

《大客户策反与关系营销技巧》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

银行行长、网点负责人、客户经理

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于资源、整合、沟通、营销、谈判等问题？每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析。

第一章、银行大客户营销策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

- 一、关系营销策略
- 二、高层营销策略
- 三、资源整合策略
- 四、海量营销策略
- 五、体验营销策略
- 六、技术壁垒策略
- 七、网络利用策略
- 八、团队配合策略
- 九、攻心为上策略
- 十、主动出击策略
- 十一、创新营销策略
- 十二、策划营销策略

短片观看及案例分析：

广发行：营销案例分析

招行：营销案例分析

联社：营销案例分析

工行：营销案例分析

农行：营销案例分析

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、如何挖掘与识别大客户（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

- 一、大客户挖掘与识别的五大途径
- 二、大客户挖掘的六大步骤
- 三、四种大客户档案建立与完善技巧
- 四、大客户评估

短片观看及案例分析：

- 工行: 大客户挖掘与识别案例
- 招行: 大客户挖掘与识别案例分析
- 浦发: 大客户挖掘与识别案例分析
- 广发行: 大客户挖掘与识别案例分析
- 农行: 大客户挖掘与识别案例分析

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、大客户合作决策心理分析(案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、大客户组织架构分析

- (一) 决策层
- (二) 管理层
- (三) 操作层

二、大客户采购决策身份分析

- (一) 大客户决策过程中的七种身份特点描述。(决策者、购买者、建议者、影响者、评论者、反对者、受益者)
- (二) 案例分析及录像观看。
- (三) 针对七种大客户决策身份策略及沟通技巧

三、关键人物性格分析

- (一) 四种性格的特点描述(力量型、活泼型、完美型、和平型)
- (二) 四种性格的录像片断观看及分析讨论
- (三) 针对四种大客户性格的沟通技巧及销售服务策略
- (四) 自我测试: 自己属于什么性格?

四、大客户合作心理分析

- (一) 七种大客户合作心理特点描述及弱点分析(求廉心理、求实心理、求新心理、求名心理、求美心理、求知心理、求特心理)
- (二) 针对七种大客户消费心理的销售服务策略与方法
- (三) 案例分析、模拟演练

五、大客户购买动机分析

- (一) 二种大客户购买动机分析(逃避痛苦、追求快乐)
- (二) 二种大客户购买动机现场演示
- (三) 针对二种大客户购买动机的销售服务策略与方法
- (四) 案例分析、模拟演练

六、大客户深层需求分析

- (一) 马斯洛需求层次论
- (二) 需要 VS 需求
- (三) 冰山模型、
- (四) 钓鱼理论
- (五) 决策层核心需求分析
- (六) 管理层关键人物核心需求分析
- (七) 操作层关键人物核心需求分析
- (八) 采购者核心需求分析

短片观看及案例分析:

山东工行: 大客户策反之客户心理分析案例

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、银行客户经理营销实战六步曲（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

（重点）

一、挖掘和识别目标客户

（一）目标客户 MAN 法则

（二）客户挖掘与识别的五大途径

（三）客户挖掘的六大步骤

（四）四种客户档案建立与完善技巧

（五）客户评估

短片观看及案例分析：

工行：客户挖掘与识别案例

招行：客户挖掘与识别案例分析

浦发：客户挖掘与识别案例分析

广发行：客户挖掘与识别案例分析

农行：客户挖掘与识别案例分析

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

二、客户深层需求及决策分析

（一）客户冰山模型

（二）高效收集客户需求信息的方法

（三）高效引导客户需求的方法

（四）客户合作心理分析

（五）客户决策身份分析

三、客户沟通引导策略

（一）SPIN 引导技巧

（二）沟通引导的目的

（三）高效沟通谈判六步骤

（四）沟通引导实用策略

四、银行产品呈现技巧

（一）影响产品呈现效果的三大因素

（二）产品推介的三大法宝

（三）FAB 呈现技巧

（四）银行常见产品呈现技巧

1、网银呈现技巧

2、银行卡呈现技巧

3、小额贷款呈现技巧

4、分期付款呈现技巧

5、保险产品呈现技巧

6、基金产品呈现技巧

7、黄金产品呈现技巧

8、其它个金产品呈现技巧

五、客户异议处理技巧

（一）处理异议—异议是黎明前的黑暗

（二）追根究底—清楚异议产生的根源

- (三) 分辨真假—找出核心的异议
- (四) 自有主张—处理异议的原则
- (五) 化险为夷—处理异议的方法
- (六) 寸土寸金—价格异议的处理技巧
- (七) 客户核心异议处理技巧

- 1、情感与精神层面不满足；
- 2、不认可公司、产品
- 3、不认可营销服务人员；
- 4、客户有太多的选择；
- 5、客户暂时没有需求；
- 6、客户想争取更多的利益；

