

◇ 《零售银行转型-社区化银行落地实务》2天

课程背景：

中国银行业网点渠道正在加速变革，过去银行不计成本地单纯拓展物理渠道以追求规模扩张的发展模式将一去不返。伴随着科技的进步，原有的许多银行业务均可以通过互联网技术得以实现。消费者行为在这种变革中也在迅速的改变，这造成很多物理网点的“walk in”客户越来越少，而基于旧有营销模式的物理网点难面临着前所未有的发展压力。甚至，有些经济学家预言，5-8年内传统银行物理网点就可能会消失。

一边是惶恐不可测的未来，一边却是对未来积极地无限憧憬与探索，银行要转型，零售网点也要转型，网点功能的重新定位思考，促进零售银行业各种创新如雨后春笋般发生在未来渠道网点经营模式上积极探索，金融小超市、社区金融网点、咖啡银行、智慧银行网点等等，出现了各种概念的新生代网点形态，业者感叹：“传统网点进入复兴时代”。

中国的“社区银行”开展的并非一帆风顺，虽然我们有国外成熟的经验可以借鉴，但落地中都或多或少受到各种意想不到的因素的影响，就连发展最快的某些国内商业银行在发展社区银行中也在不断修正自己的道路，纠正自己的错误。

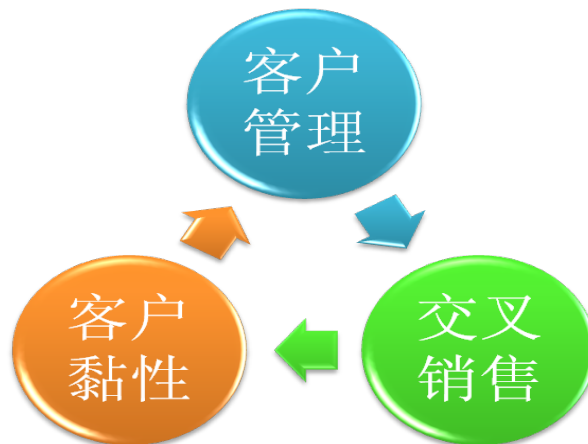
课程重点：

零售银行转型势在必行，社区银行成为很多银行的救命稻草，社区银行成为很多银行口中的一种时尚，各种挂着某某社区银行拍照的新型银行再次铺满大街，然而，换汤不换药的经营模式也只是让社区银行看上去很美罢了。

“社区银行不应该是一种地方，它应该是一种服务理念。”

零售银行的转型在于社区化的银行，而不是形式上的变化。这里的关键点就体现在“客户”二字。本课程将从三个方面着重强调社区化银行的落地：

课程对象：
课程大纲：



| | |
|---------------------------|--|
| <p>前沿：银行的发展</p> | <p>银行以及营销的演变：1.0--3.0 的时代</p> |
| <p>社区化银行概述</p> | <ul style="list-style-type: none"> □ 社区银行的概念 □ 社区化银行的理念 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 银行服务社区化，客户社群化 ➢ 客户服务为核心 |
| <p>社区银行的基础建设</p> | <ul style="list-style-type: none"> □ 社区银行经营关键 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 社区银行经营范围 ➢ 社区人员配置 ➢ 社区银行运营管理 <ol style="list-style-type: none"> 1) 社区银行时间管理 2) 人员工作过程管理 3) 社区经营结果管理 |
| <p>社区银行精准营销</p> | <ul style="list-style-type: none"> □ 了解你和对手 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 客户的精准分析 ➢ 竞争对手的优劣势分析 □ 社区精准营销 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 销售阵地 ➢ 销售线索获取 ➢ 孵化成交 □ 客户管理及营销动作 |
| <p>社区客户开发及服务阶段</p> | <ul style="list-style-type: none"> □ 社区银行客户开发阶段 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 初级获客阶段 ➢ 客户提升阶段 ➢ 客户增值阶段 ➢ 客户服务阶段 □ 不同阶段的交叉销售重点 □ 不同客群的营销策略 |
| <p>社区服务开展</p> | <ul style="list-style-type: none"> □ 社区活动营销方式 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 社区活动策划 ➢ 社区活动特点 ➢ 成功活动的要点 □ 服务粘性营销 |
| <p>互联网+</p> | <ul style="list-style-type: none"> □ 互联网对于银行模式的改变 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 网商银行 ➢ 平安银行橙 e 平台 □ 互联网社区圈 |
| <p>总结：</p> | <ul style="list-style-type: none"> □ 以客户为中心建立客户管理 □ 探求客户寻求实现交叉销售 □ 不断服务粘合客户增加转移成本 □ 沉淀客户实现稳定价值 |