

# 《开门红营销模式创新和活动策划》课纲

<b>课程背景</b>	<p>目前银行业正逐步被互联网经济模式冲击，传统营销模式已经无法满足客户预期。</p> <p>银行个人业务已经从信息不对称的远距离作战变成了信息全公开的近身肉搏，且战况越来越惨烈。由于长期的过度营销，现如今理财经理们的营销模式顾客已产生疲态心里。互联网金融和大银行提高收益率的冲击，导致我们付出的成本越来越高，顾客策反成功难，稳定下来更难。营销费用的支出和业绩获取不成正比</p>
<b>课程目标</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 开什么：开门、开源、开头、开创……</li><li>● 门在哪里？</li><li>● 怎么红？市场调研、目标、策略、计划……</li></ul>
<b>课程时长</b>	一天
<b>课程大纲</b>	<p><b>第一讲：厅堂氛围营造的目的是什么？聚焦、导流、转化！</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 用氛围激发客户</li><li>2. 给客户一个理由</li><li>3. 让客户愿意来</li><li>4. 让客户愿意留</li><li>5. 让客户愿意转</li></ol>

## 第二讲：厅堂氛围营造的形式

1. 静态形式

2. 动态形式

3. 厅堂氛围如何营造？

4. 静态氛围营造重点

1) 临街展示：让客户愿意来！

2) 橱窗布置、LED 跑马屏、灯箱、公告栏、单透膜

5. 厅堂享尊贵--贵宾特色服务

6. 积分享好礼--兑换礼品（橱窗）

7. 购物享优惠--优惠商品（橱窗）

8. 活动享快乐--近期活动安排

9. 生活享品质--权益展示

10. 产品销售--跑马屏

11. 促销活动--促销活动海报

12. 入口展示：让客户愿意买！

1) 行长推荐榜、热销产品排行榜、理财专家榜、本周活动介绍、积分兑换礼品架

2) 让客户进入报名状态、参与状态、购买状态

13. 厅堂展示：让客户愿意转！

1) 座椅背后资料袋、天花吊旗、柱面、墙面、地面、积分权益公告、达标专项、礼品码堆

- 2) 厅堂享尊贵--六个一
- 3) 积分享好礼--礼品码堆
- 4) 购物享优惠--优惠商品码堆
- 5) 活动享快乐--历史活动照片
- 6) 生活享品质--达标客户权益
- 7) 产品销售--座椅背后资料袋

14. 促销活动现场组织等

15. 让客户觉得在我行存款，好处多多、快乐多多！

16 柜面展示：临门一脚见奇效！

- 1) 顺势营销牌、促销活动展示、权益告知
- 2) 当日主打产品顺势牌--产品销售
- 3) 达到一定资产客户--权益告知

如：今日爆款、权益展示牌，具象化刺激，让客户购买产品，资产达标。

17. 贵宾区展示：让客户贵起来！

- 1) 入口标识、差异化服务设施、权益展示、理财资讯
- 2) 贵宾客户五大专享展示、贵宾客户服务手册
- 3) 让客户产生达标的冲动！

### **第三讲：动态氛围营造重点**

- 1. 网点员工根据营销节庆或客群特色，设计形象的亮点  
(如：圣诞节每位员工带上圣诞帽、春节佩戴大红的领结)

	<p>或领花、妆容喜庆等)</p> <p>2. 网点员工热情的笑容，周到的服务，开口营销的频繁</p> <p>3. 网点员工互相联动营销，齐心协力达成目标的氛围，做到周周有活动、日日有惊喜！</p>
--	---

<h2 style="text-align: center;">《开门红营销模式创新和活动策划》课纲</h2>	
<p><b>课程背景</b></p>	<p>俗话说：一年之际在于春。这在现代市场营销中已经过时，必须一年之际在于冬天。打提前量，超前谋划。本课程继 2015 年 11 月在上海举办《决胜 2016 年开门红营销总策划与产能提升之道》后，进一步帮助商业银行与农村金融机构打响开门红，就开门红整体实施给出具体实施操作步骤，确保春季营销活动保全年、领先同业争第一的目标实现。</p> <p>通过对本课程的系统学习，使学员全面掌握开门红营销八大方向及实操方法，营销技能提升以及系统学习营销实施的步骤。达到功在银行、利在员工、益在客户，提升客户价值、提升银行业</p>

