

# 赢战农区：乡村振兴营销先锋团队建设与能力提升

## 【课程背景】

随着乡村振兴政策的深入推进，国有大行、邮储银行纷纷开展服务下沉策略，集中人力物力等优势力量，着力深耕农区市场。各家大行不仅加速布局乡村振兴战略，更通过对家庭农场、专业大户、农民专业合作社等重点客群的精准掐尖，迅速挖转了一大批农商行优质客户。2022年，县域/农村市场竞争更趋白热化，国有大行、邮储银行经过前期的政策试水和市场开拓，积累了深耕农区市场的经验方法和人脉资源。在不久的将来，将针对农区市场进行全方位部署，对农区客户进行全面进攻。面对来势汹汹的竞争态势，坐享人缘、地缘优势的农商行/农村信用社如何应对？如何掌握他行战术打法并巧妙化解？如何在乡村振兴背景下，打造一支真正懂战略、懂战术、素质过硬的客户经理队伍？如何在守着阵地的基础上，高效实施存贷一体化营销，不断扩大和巩固农区市场？正所谓狭路相逢勇者胜，勇者相逢智者胜。掌握一套必胜的营销打法就是要践行对标管理，实现战略对标、产品对标、过程对标。盯准盯牢农区市场，就是要确保在战略部署、战术执行上比竞争对手抢先一步、领先一路。

## 【课程收益】

- 1、解决农区支行危机意识不强、战略不清、战术不准的问题，改变农区支行以往抓大户的传统营销模式。
- 2、解决农区市场客户经理营销能力不均衡的问题，老客户经理有资源不会开发，新客户经理市场根基不牢固的问题。
- 3、围绕农区市场空心村、老年村等问题，解决客群难触达、难联络等问题，掌握农区市场五大客群（村级骨干、致富能手、外出务工、留守老人、留守妇

女) 营销策略。

4、掌握线上+线下（电话/微信/新媒体/批量）全渠道营销方法，开展客群深耕、增户扩面。

### 【授课对象】

支行长、客户经理、柜员、大堂经理，6小时/天

### 【授课形式】

 课堂讲授	 小组讨论	 案例分析	 演示操作
 视频教学	 游戏竞赛	 模拟比赛	 角色演练

#### 🌈 战略篇：上善为农 厚德兴商

- 1.战略之基：乡村振兴战略深入推进 2.0 时代
- 2.战略之柱：2022 年政府工作报告普惠金融发展要求纲要
- 3.战略之魂：农信精神与农信优势浅析
- 4.战略之锚：乡村振兴战略下“新三农”需求
  - (1) 新农人：信息渠道与创新体验
  - (2) 新农业：规划定位与资源对接
  - (3) 新农村：精神富足与物质富足
- 5.战略之殇：狼性文化效仿与乡亲文化缺失

#### 🌈 战术篇：因需而变 团队重塑

1. 同业竞争对手战术分析

2.人才适配性分析：农区市场服务与营销需要具备哪些特质？

3.真正的全员营销模式：根据难度等级建立梯度营销团队

4.过程管控：统一标准-公开透明-及时反馈-差别化管理

5.对标管理：

(1) 产品对标：开发引流（社保卡+扶贫贷款）产品价值

(2) 品牌对标：关键人口碑+异业联盟品牌背书

(3) 权益对标：搭建适合农区客群的权益维护体系

(4) 常态化宣传：金融夜校+社群经营+线上渠道

经典案例分享:某农商行网点连续四年“送”走四届某邮网点负责人

🌈 战法篇：因时而变 整合渠道

1. 农区客户网罗：点-线-面

2. 农区网点厅堂阵地战五要素

3.农区网点客群流失狙击战三大法宝

4.村级定位：产业融合型、文化传承型、创新提升型

懂挖掘需求：从采集信息到还原生活

懂创造需求：从入户建档到金融管家

懂引领发展：从依赖组织到融入组织

5.农区市场客群培育与用信需求激发

(1) 信息桥梁

(2) 产业培育与产业升级

(3) 经营媒介

(4) 金融服务

## 6.农区客群场景营销长效机制

- (1) 寻找乡村振兴带头人计划——以点扩面
- (2) 候鸟回巢计划——以面提质
- (3) 乡村振兴公共管理体系建设：信用体系+文明乡风建设
- (4) 供应链金融：银行+合作社+核心企业+推广平台
- (5) 乡村振兴党建共创之金融党课+金融挂职