

- 定客群
- 定产品
- 定方案
- 定执行

二、存量综合营销五大客群

- 存量信贷客群
- 存量聚合支付有效户
- 存量有效对公户
- 存量优质存款客户
- 存量有效手机银行客户

案例解析：信用卡客群-信贷营销经典案例剖析

三、存量客群“优客带新”实战技巧

- 客户邀约三部曲
- 电话营销前六定
- 电话营销话术梳理
- 情景演练与点评

2、精准走访技巧

-
- 营销准备
 - 电话预热
 - 建立信任
 - 产品推荐
 - 拒绝处理
 - 以客带客

3、沙龙营销实战技巧

- 会前准备充分
- 会中有趣有料
- 会后及时跟进

四、社群批量营销执行落地策略

1、社群客群宣讲营销氛围营造

- 如何预热会议前的气氛
- 如何布置会场
- 如何选择会议音乐
- 如何进行组织分工与站位

2、社群客群宣讲流程设计

- 宣讲前准备
- 开场破冰
- 主题导入
- 后期跟踪

案例解析：聚合支付等客群信贷营销案例模式教学

3、社群客群精准营销现场促单技巧

- 如何趁热打铁促成销售
- 如何欲擒故纵促成销售
- 如何调虎离山促成销售
- 如何反客为主促成销售
- 如何声东击西促成销售
-

4、社群客群营销会后跟进与转化技巧

- 如何进行电话回访
- 如何进行二次邀约
- 如何维护客户关系
- 如何处理顾客异议

演练：社群客群精准营销模拟演练

下篇 农区深耕批量获客营销流程与技巧

第一章：农区精准营销：发掘农商行营销的“蓝海”

1、农区精准营销：从“坐以待币”到“主动营销”

- 空心村问题如何解决？如何用时间换空间？
- 授信多、用信少根本原因是什么？如何用信激活？
- 整村授信已经做了多次，基层员工不愿意干怎么办？

2、农区精准营销的关键要素

- 农区精准营销前中后落地方法与技巧等

- 农区精准营销全流程及核心关键点
- 农区精准营销话术及情景模拟
- 农区精准营销活动方案与转化落单

第二章：核心理念：农区精准营销的“三个关键”

1、明定位：

客群分类、精准营销

2、精营销：

核心动作——五个一，达到农区五大核心客群精准覆盖。

3、提质效：

用信激活、多产组合交叉营销，提高单个客户贡献度。

第三章：标准流程：农区精准营销“五步法”

1、农区精准营销第一步：营销准备

- 村组对接
- 客群准备
- 物料准备
- 人员分工
- 全流程营销技能准备

2、农区精准营销第二步：方案制定

- 产品方案
- 活动方案
- 宣传方案

3、农区精准营销第三步：

立体式，全方位宣传体系建立与告知

4、农区精准营销第四步：

一对多批量营销集中引爆

5、农区精准营销第五步：

黄金时间跟进策略制定与维护落单

第四章：过程管理：农区精准营销“四化建设”

-
- 1、技能提升日常化
 - 2、客户管理精细化
 - 3、客户活动常态化
 - 4、成交转化持续化

感谢阅读

党建引领谱新篇 扬帆奋进正当时