

《银行：个人客户经理营销能力提升培训》

【授课时长】

实战版 4 天、浓缩版 2 天

【授课对象】

银行个人客户经理

【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。

前言：

1. 银行业的激烈竞争现状
2. 现代银行销售面临的问题
3. 未来银行发展趋势
4. 销售重要性
5. 银行客户经理每天自省

第一章、客户经理的定位篇（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、优秀客户经理的五大共有特征

- (一) 做客户顾问的核心：提供价值
- (二) 做客户顾问的衡量标准：解决问题
- (三) 超越只是为了留住客户
- (四) 口碑传播与转告优先
- (五) 个人价值

第二章、新银行销售的核心流程篇（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、建立信任

- (一) 快速建立个人信任的三条有效途径
- (二) 快速打通客户关系的九大基本功
- (三) 客户基本信息掌握和分析
- (四) 对银行客户的评估：三项衡量指标

二、挖掘需求

- (一) 入门版：直接陈述引导
- (二) 初级版：提问引导技巧
- (三) 中级版：制造痛苦引导技巧
- (四) 高级版：委婉提醒技巧+三明治
- (五) 超佳版：SPIN 技巧+三明治+委婉提醒技巧

三、提出方案

- (一) 银行业务方案呈现的 13 大方法
- (二) 银行客户解决方案的原则

(三) 银行客户的四大兴奋点

(四) 如何在同质化方案中脱颖而出

四、异议处理：异议处理的十二大方法

五、促成办理

(一) 二选一式促成法

(二) 步步为营促成法

(三) 假设成交促成法

(四) 体验成交促成法

(五) 利弊分析促成法

(六) 限时限量促成法

(七) 请求成交促成法

六、全面服务

七、深度营销

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、客户经理的营销技能篇（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、如何分析客户心理及满足客户心理需求？

二、互联网+时代，网络工具如何运用？

(一) 如何高效的联络客户？

(二) 如何发广告，让客户不反感？

(三) 如何让客户常常记住我们？

三、如何快速有效地开发出潜在客户？

(一) 潜在客户的三个必要条件

(二) 潜在客户识别与确认

(三) 开发潜在客户的三大有效捷径

四、如何做到有效表达？

(一) 如何运用诊断式提问吗？

(二) 如何赞美客户？

(三) 如何沟通，让客户开心？

五、如何把握住成交的关键时刻？

(一) 如何辨识成交的六大信号？

(二) 最有效的成交问话有哪些？

(三) 成交的关键时刻：临门一脚的把握

六、如何有效化解客户的拒绝？

(一) 客户拒绝的形式

(二) 客户拒绝的心理分析

(三) 应对客户拒绝的有效流程

(四) 直接破解客户拒绝的 12 个常用方法

(五) 典型拒绝理由应对话术

七、如何把流失的客户找回来？

(一) 流失的客户再开发：挖掘金矿

(二) 高端客户流失的迹象

(三) 找回流失的客户

(四) 挽回流失顾客的五个步骤

八、如何有效操作深度开发和交叉销售？

- (一) 客户深度开发的三大原则
- (二) 客户深度开发的步骤
- (三) 客户深度开发的捷径
- (四) 客户全面服务营销

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。

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、客户经理的素质篇(头脑风暴、模拟演练、短片观看、案例分析)

一、成为优秀客户经理需要具备的三大条件

- (一) 良好的心理素质及强大的内心
- (二) 学会用全局思维与共赢语言
- (三) 获得团队支持

二、掌握业绩自我管理技能

1. 目标管理
2. 时间管理
3. 工作计划
4. 团队配合
5. 情绪管理
6. 客户管理
7. 资源整合
8. 管理 VS 服从
9. 融力 VS 融资 VS 融客

三、如何保持强大信念

- (一) 受挫后如何调整情绪
- (二) 如何培养坚定信念？

案例分析及模拟演练：

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

