

# 银行网点立体化营销策略

## 培训目的：

- ◇ 明晰互联网时代银行转型发展的方向和战略意义；
- ◇ 掌握银行转型期存量、流量、增量客户的营销策略。

## 培训课时：

6小时

## 培训对象：

银行支行长、中基层营销管理人员

## 课程概要：

### 第一部分：移动互联时代银行的营销发展

- 1、移动互联时代客户结算、理财、信贷需求的变化
- 2、互联网思维突破
  - 用户思维、场景思维、跨界思维、免费思维、社群思维
- 3、银行的大数据营销时代
- 4、移动互联时代的网点转型发展
  - 智能化、轻型化、专业化
- 5、移动互联时代的银行的营销目标
  - 品牌产品宣传 □ 提升用户流量 □ 增加用户资产 □ 提升用户粘性
- 6、银行三类客户营销的总体策略
  - 存量客户、流量客户、增量客户

### 第二部分：存量客户的营销策略及方法

- 1、存量客户的电话营销盘活
  - 存量客户的分层与细分
  - 电话邀约四步法
- 2、优质客户盘活的沙龙营销
  - 沙龙营销活动的策划与组织
  - 沙龙现场营销五步法
  - 沙龙活动后续的跟进方法
- 3、向上营销与交叉营销
  - 如何吸引客户更多的资产
- 4、微营销链接

针对不同社群如何开展微营销

### **第三部分：流量客户的营销策略及方法**

#### 1、现场的协同营销开展

现场营销客户六步法

#### 2、网点现场的微沙龙开展

现场微沙龙七步法

#### 3、网点营销活动开展

日常和节日的营销活动策划

### **第四部分：增量客户的营销策略及方法**

#### 1、如何开展渠道整合营销

和哪些渠道可以开展跨界营销？

如何与这些渠道进行谈判

#### 2、专项理财沙龙

代发薪企业的理财沙龙

拆迁户的理财沙龙

#### 3、外拓活动组织

绘制作战地图

四步法制定外拓营销策略

外拓营销五步法：拓、筛、跟、养、耕

#### 4、小微企业的批量营销策略

案例：专业市场的批量营销

#### 5、公私业务联动营销策略

### **第五部分：营销执行与销售团队的管理**

#### 1、业绩的预测和分析

可确定性业绩来源 VS 不可确定性业绩来源

#### 2、营销目标制定的方法

#### 3、千金重担大家挑：目标分解方法

#### 4、营销过程管理

技能提升日常化、客户管理精细化、客户活动常态化、成果转化持续化

#### 5、营销过程管理技能

管理表单、营销例会、随访观察、述职谈话

#### 6、营销人员的 OJT 辅导技巧

#### 7、营销绩效考核

#### 8、营销人员的差异化激励方法

