

《从银行长尾客户数据挖掘到精准营销营销策略》

适合对象

后备干部、基层主管、支行负责人

课程时间

1天，6小时。

课程背景

1. 在“大数据”时代背景下，各家商业**银行**都在拼抢主动权，争夺数据资源，旨在精准营销产品。
2. 面对日趋激烈的行业内部竞争及互联网金融带来的冲击，商业银行继续一种更为精准的营销解决方案。与传统的上门营销、电话营销，甚至是扫街营销等方式相比，精准营销可节约大量的人力物力提高营销精准程度，并减少业务环节，无形中为商业银行节约了大量的营销成本。

课程收益

1. 了解行业最新动态
2. 掌握大数据的原理与应用
3. 通过分析市场数据，制定优化客户关系的计划
4. 运用现有大数据，设计闭环营销流程以持续改善营销效果
5. 帮助金融条线的关键岗位提升营销管理决策力

课程大纲

一、网点常尾客户数据挖掘

1. 大数据的概念
2. 大数据的意义
 - A. 客户管理
 - B. 营销管理
 - C. 风险管理
3. 大数据背景下未来银行发展趋势



-
- A.** 未来银行业更倾向于零售营销
 - B.** 未来银行业更倾向于科技创新
 - C.** 未来银行业更倾向于数据分析挖掘

4. 网点客户定位

- A.** 城区
- B.** 公私联动
- C.** 财富中心
- D.** 个贷中心
- E.** 乡村网点

二、网点客户精准营销策略


1. 差异化

- A. 产品组合
- B. 服务
- C. 人才素质
- D. 网点文化

2. 营销行动方案

- A. 外拓
- B. 小区
- C. 批量





D.电话

E.面访

3.执行与追踪管理

A.厅堂连动

B.阵地营销

C.过程化

D.结果化

三、长尾客户经营维护/客户分层营销管理

1. 客户分群方式

A.专业人士

B.企业主

C.白领

D.富裕家庭

E.老年客户

F.退休客户

2.客户属性分析与营销策略

A.方便性





B.地缘性

C.目的性

