

社保卡提质增效实战策略与打法

【课程背景】

客户为立行之本，社保卡是快速“获客、活客”的重要工具；社保卡如何实现“发卡（策反他行）、动卡、价值卡”三步走，有效帮助银行降低负债成本，提高活期存款、实现客户维护和综合营销，已是当务之急！！

目前社保卡常见问题：

- ◇ 认知不足、宣传不够：对社保卡好处及功能一知半解，或因宣传不够，很多老百姓只知道社保功能、忽略金融属性；
- ◇ 休眠卡呈逐年上升趋势：客户常用卡只有1—2张，其余的卡多半处于闲置状态，客户只用自己习惯的银行卡！如何占领客户心智，有效激活休眠社保卡客户，激发并培养客户使用习惯是第一任务。
- ◇ 各家银行社保卡功能越老越强大：客户会选择功能强大，且与自己工作生活关系密切的银行卡使用！社保卡如何赋能，如何发掘社保卡的本身价值和附加价值，如何保持社保卡的功能与时俱进，是社保卡站稳市场的永恒主题！

【课程收益】



【课程对象】

零售副行长、电子银行部、业务部总经理、优秀支行长

【课程时间】

一天 6 课时

【课程大纲】

一、发掘银行营销的“蓝海”

1、银行营销“三难”，“营销突围”势在必行

- ◇ 获客难
- ◇ 留客难
- ◇ 成交难

2、产品突围：从本身价值到附加价值

- ◇ 获客产品
- ◇ 获金产品

3、营销突围：从技能提升到模式转型

4、服务突围：从客户服务到场景搭建

5、人才突围：营销人员的五项修炼

二、社保卡提质增效实战策略

1、场景设置：打造社保卡惠民应用场景；我有优惠，你有农商社保卡吗？

2、达标有礼：达标有积分，积分兑好礼；同时公私联动、存贷联动，使社保卡成为主结算卡；

3、专属产品：依据客群需求设计专属社保存、社保便民贷等存贷产品

备注：社保卡、养老卡、工会卡案例分享

三、社保卡场景化打造与跨界营销创新

1、银行营销三阶段：有、优、诱

2、零售行业获客模式的三个时代

- 流量时代：积累海量用户
- 数据时代：掌握用户特征
- 场景时代：创造服务交互

3、银行零售转型发展趋势解析：

- 门店变动销、渠道转终端；
- 卖场变脉场、产品转用户；
- 促销变体验、营销转服务

4、银商联盟的三要素：汇人、会友、惠生活

- 汇人：批量获客；
- 会友：关系深化；
- 惠生活：客户价值提升；

5、场景营销实战技巧——七剑下天山

第一步：准确定位——聚焦客群、精准深耕

第二步：商家整合——跨界整合，多赢共举

第三步：方案制定——方案十问，突出爆点

第四步：宣传造势——多元借力，渠道共建

第五步：导流转化——抽奖转化，有的放矢

第六步：围观销售——定点爆破，快速上量

第七步：生态循环——商家更新，快速复制

案例分享：

四、社保卡宣传造势与精准营销

1、宣传造势的四个到位

- ◇ 家里能看到
- ◇ 街上能碰到
- ◇ 问人能知道
- ◇ 厅堂能找到

2、宣传造势执行落地

- ◇ 线上宣传
- ◇ 线下宣传

3、社保卡精准营销实战技巧

- ◇ 宣讲会实战流程与技巧
- ◇ 活动路演实战流程与技巧
- ◇ 厅堂微沙实战流程与技巧