

《个金产品营销设计全流程培训》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

【课程对象】：银行科技负责人、结算产品经理、零售部总经理

【课程时间】：实战版 3 天

【课程大纲】：

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于个金产品营销服务的疑惑和难点？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

课程内容

第一部分：形势篇：金融行业服务营销已兵临城下

一、金融行业的竞争与变革

案例：华丽家族（日本银行业上世纪 70 年代的竞争）

案例：湖北省恩施州电力公司的员工 400 个人分 7 个亿引发银行的竞争

二、中国银行业经营模式的改变

1、由单一营销向交叉营销做转型

案例：竞标成功某市政府公车治理项目，政府决定对市辖 300 个预算单位近 5000 部公务车辆定点维修、保险、加油实行统一采购。

2、由利差为主向中间业务做转型

案例：XX 银行投融资项目（定向资产管理）

3、由交易型向服务营销型做转型

案例：建设银行的三代网点转型

4、由个体营销向联动营销做转型

案例：校园现金管理平台（含一卡通营销方案）

三、产品设计之初——客户心理

1、渠道脱媒 - 催生零售银行产品创新

2、客户需求催生银行产品创新 - 客户需求是银行产品与服务创新的核心驱动力

3、业务策略

第二部分 定位篇——目标客户情报获取和需求分析

一、个金创新营销设计之初——客户心理

1、渠道脱媒 - 催生零售银行产品创新

2、客户需求催生银行产品创新 - 客户需求是银行产品与服务创新的核心驱动力

3、业务策略

二、精确市场定位 - 目标客户识别与需求分析

- 目标客户三要素
- 目标至上——客户梳理与分析
- 火眼金睛——客户的分类与识别
- 批量开发策略依托渠道

思路一：政府与机构渠道

思路二：商业渠道

思路三：开发园区与科技园区

思路四：商品交易市场

思路五：产业链金融

思路六：县域产业集群

思路七：当地优势与特色行业

重点行业策略

- 电信通讯
- 医保社保
- 校园企业园区
- 燃气
- 交通

第三部分 流程篇——运用科学方法实施开放创新

1、创新方式——现实可行的途径和方式

产品整合

- 产品包装策略
- 产品组合策略

产品定制

- 区域定制——温州商人卡
- 差别定制

客户定制

合作创新

2、产品创新的过程

产品研发流程

运用科学方法实施开放创新

- 客户体验
- 新产品风险评估
- 产品设计标准化
- 产品组合配置
- 产品竞争力评估
- 产学研合作

3、桂中合作银行产品设计案例

桂盛信祥卡

微银行——存钱取钱、近在眼前

金融超市——夜间银行

立体银行服务

第四部分 互联网思维篇——谁在改变我们的营销大脑

一、商业银行互联网金融竞争格局及创新模式分析

1、自有电子商城体系分析

案例——善融商务

2、多元化金融服务

案例——华夏银行“平台金融”

3、联手电子商务平台型

案例——民生银行“新E贷”信用卡模式分析

4、联手外部机构型

案例——招商银行“手机钱包”

中信银行“摇一摇”手机转账功能

5、 开通网上信贷通道型

案例——光大银行“融E贷”

交通银行“E贷在线”

二、 微信营销

1、 微信印象

2、 谁在用微信

案例：小米微信营销

招商银行-爱心漂流瓶

3、 微信在改变谁？

案例：三只松鼠微信营销

三、 互联网时代商业银行大数据营销业务拓展方案设计

1、 构建大数据处理能力的具体方法

2、 构建“大数据”处理的典型模式

3、 案例分析

FACEBOOK 大数据处理案例分析

沃尔玛大数据处理案例分析

招商银行大数据处理案例分析

第五部分 借鉴篇——他山之石

1、 同业营销创新简介

特约商户二次清分

案例：合肥元一柏庄哈街商业街 POS 二次收单方案

光彩物流园区卡引发的结算整体营销方案

各行发行 PBOC2.0 标准卡

2、 金融 IC 卡

金融 IC 卡标准介绍

金融 IC 卡项目

- 宁波市民卡项目
- 手机支付项目
- 借贷记发卡项目

IC卡行业应用及案例

- 行业应用概述
- 电信行业应用
- 市民卡/社保/医保应用
- 校园/企业园区应用
- 医院行业应用
- 交通行业应用

案例：华为园区卡案例分析

- 项目目标
- 产品概述
- 产品功能
- 实现方案

第六部分 实战演练——银行产品设计方法和展示技巧

一、银行产品设计方法

- 1、研究客户需求
- 2、寻找创新机会点
- 3、产品设计
- 4、论证相关设计

案例分析：适合大学生的银行新产品

大学生金融服务需求

适合大学生的银行新产品 - 满足日常消费需求

适合大学生的银行新产品 - 满足汇款需求

适合大学生的银行新产品 - 培养理财意识

适合大学生的银行新产品 - 出国留学金融服务

式、产品方案展示技巧

- (一)、展示专业形象
- (二)、亲和力技巧
- (三)、影响对公业务展示效果的三大因素
- (四)、对公业务展示推介的三大法宝
- (五)、如何向对公客户陈述和展示营销方案

三、商业银行客户异议处理技巧

- (一) 处理异议—异议是黎明前的黑暗
- (二) 追根究底—清楚异议产生的根源
- (三) 分辨真假—找出核心的异议
- (四) 自有主张—处理异议的原则
- (五) 化险为夷—处理异议的方法
- (六) 寸土寸金—价格异议的处理技巧
- (七)、客户核心异议处理技巧

四、通过实战，请学员在实践中掌握知识点，包括方案设计、方案展示、处理异议、商务谈判相关技巧，在点评环节中给予有针对性的意见和建议。

要求每组学员晚自习时间依据老师的产品设计要求提供一份在工作中撰写的零售金融服务方案，业要求如下：

1.版式要求：PPT版。

2.写作页码要求：PPT页码不少于30个。

3.演练要求：每组学员时间20分钟。选择几组进行展示，训练学员方案制作能力、呈现力和展示方式。

(1)要求在课堂上用10分钟时间将本人提供的金融服务解决方案向老师与全体学员进行路演，接受老师与学员点评考评。

(2)另一小组在充分了解展示案例的基础上，进行提问与点评，时间5分钟。学员路演结束后，选2名学员作为客户代表进行提问点评，其中1人作提问代表，提问的内容主要是关于客户需求方面的疑问、金融服务解决方案方面的疑问及金融服务保障措施方面的疑问；1人作点评代表，站在客户的角度对学员制作与路演的金融服务方案进行点评，点评的内容主要包括金融服务方案整体设计的美观性与科学性、客户需求分析的准确性与差异性、金融服务解决方案的针对性与操作性、金融服务保障措施的可行性与竞争性、学员路演的综合表现等。

(3)老师点评，时间5分钟。主要对金融服务方案制作与路演从肯定成绩、分析存在的不足与改进建议三个方面进行综合点评。

(4)最终演练结果和点评精华，将请每一小组完善案例表格和PPT，形成本行精选案例题库。

授课方式

集中授课为主、小组讨论，小组演练，案例分析。

课程结束：

- 一、 重点知识回顾
- 二、 互动：问与答
- 三、 学员：学习总结与行动计划
- 四、 企业领导：颁奖
- 五、 企业领导：总结发言