

《银行：个人客户经理营销技能综合提升特训营》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

银行个人业务顾问、个人客户经理

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于银行理财产品营销技巧、客户维护等方面的问题？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

第一章、客户经理的阳光心态训练（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

- 一、危机下阳光心态是黄金
- 二、员工必须具备的阳光心态
 - (一) 老板的心态
 - (二) 共赢的心态
 - (三) 长远的心态
 - (四) 积极的心态
 - (五) 付出的心态
 - (六) 感恩的心态
 - (七) 自信的心态

第二章、个人客户经理理财产品营销策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

- 一、理财产品营销两个关键点
- 二、银行营销十大策略
 - (一) 资源整合策略
 - (二) 海量营销策略
 - (三) 关系营销策略
 - (四) 高层营销策略
 - (五) 体验营销策略
 - (六) 网络利用策略
 - (七) 团队配合策略
 - (八) 攻心为上策略
 - (九) 主动出击策略
 - (十) 创新营销策略
- 三、银行资源整合与海量营销策略
 - (一) 利用厅内设备，进行视觉营销
 - (二) 针对厅内客户，进行现场营销
 - (三) 利用体验区，进行体验营销
 - (四) 利用 OPP 营销，给客户洗脑与促销

- (五) 深挖老客户，深度关怀与海量营销
- (六) 以老带新，驾驭和利用老客户
- (七) 网上业务，突破客户服务量瓶颈
- (八) 锁定目标客户群，针对营销
- (九) 利用事件，进行事件营销
- (十) 联合商界，进行联合促销
- (十一) 联合学校、企事业单位，进行联合推广
- (十二) 联合政、媒，进行强势营销

四、其他银行理财产品营销策略

- (一) 广州邮储营销策略
- (二) 建设银行营销策略
- (三) 广州招行营销策略
- (四) 包商银行营销策略
- (五) 农村信用社营销策略
- (六) 天津农行营销策略
- (七) 渤海银行营销策略
- (八) 广东农商行营销策略

第三章、挖掘和识别目标客户（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、目标客户 MAN 法则

- (一) 金钱
- (二) 需要
- (三) 权力

二、客户挖掘与识别的四大途径

- (一) 缘故法
- (二) 社交法
- (三) 网络法
- (四) 转介绍法

三、客户分类

- (一) 积极投资型
- (二) 未知抗拒型
- (三) 受伤抗拒型
- (四) 资深抗拒型

四、客户分析

- (一) 适合分红型保险的客户特征分析
- (二) 适合万能型保险的客户特征分析
- (三) 适合医疗型保险的客户特征分析
- (四) 适合期交型保险的客户特征分析
- (五) 适合趸交型保险的客户特征分析
- (六) 适合基金投资的客户特征分析
- (七) 适合保本型人民币理财的客户特征分析
- (八) 适合非保本型人民币理财的客户特征分析

短片观看及案例分析：广州邮储：目标客户挖掘与识别案例

广西邮储：目标客户挖掘与识别案例分析

深圳农行：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

第四章、客户需求挖掘与引导技巧（头脑风暴、模拟演练、短片观看、案例分析）

一、高效收集客户信息的方法

- (一) 观察法
- (二) 提问引导法
- (三) 分析法

二、积极投资型、未知抗拒型客户：批量需求挖掘与引导技巧

- (一) 高效批量需求挖掘与引导技巧
- (二) 营造营销氛围

三、积极投资型、未知抗拒型客户：提问引导技巧

- (一) 开放式提问、封闭式提问
- (二) 让人难以拒绝的引导技巧
- (三) 让人立即产生兴趣的引导技巧

四、受伤抗拒型、资深抗拒型：深度引导技巧

- (一) 制造痛苦引导技巧
- (二) SPIN 深度引导技巧

五、受伤抗拒型、资深抗拒型：全面引导技巧

- (一) 客观分析引导技巧
- (二) 排他分析引导技巧
- (三) 此消彼长利弊分析引导技巧

案例分析及模拟演练：

案例一：刘先生，约 45 岁，某企业主，多次推荐，他均以保险收益太低，为由拒绝营销

案例二：张姐，约 35 岁，某事业单位职工，多次推荐，她均称以前在银行被骗过，再也不相信银行了，只存活期，其它都不办理。

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

第五章、理财产品呈现技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、影响产品呈现效果的三大因素

- (一) 产品呈现的语言
- (二) 产品呈现的方式
- (三) 呈现时的态度、情绪、信心

二、产品推介的三大法宝

- (一) 视觉营销
- (二) 体验营销
- (三) 客户转介绍

三、银行常见理财产品呈现话术及呈现方式示范指导（具体以银行实际产品为准）

- (一) 分红型保险产品呈现技巧及话术训练
- (二) 万能型保险产品呈现技巧及话术训练
- (三) 贵金属产品呈现技巧及话术训练
- (四) 人民币理财呈现技巧及话术训练
- (五) 借记卡产品呈现技巧及话术训练
- (六) 网上银行产品呈现技巧及话术训练
- (七) 手机银行产品呈现技巧及话术训练

- (八) 短信银行产品呈现技巧及话术训练
- (九) 代交水电费产品呈现技巧及话术训练
- (十) 利得赢产品产品呈现技巧及话术训练
- (十一) 建信基金产产品呈现技巧及话术训练
- (十二) 金鼎富贵分红型保险产品呈现技巧及话术训练)
- (十三) 国债产品呈现技巧及话术训练
- (十四) 实物黄金产品呈现技巧及话术训练
- (十五) 纸黄金产品呈现技巧及话术训练
- (十六) 日薪月溢产品呈现技巧及话术训练
- (十七) 周周大丰收产品呈现技巧及话术训练
- (十八) 天天大丰收产品呈现技巧及话术训练

