

# 《银行员工如何利用企业微信高效营销和客户维护》

主讲：谢桦老师

## 【课程背景】

随着数字化时代的发展，企业微信作为一款强大的企业级通讯与管理工具，在营销和客户维护方面展现出巨大的潜力。对于银行员工来说，如何利用企业微信高效地进行营销和客户维护至关重要。银行拥有大量的客户资源，通过企业微信可以更规范、高效地与客户沟通，提升客户体验，增强客户粘性，进而实现业务增长和客户满意度的提升。同时，合规使用企业微信也是保障银行和客户双方权益的关键。与个人微信相比，企业微信在客户管理、信息安全等方面具有明显优势，而一些银行同行因不恰当使用个人微信进行营销和客户维护导致出现诸如客户信息泄露、沟通不规范等问题，这些都凸显了本次培训的重要性和紧迫性。

## 【课程收益】

- 1、掌握企微基础功能（银行从业人员如何注册和使用特色功能）
- 2、掌握企微的客户管理功能
- 3、掌握企微的营销工具与策略
- 4、掌握企微的客户维护技巧
- 5、了解银行合规使用企微的重要性

## 【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

## 【课程对象】

银行营销人员、市场部人员等

## 【课程时间】

1天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 一、企业微信基础功能介绍（1.5小时）

- 1、讲解企业微信的通讯录管理、消息收发、群聊等基本功能。

案例企业：某科技公司利用企业微信的通讯录功能快速找到同事并进行高效沟通，提高工作效率。

- 2、银行员工如何注册与设置企业微信

实操演示注册流程和个性化设置，如头像、昵称等。

银行案例：某地方银行员工小王，通过精心设置企业微信的头像和昵称，使用银行的官方标志和自己的姓名加职位，给客户一种专业可靠的印象。在注册后，他快速完善了自己的个人信息，包括联系方式和擅长的业务领域等，方便客户了解他并能及时联系到他。这使得他在后续与客户沟通中，客户能够第一时间准确识别他的身份，从而增加了客户的信任感。

### 二、企业微信的客户管理功能（1.5小时）

- 1、介绍客户标签、分类等功能，如何更好地了解客户需求。

案例企业：某电商企业通过企业微信对客户进行精准分类和标签，实现个性化营销，提高转化率。

- 2、如何利用企业微信添加银行客户

实操演示多种添加客户的方式，如扫码、从通讯录导入等。

银行案例：某商业银行分行将客户按照资产规模、业务需求等进行分类和标签。比如

将资产在 50 万以上的客户标记为高净值客户，将有贷款需求的客户标记为潜在贷款客户等。通过这种方式，银行员工能够快速识别不同客户群体的特点和需求。当有新的理财产品适合高净值客户时，员工可以精准地向这部分客户推送相关信息，提高了营销的针对性和成功率。

### 三、企业微信的营销工具与策略（1.5 小时）

1、讲解企业微信的朋友圈、小程序等营销功能。

案例企业：某银行利用企业微信朋友圈发布理财产品信息，吸引客户关注并咨询。

银行案例：某国有银行利用企业微信的小程序功能，开发了一款简单的金融知识问答小程序。客户通过参与答题，可以了解更多金融知识，同时有机会赢取小礼品。银行员工在朋友圈分享了这个小程序，吸引了大量客户参与。通过这个活动，不仅增加了客户的金融知识，还提高了客户对银行的关注度和好感度，为后续的产品营销打下了良好的基础。

### 四、企业微信的客户维护技巧（1.5 小时）

1、如及时回复客户消息、定期回访等。

案例企业：某餐饮企业通过企业微信定期回访客户，提高客户满意度和复购率。

2、如何处理客户投诉与问题

提供具体的处理流程和话术。

银行案例：某股份制银行员工小李，在企业微信上设置了消息提醒，确保能够及时回复客户的咨询和问题。有一次，客户对一笔转账业务存在疑问，小李在收到消息后立即回复，详细解释了转账的流程和可能出现的情况，消除了客户的疑虑。同时，小李还会定期对客户进行回访，询问客户对银行服务的满意度和改进建议。通过这种方式，他维护了良好的客户关系，他所负责的客户群体忠诚度较高，很多客户还会主动向他咨询新的业务和产品。