六、促成合作策略

- (一) 建立并强化优势策略
- (二) 同一战线策略
- (三) 假设成交策略
- (四) 逐步签约策略
- (五) 适度让步策略
- (六) 资源互换策略

短片观看及案例分析、综合模拟演练

- 1、信贷业务呈现技巧
- 2、存款业务呈现技巧
- 3、小额贷款呈现技巧
- 4、分期付款呈现技巧
- 5、保险产品呈现技巧
- 6、基金产品呈现技巧
- 7、黄金产品呈现技巧
- 8、其它个金产品呈现技巧

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第五章、大客户关系营建技巧(案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、客户关系的4个阶段：认识→好感→信赖→同盟

二、大客户营销六流程

- (一) 收集信息，客户评估
- (二) 理清角色，建立关系
- (三) 技术交流，影响标准
- (四) 准备文件，参加投标
- (五) 商务谈判，签订合同
- (六) 合同收款，售后服务

三、客户关系两手抓

- (一)对公——创造并满足机构核心需求
- (二)对私——创造并满足个人核心需求

四、营建客户关系的10种技巧

- (一)全员动员服务客户
- (二)全方位的客户关怀

- (三)标准化 VS 个性化
- (四)程序面 VS 个人面
- (五)现代客户关怀工具的使用技巧
- (六)沟通频率与质量；
- (七)有求必应；
- (八)“唯一的依靠”；
- (九)敢于表达意愿；
- (十)“各为其主”；

五、与客户礼尚往来技巧

- (一)who 送给谁
- (二)what 送什么
- (三)when 什么时间
- (四)where 什么地点
- (五)how 如何送
- (六)几种常见场合送礼技巧

六、推进客户关系的经验之谈

- 1、做关系要两手抓，两手都要硬；
- 2、发展内线有讲究；
- 3、巧妙的切入点和攻关方向；
- 4、饭桌上怎样谈事情？
- 5、对项目中不同的人怎样对待？
- 6、偶尔“自作主张”；
- 7、客户的心理，你的心态；
- 8、与客户相处的其他经验。

短片观看及案例分析：

山东工行：政府关系营建案例

福建招行：大客户关系营建案例

中信银行：大客户关系营建案例

广发行：大客户关系营建案例

深发展：大客户关系营建案例

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第六章、大客户谈判策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、谈判产生的原因分析

二、谈判的目的：共赢

三、谈判三大理念

（一）真诚求实

（二）平等互利

（三）求同存异

四、谈判的分工与准备

（一）确定谈判进度

（二）组织谈判队伍

（三）营造谈判氛围

（四）制定谈判计划

五、谈判的立场与利益

六、高效沟通谈判六步曲

(一)谈判策划

(二)谈判准备

(三)谈判开局

(四)谈判磋商

(五)谈判促成

(六)实施检查

七、谈判实用十大策略

(一)资源整合策略

(二)同一战线策略

(三)攻心为上策略

(四)巧妙诉苦策略

(五)限时谈判策略

(六)丢车保帅策略

(七)上级权利策略

(八)ABC 法则配合策略

(九)黑白脸配合策略

(十)威逼利诱策略

八、寻找对方底线策略

九、谈判中突发事件的应对策略

(一)谈判僵局应对策略

(二)对方施压应对策略

(四)对方换将应对策略

(五)对方改变谈判策略的应对策略

(六)对方心理抗拒应对策略

(七)对方偏激应对策略

(八)对方要求中止谈判应对策略

十、报价与议价策略

(一)报价技巧

(二)还价技巧

(三)摸清低价技巧

(四)促成交易技巧

(五)高效的说服技巧

(六)处理客户价格异议的 6 种方法：交换法、共赢法、诉苦法、小幅递减法、三明治法、反悔法

十一、商务谈判促成技巧

(一)建立并强化优势策略

(二)同一战线策略

(三)假设成交策略

(四)逐步签约策略

(五)适度让步策略

(六)资源互换策略

十二、选择结束谈判的方式

(一)如何运用让步式的结束

1、让步式结束

2、选择式结束

3、总结式结束

4、威胁式结束

(二) 结束时对记录的整理确认

十三、合同的签订与履行

(一) 合同的内容

(二) 常见合同陷阱的分析、及规避技巧

(三) 合同签订前应履行的主要步骤

(四) 签合同的步骤

(五) 重要合同的签定仪式

十四、谈判庆功活动

(一) 常见庆功方式：酒会、晚宴、旅游

(二) 庆功活动的注意事项

短片观看及案例分析：

山东工行: 大客户谈判案例

广发行：大客户谈判案例

深发展:大客户谈判案例

农行:大客户谈判案例

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

课程结束：

一、重点知识回顾

二、互动：问与答

三、学员：学习总结与行动计划

四、企业领导：颁奖

五、企业领导：总结发言

六、合影：集体合影