国寿产品呈现实例分析

太保产品呈现实例分析

泰康人寿产品呈现实例分析

四、积极投资型、未知抗拒型客户理财产品呈现技巧

- (一) 宣传单页呈现法
- (二) 投入产出比分析法
- (三) 突出核心收益法
- (四) 保障收益法
- (五) 数据对比呈现法
- (六) 收益聚沙成塔法
- (七) 从众心理法
- (八) 体验分析法

五、受伤抗拒型、资深抗拒型客户理财产品呈现技巧

- (一) 性格分析呈现法
- (二) 负面案例分析呈现法
- (三) 此消彼长利弊分析呈现法
- (四) 投入产出比分析呈现法
- (五) 社会现状分析呈现法
- (六) 排他分析呈现法
- (七) 诉苦分析呈现法
- (八) 损失分析呈现法

案例分析及模拟演练：广西邮政储蓄：理财产品呈现技巧案例

福建农业银行：理财产品呈现技巧案例

广州农商银行：理财产品呈现技巧案例

广东发展银行：理财产品呈现技巧案例

广州平安银行：理财产品呈现技巧案例

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

第六章、客户异议处理技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、理解异议

- (一) 追根究底——清楚异议产生的根源
- (二) 分辨真假——找出核心的异议
- (三) 自有主张——处理异议的原则

(四) 化险为夷——处理异议的方法

二、客户核心异议处理技巧

- (一)情感与精神层面不满足
- (二)不认可公司、产品
- (三)不认可营销服务人员
- (四)客户有太多的选择
- (五)客户暂时没有需求
- (六)客户想争取更多的利益

三、客户想争取更多优惠的谈判技巧

- (一) 利益交换法
- (二) 双方共赢法
- (三) 巧妙诉苦法
- (四) 上级权力法
- (五) 利弊分析法
- (六) 小幅递减法
- (七) 三明治法
- (八) 替代方案法
- (九) 费用：化整为零
- (十) 收益：聚沙成塔

四、异议处理流程

- (一) 三明治第一层：理解、肯定、赞美、感谢、关心、微笑
- (二) 三明治第二层：分析原因、解释原因、询问、举例说明、提出替代解决方案
- (三) 三明治第二层：促成客户接受
- (四) 三明治第二层：立即采取下一步行动
- (五) 三明治第三层：赞美、感谢、希望、微笑

五、异议应对及谈判实用 22 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) 利弊分析策略
- (九) 黑白脸配合策略
- (十) 威逼利诱策略
- (十一) 息事宁人策略
- (十二) 快刀斩乱麻策略
- (十三) 欲擒故纵策略
- (十四) 团队配合策略
- (十五) 情感拉拢策略
- (十六) 步步为营策略
- (十七) 先发制人策略
- (十八) 虚实结合策略

(十九)迂回曲折策略

(二十)疲惫战术策略

(二十一)最后通牒策略

(二十二)以柔克刚策略

六、常见客户异议处理技巧及话术（暂定，以学员实际案例为准）

(一) 我考虑一下/我跟家人商量一下

(二) 我们暂不需要

(三) 听说理财产品亏损得很严重

(四) 还是存银行保险一些

(五) 我们没多余的钱

(六) 我还是喜欢投资房产，你们这些投资啊，骗人的

(七) 我家人不同意

(八) 你能说服我家人才行

(九) 保险没什么收益

(十) 保险理赔难

(十一)你们都是骗人的，再也不上当了

(十二)XX 银行的产品更好

(十三)我家在 XXX 银行有亲戚，算了，暂不和你们合作了

(十四)这个保险啊，是外国的，不行，只能选中国的

(十五)这个保险收益太低了，还不如存定期

(十六)交费太高了

(十七)如果中途需要用钱怎么办，能不能按定期算？…….

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

第七章、客户促成技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、快速促成技巧

(一) 请求成交促成法

(二) 体验营销促成法

(三) 步步为营促成法

(四) 目的建议促成法

(五) 利弊分析促成法

(六) 假设成交促成法

二、如何避免保险公司二次确认丢单？

三、如何让客户顺利度过“犹豫期”？

四、如何避免客户中途退保？

案例分析及模拟演练：广西邮政储蓄：客户促成技巧案例

福建农业银行：客户促成技巧案例

广州农商银行：客户促成技巧案例

广东发展银行：客户促成技巧案例

广州平安银行：客户促成技巧案例

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

第八章、团队建设管理（案例分析、短片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、团队沟通策略与技巧

- (一) 影响沟通效果的因素分析
- (二) 营造沟通氛围
- (三) 沟通六件宝
- (四) 深入对方情境
- (五) 高效引导技巧
- (六) 三明治法则
- (七) 高效沟通四要诀
- (八) 高效沟通六步曲
- (九) 移动管理人员上下级沟通礼仪与技巧

二、团队压力化解与情绪管理策略

- (一) 赢者心态
- (二) 共赢沟通
- (三) 自我激励八大技巧
- (四) 团队激励六大技巧

三、团队冲突管理

- (一) 团队冲突处理策略
- (二) 三明治沟通技巧
- (三) 团队成员处罚技巧

四、团队凝聚力建设

- (一) 提高团队凝聚力技巧
- (二) 团队配合的ABC法则
- (三) 团队共同目标建立技巧

五、团队培训管理

- (一) 培训理念
- (二) 培训方案的策划与制作
- (三) 员工培训策略与方法
- (四) 客户引导培训策略与方法

短片观看及案例分析：移动公司团队建设正面案例

中国电信团队建设反面案例

中国银行团队建设正反案例分析

海尔团队建设正反案例分析

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

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

