

【银行客户经理业绩提升】课程大纲

——讲师陈方晖

第一部分 框架的要求：

一、课程大纲的项目

【银行客户经理业绩提升】 主讲人：陈方晖

课程大纲：

包含以下部分：课程名称、课程背景（前言）、课程收益、学员对象、授课方式、授课天数、课程大纲七个部分

二、培训课程的名称

1、【客户经理业绩提升】课程 主讲：陈方晖

2、知识点： 专业知识、电话销售、目标设定、说服力、沟通话术、成交话术
客户拒绝话术、外拓业务、客户分析

3、教学方式：

讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

三、课程背景（前言）：

很多销售型课程都是以讲解产品技巧为核心内容，而忽略了销售的根本即如何挖掘创造客户需求并引导客户成交。在授课中，老师将在销售的关键节点与学员互动：如何树立积极销售心态、如何快速成为客户的朋友，如何发掘创造客户需求、如何建立信赖感、如何进行产品陈述、如何解除客

户的异议……即学即用！学员在任何一个环节中都可以随时针对销售过程中遇到的难题跟老师进行探讨，并且老师建议学员在课程中将自己的产品作为道具进行实战模拟，本课程具有极强的复制性与实用性，当课程结束后，一套完整的销售技巧与销售话术流程便呈现在学员面前……

四、课程收益：

- 1、激发客户经理自信心，改变销售员消极被动的工作态度，培养积极、付出的工作心态
- 2、掌握如何全、准、及时地收集客户信息
- 3、学会挖掘客户的真实需求，提出有竞争力的解决方案
- 4、学习如何赢得客户的信任并建立关系
- 5、课程将深刻诠释 SPIN 顾问式销售行为的核心本质，
- 6、强化销售人员异议处理及缔结能力，提升终极成交技巧

五、授课对象：

理财经理；理财顾问；客户经理；个贷经理；个人客户经理；个人业务顾问；大堂经理；综合柜员等营销职能人员。

授课方式：

讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

六、课程时间： 2天，6小时/天

第二部分 课程大纲内容的要求：

一、课程大纲

国民理财知识和资讯越来越丰富，银行客户的个性化要求越来越高；同行竞争日益白热化，客户自主选择意识日益增强，时刻考验客户经理的营销实力。作为银行与客户的桥梁，客户经理承担着非

常重要的服务传递作用。如何快速提升客户经理的业营销能力？掌握营销机会获得成功？如何分析客户心理、制定营销策略？如何维护客户关系？… 本课程将与您系统分析银行营销业务实质，快速把握提升营销技能的脉络。…

二、课程章节内容

第一讲：银行客户经理的角色定位

- 1、银行网点面临的挑战
- 2、银行客户营销本质的变迁
- 3、以顾客为中心思想和关系营销发展的结果
- 4、银行客户经理的角色定位
- 5、客户体验过程的每一个瞬间—客户经理起到的重要作用！

第二讲：银行个人客户开发技巧

1、银行个人客户开发八步法：

- | 甄选目标客户
- | 拜访准备
- | 接近客户建立信任
- | 沟通并发掘客户需求
- | 产品价值呈现
- | 异议处理
- | 缔结成交
- | 优化客户关系

2、如何甄选优质的目标客户

- | 内部挖掘
- | 外部发掘
- | 人脉拓展
- | 陌拜拓展
- | 结盟拓展
- | 网络拓展
- | 甄选标准：MAN 法则

3、拜访客户前必须做哪些准备？

- | 形象准备
- | 心态准备
- | 销售工具准备
- | 客户信息准备……

4、接近客户的细、和技巧

- | 电话预约
- | 邮件/信函
- | 直接陌拜
- | 进社区
- | 培训……
- | 案例：某银行开展社区营销的步骤

5、如何快速建立信任

6、洞悉客户心理需求：

7、我们为客户提供什么？

| 储蓄结算业务 | 银行卡业务 | 个人贷款业务 | 个人理财业务

| 电子银行业务 | 不同业务的营销技巧与实战案例解析

8、如何展现产品价值？

| 活化演示 VS 体验营销 | 巧用“加、减、乘、除” | 练习：利益展示的 FABE 法

9、如何处理客户异议？

| 挖掘 QBQ | 感同身受 | 赞美 | 澄清事实/转移话题

| 反问提方案 | 案例练习：不喜欢用信用卡、不喜欢用电子银行

10、如何踢好临门一脚？

| 缔结成交的九种射门方法：投石问路法、利益综述法、案例成交法、假定成交法……

第三讲：顾问式销售技巧深入挖掘客户需求与引导缔结艺术沙盘演练

1、顾问式销售策略

| 销售对话中隐含商机的挖掘 | 如何把握销售过程中的购买循环

| 销售对话问题设计 | SPIN 与传统销售模式解析

2、SPIN-客户需求开发工具

| S—背景型问题如何更加有针对性 | P—难点型问题如何挖掘

| I—暗示型问题如何深入 | N—需求利益型问题如何展开

3、运用 SPIN-顾问式常见的注意点

4、工具类：提供一套 SPIN-顾问式销售工具

5、案例模拟：用 SPIN-顾问式来设计我的产品

6、对 SPIN 各环节的理解和技巧

7、交易的延伸

8、案例分析、角色扮演、团体游戏、小组讨论

第四讲：结束，答疑，总结