

# 银行零售客群精准营销

主讲：林涛

## 【课程背景】

近年来，随着互联网、5G、数字化等科技技术的飞速发展，让客户营销也发生着翻天覆地的变化，新的营销方法层出不穷，顾问式营销、数字化营销、场景化营销等新名词接踵而至，让人目不暇接，但是分析其来源，都逃不过对客户的细分，也都在努力实现精准营销的模式。而银行所具有的庞大客户群体，更应该努力实现精准营销的模式，这样才能为客户提供更加优质的服务，更多的满足客户金融需求，而客群的细分及营销体系搭建就显得格外重要。

## 【课程收益】

让学员明确客群营销的意义，思路和流程，产能抓手、原则、流程和策略。并且重点了解老年客群、青年客群、商贸客群、代发客群的特点与需求；能够针对客户的需求匹配金融产品和服务；能掌握以上客群营销活动的流程，并把控重点；最后达到提升效能的效果。

【课程对象】银行网点负责人、理财经理、零售客户经理

【课程时间】1天

## 【课程大纲】

### 第一讲：客群营销的意义和思路

#### 一、划分客群的价值

案例分析：宝洁公司

案例分析：智能手机

- 1、细分客户
- 2、标签归属
- 3、差异化
- 4、精准化

#### 二、客群锁定

问题讨论：你是怎样锁定你的客户群体的？

- 1、产品导向
- 2、资源导向
- 3、能力导向
- 4、同业导向
- 5、存量导向

#### 三、客群营销的思路和方法

问题讨论：我们都有哪些客户群体？需要重点关注哪些？怎样做好这些客户群体的营销？

- 1、特点分析
- 2、需求匹配
- 3、3A 开发流程

### 第二讲：部分重点零售客群营销解析

## 一、中老年客群

- 1、中老年客户开发的价值
- 2、中老年客户的特点
- 3、中老年客户的需求分析
- 4、中老年客户拓展的 3A 流程
  - (1) 获客 (流量、存量、增量)
  - (2) 获信 (联系+联结+联动)
  - (3) 获金
    - 1) 产品营销话术提炼 (电邀+厅堂)
    - 2) 直接营销—产品定制

### 案例：工行老年客户专属网银

- 3) 活动营销

### 案例：

情感类活动：“呵护心灵的窗口”、“手机达人大课堂”

爆点活动：“财神送大礼”客户节活动

厅堂体验：“最美夕阳红”

优惠活动：“美味共享，健康生活”

## 二、代发客群

- 1、代发类客户开发的价值
- 2、代发类客户开发的痛点
- 3、代发类客户的需求分析
- 4、代发类客户拓展的 3A 流程
  - (1) 获客 (常办账户)
  - (2) 获信 (产品+权益+活动)
  - (3) 获金
    - 1) 产品营销话术提炼 (电销+电邀)
    - 2) 联动营销 (公私联动)

### 案例：陕西某大型国企代发客群营销

- 3) 权益营销

厅堂享尊贵

积分享双倍

消费享优惠

活动享定制

## 三、商贸类客户

1、商贸类客户开发的价值

2、商贸类客户的特征

3、商贸类客户的需求分析

4、商贸类客户拓展的 3A 流程

(1) 获客 (渠道+存量+区域)

**案例：某商业综合体商户的开发**

(2) 获信 (共赢+便捷+联盟)

(3) 获金

1) 存量—便捷

2) 区域—联盟

3) 渠道—共赢

**案例：某农商银行县域商户联盟**

**案例：地摊经济集中开发**

**案例：某批发市场信贷联动拓零售业务猛增**

5、商贸客户综合开发宝典——如何高效运营异业联盟

**情景演练：某商户群体开发思路及开发策略**

#### 四、青年客户

1、青年客户开发的价值

2、青年客户的特征

3、青年客户的需求分析

4、青年客户拓展的 3A 流程

(1) 获客 (线上+双端+存量)

**案例：互联网营销思维**

(2) 获信 (新媒体+精准活动+产品联动)

(3) 获金

1) 新媒体运营入门概述

2) 青年客户双端活动

**案例：某社区银行子女活动**

3) 养成系理念

**案例：某银行针对青年客群推出的贷款联动活动**