

《银行：公私联动营销技巧》

【课程背景】

随着金融需求日益多元化和商业银行同质化竞争加剧，推行公司与个人业务联动营销是商业银行适应市场发展，增强竞争能力的现实要求和必然趋势。然而，由于受体制和机制的影响，银行对业务条线实行分类管理，造成公司业务和个人业务割裂，企业资源不能有效整合，影响了联动营销机制建立。多头营销、重复营销的结果，导致营销成本加大，成为制约市场拓展的瓶颈之一。因此，如何进一步整合现有内部资源和客户资源，加快推行公私联动，为客户提供个性化、综合化的金融服务，对于打造银行核心竞争力有着重要的意义

【授课时长】

浓缩版 2 天

【课程收益】

- 1.使学员了解到公私联动营销的重要意义，同时建立公私联动营销的从业意识。
- 2.使学员清晰认知实施公私联动营销应该具备自身职业特点和面临怎样的挑战。
- 3.使学员了解银行产品在联动营销过程中的标准流程和步骤，促进销售专业化。
- 4.使学员掌握收集信息，挖从业意识。

【授课对象】

客户经理、骨干人员及柜员

【课程大纲】

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于银行客户关系管理以及营销技巧的问题呢？每人提出自己工作中的问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、示范指导。

第一章、联动营销角色定位（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

1. 虚拟营销团队的组建与任务点布置。
2. 金牌公私联动营销人员四大关键点。
3. 金牌公私联动营销人员晋级四台阶。
4. 银行公私联动价值营销四大基本点。
5. 银行公私联动营销流程与步骤分析
6. 金牌银行营销经理人所面临的挑战。

案例分析：营销人员五项能力修炼

第二章、构建联动终端影响（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

1. 良好的营销沟通是成交的根本保证

2. 专业的形象能产生专业的营销效果
3. 高效率客户沟通的三大基本功解析
4. 识别并高效把握客户四大性格特点
5. 调节银行客户经理心态的五大步骤
6. 掌握增进客户关系的六大状态同步

情景模拟：A企业的联动营销会谈

第三章、挖掘联动客户需求（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

1. 客户需求的把握是营销成功的关键。
2. 银行客户参与购买的心路历程分析。
3. 识别隐含需求与明确需求之间关系。
4. 找到并剥离出客户内心的真实需求。
5. 抓住识别需求的四大策略核心工具。
6. 客户需求变化动态把握与策略应对

银行案例：银行营销人王小姐担忧

第四章、影响客户决策流程（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

1. 流程梳理是联动营销能否成功关键。
2. 银行对公客户招标公平还是不公平。
3. 银行对公客户销售的三种客户关系。
4. 打开银行对公客户营销致命黑箱子。
5. 掌控银行对公客户策略营销七工具。
6. 找出影响对公客户营销七大关键人。

银行案例：银行客户经理张楠困惑。

第五章、选择联动营销战术（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

1. 银行联动客户解决方案的战术分析。
2. 如何认识银行客户营销中的价格战。
3. 附加价值与使用价值的有效之组合。
4. 积极应对价格战的六大基本之策略。
5. 赢得客户竞争优势十六大基本战术。

案例分析：一场雷雨过后深入思考。

第六章、联动营销成交维护（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

1. 客户出现异议无疑是一种成交机会。
2. 高效客户异议处理的六大基本步骤。
3. 掌握客户成交中五大核心策略法则
4. 应用期望值管理法来处理客户投诉。
5. 从两家地毯公司服务银行服务意识。

案例分析：管理银行客户的期望值。

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