	绩、提升团队素质、提升员工薪酬的目的。
<b>课程目标</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 学员可以掌握在营销管理中对人、事、环境三样重点工作的操作思路和相关手法。</li> <li>● 渠道建设、获客手段、存量盘活、公私联动、产品销售、活动策划、网络宣传、团队建设等经营及管理手法。教会大家开门红业务实施前的各项准备工作。</li> <li>● 各类销售技巧的训练。</li> </ul>
<b>课程时长</b>	一天
<b>课程大纲</b>	<p><b>一、银行营销现状分析</b></p> <p>1、营销差距产生的 5 个方面：员工、制度、产品、渠道、方法等问题</p> <p>2、围绕 5 个方面的营销建议</p> <p><b>二、开门红营销的意义</b></p> <p>1、开什么：开门、开源、开头、开创……</p> <p>2、门在哪里？</p> <p>3、怎么红？市场调研、目标、策略、计划……</p> <p><b>三、开门红营销八大方向及实操方法</b></p> <p>1、引流获客</p> <p>✓ 引流渠道：网点、网络</p>

✓ 引流具体操作手法

## 2、重点产品销售

✓ 目标客户群体梳理（高端、大众、潜在）

✓ 产品选择的几个角度（产品、顾客、价格、传播）

✓ 销售话术整理及演练

✓ 运营协同（柜台操作、销售流程、单据整理、可连带产品推荐）

## 3、信用卡专项

✓ 新增卡营销

✓ 存量卡激活

✓ 商户活动包围

## 4、商户活动

✓ 商户活动设计的思考重点（商户选择、价格设定、活动设计与频率）

✓ 商户洽谈

## 5、公私联动

✓ 需要考虑的几个问题

✓ 活动中的推荐重点

✓ 操作中的常见问题（设备、资料、物料、员工、表达、促成）

## 6、会议营销

- ✓ 客户分类的不同方法
- ✓ 会议营销的重点（主题、人员、地点、时间、物料、合作方选择）
- ✓ 客户邀约的流程控制
- ✓ 活动现场销售执行

#### 7、网点营销

- ✓ 高柜连带营销
- ✓ 低柜专项促销
- ✓ 引进合作方联动

#### 8、互联网+

- ✓ 商户活动宣传（网站、APP、公众账号、个人朋友圈、网点、短信群发）
- ✓ 二维码营销
- ✓ 互联网平台合作洽谈
- ✓ 该版块运用案例教学法，重点讲解某商业银行 O2O 运作思路。

### 四、开门红中的营销技能

#### 1、客户需求挖掘的技能

- ✓ 现代人际交往方式
- ✓ 互联网环境下个人和集体心理变化
- ✓ 客户需求的 N 个“更”

	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 需求挖掘中的“望闻问切”</li><li>✓ 挖掘需求所需支持：知识、技能、心态</li></ul> <p>2、产品销售能力</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 产品销售之“八四二一”销售法</li><li>✓ 案例分享：基金定投如何卖</li><li>✓ 列举银行可以用于开门红的金融产品，并针对所选产品进行实战演练，讲师点评</li><li>✓ 产品销售能力的专业性体现在哪些方面。</li></ul> <p>3、工具运用能力提升</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 讨论可以用于营销的工具具有哪些？针对不同工具进行SWOT分析。</li><li>✓ 现场研讨：针对不同网络工具，如何进行销售。微博、微信、QQ、邮箱……</li><li>✓ 熟练掌握各类工具的技巧</li></ul> <p>4、朋友圈营销技巧</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 打造微信形象技巧</li><li>✓ 发帖技巧</li><li>✓ 朋友圈维护关系技巧</li><li>✓ 公众账号和个人账号联动技巧</li></ul> <p>5、社区营销技巧</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 社区营销的关注点：储蓄、个人理财业务、信用卡、个</li></ul>
--	--



人资产业务、网银、POS 机

- ✓ 社区营销的分类：居民社区、商圈社区、工业社区
- ✓ 社区营销的选点及调研技巧
- ✓ 社区营销的布局技巧：展示、接待、咨询、服务
- ✓ 活动开展技巧：知识型、业务型、合作类、主题类
- ✓ 社区目标客户识别和销售技巧

#### 6、电话销售及面谈技巧

- ✓ 电话销售的目的和流程
- ✓ 面谈流程
- ✓ 电话邀约技巧
- ✓ 客户现场促成技巧

#### 5.开门红营销实施步骤

1)资源盘整（公共资源、公司资源、个人资源）

2)制定目标、指标、策略、计划

- ✓ 目标：3 个层次
- ✓ 指标：SMART 原则及活动量管理
- ✓ 策略：活动策划、团队组建、荣誉机制、资源调动等
- ✓ 计划：流程设定及落实中的监督机制

3)营销实施

- ✓ 发布信息
- ✓ 组织培训布置目标

- ✓ 动员大会
- ✓ GPS 跟踪汇报
- ✓ 专项经营管理会议
- ✓ 优秀案例汇总

#### 4)营销总结及表彰

### 五、授课方式与要求

- 1、理论传导与实战应用相结合；
- 2、案例讨论与情景演练（角色扮演）相结合；
- 3、讲师讲授与学员互动相结合；
- 4、每个学员参与案例研讨活动，撰写本单位实施方案。