### 五、银行合规使用企业微信的重要性（1.5 小时）

1、对比个人微信，分析企业微信在合规方面的优势，如信息安全、数据留存等。

2、介绍同行因个人微信使用不当导致客户信息泄露等案例，强调合规的必要性。

私域建立与运营

3、讲解如何通过企业微信建立银行的私域流量池，实现客户的长期维护和业务拓展。

实操演示如何运营私域，如发布有价值的内容等。

银行案例：某城市银行通过企业微信建立了自己的私域流量池，将客户集中管理。银行定期在企业微信群里发布金融市场动态、理财小贴士等有价值的内容。同时，对于一些重要的政策解读和产品推荐，也会通过群直播的方式进行讲解。通过这种方式，银行在私域内营造了良好的金融知识学习氛围，客户的参与度和活跃度都很高。这不仅提高了客户对银行的粘性，还通过客户的口碑传播吸引了更多新客户加入私域，实现了业务的拓展。

银行企微案例分享：

#### 案例一：厅堂引导式添加

某银行网点大堂经理小张，在客户进入厅堂时，主动上前询问客户办理业务的需求。当遇到来咨询理财产品的客户时，小张会热情地为客户介绍相关产品特点和优势。在交流过程中，小张告知客户可以通过企业微信添加他，这样后续有任何关于产品的最新信息或者金融市场的变化，他都可以及时通知客户。同时，小张还向客户展示了企业微信上一些专业的金融资讯分享功能。客户觉得很方便且能获取更多有价值的信息，于是欣然同意添加小张的企业微信。小张通过这种方式，在一个月内成功添加了 50 多位对理财产品感兴趣的客户，后续通过持续的沟通和服务，成功转化了一部分客户购买了合适的理财产品。

#### 案例二：外拓活动添加

银行员工小李所在的银行经常组织外拓活动，到周边商圈、社区进行金融知识宣传和业务推广。在一次社区活动中，小李向居民们介绍了银行的一些特色储蓄产品和优惠活动。他告诉居民们，可以通过企业微信添加他，随时了解银行的最新优惠和金融知识。为了吸引居民添加，小李还准备了一些小礼品，如定制的环保袋等，只要添加企业微信就可以领取。居民们觉得既可以学到金融知识又能有小礼品，纷纷拿出手机添加小李的企业微信。通过这次外拓活动，小李成功添加了 80 多位社区居民，后续通过持续的跟进和服务，为一些有储蓄需求的居民提供了合适的方案，提高了客户的满意度和业务量。

#### **案例三：老客户转介绍添加**

某银行客户经理小王服务非常周到，深受老客户的信任和好评。小王经常通过企业微信与老客户保持密切联系，及时为老客户解决问题和提供专业的金融建议。有一次，老客户张女士对小王的服务非常满意，在和朋友聊天时提到了小王和银行的优质服务。小王得知后，便请张女士帮忙介绍她的朋友也添加自己的企业微信。小王向张女士承诺，会为她的朋友提供同样优质的服务。张女士欣然同意，将小王的企业微信名片推荐给了她的几位朋友。小王通过这种转介绍的方式，成功添加了几位高质量的新客户。他对新客户进行了深入了解和需求分析，为他们定制了合适的金融方案，进一步扩大了自己的客户群体和业务范围。

#### **案例四：线上活动添加**

银行举办了一场线上金融知识讲座，邀请了专业的金融分析师进行讲解。银行员工小赵负责宣传和组织这次活动。他通过银行的官方公众号、短信等渠道宣传活动，告知客户可以通过企业微信报名参加讲座。在讲座开始前，小赵通过企业微信陆续收到了众多客户的报名申请。讲座过程中，小赵积极与客户互动，解答客户的问题。讲座结束后，小赵又通过企业微信与客户进一步交流，了解他们对讲座的反馈和进一步的金融需求。通过这次线上活动，小赵成功添加了 100 多位对金融知识感兴趣的客户，为后续的营销和客户维护奠定了良好的基础。