

新形势下银行网点营销策略

主讲：王卓

课程背景：随着我国金融改革的深入，商业银行面临的金融环境也更复杂多变，经济增速放缓，利率市场化大力推进、民营银行的建立、以余额宝和 P2P 为代表的互联网金融的兴起，银行不良贷款继续反弹、存款流失、行业利润下降，已经对商业银行旧有业务发展模式产生了巨大的压力。面对外部的挑战，银行必须进行自我变革，以往的“坐等客户上门”的形式已经不能满足业务的发展，银行的经营理念从原来的“经营网点模式”转就能为“经营社区模式”，从“经营产品”向“经营客户转变。所以，近年来银行形式多样营销策略和活动。转变思路、主动出击，主动寻找客户，挖掘老客户的需求进行深度营销、转介绍，营销新客户，寻求合作，创造营销机会。

课程收获：

1. 建立客户营销思维，掌握营销流程；
2. 展现客户期待的形象--银行顾问而非推销员，构建客户信任的关系；
3. 整合资源借势营销，多种渠道开发新市场；
4. 掌握网点营销、持续跟进的技巧，强化感知，扩大成果；
5. 养成优秀的营销习惯，建立影响力中心扩大圈层营销。

课程对象：2天，6小时/天

课程对象：银行零售业务部门、网点负责人、网点全体员工、客户经理等人员

授课方式：课程讲授+互动教学+案例分析+情景演练

课程大纲：

第一讲：新形势下金融市场分析

一、客户需求时代的变迁

1. 产品经济时代
2. 商品经济时代
3. 服务经济时代
4. 体验经济时代

二、新形势下服务经济的变革

1. 多元化服务
2. 体验式服务
3. 互联网服务

三、银行转型发展的四个方向

1. 精准化
2. 智能化
3. 全员化
4. 体验化

视频案例：九台农商行智能体验综合服务

第二讲：新形势下银行网点营销目标

一、网点营销四大目标

1. 提升品牌竞争力
2. 提升客户流量
3. 增加客户资产
4. 增加客户粘性

二、网点营销方式四大结合

1. 网点内部与外部营销相结合
2. 到访客户与存量客户相结合
3. 情感营销与礼品回馈相结合
4. 线下营销与线上互动相结合

第三讲：新形势下三类客户营销策略及方法

一、增量客户的营销策略及方法

1. 网点外部动线管理及环境解析

- (1) 1.3公里动线管理
- (2) 区域划分管理

案例：“走进社区”进行二次筛选原则

2. 增量客户的六大策略

- (1) 路演营销
- (2) 职团营销
- (3) 公益营销
- (4) 异业联盟
- (5) 事件营销
- (6) 线上营销

案例分析：六大营销策略经典案例分析

小组研讨：根据增量客户的营销策略及方法，设计网点增量客户营销组合

二、流量客户的营销策略及方法

1. 网点内部动线管理及营销环境解析

- (1) 网点营销环境动线管理
- (2) 网点视觉营销管理

2. 流量客户四大营销策略

- (1) 厅堂营销
- (2) 联动营销
- (3) 目标营销
- (4) 等候营销

案例分析：四大营销策略经典案例分析

小组研讨：以所在网点为核心思考流量营销具体营销策略

三、存量客户的营销策略及方法

1. 存量客户有效识别及客户细分

- (1) 按客户喜好识别
- (2) 按客户资产分层

2. 存量客户的五大营销策略

- (1) 沙龙营销
- (2) 兴趣营销
- (3) 节日营销
- (4) 临界营销
- (5) 转介营销

案例分析：五大营销策略经典案例分析

小组研讨：根据网点实际情况研讨存量客户营销策略