

《银行大客户营销技巧》

【授课时长】

实战版 4 天 浓缩版 2 天

【课程收益】

掌握建立、渗透、巩固客户关系，客户经理必须掌握的方法；

学会分析客户关系的广度和深度；

学习专业的大客户营销技巧；

学习如何和客户建立长期的银企合作伙伴关系；

学习如何组建高效的银行营销和服务团队。

【授课对象】

高层管理, 中层干部, 基层主管, 基层员工, 新员工

【课程大纲】

(领导开训:强调训练的意义和目的)

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、另眼看银行业营销（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、银行营销分析

二、行长是第一营销人员的 n 个理由

三、客户经理制与现代营销导向

四、知识链接：?银行全员营销 ?银行行长营销 ?银行经理营销 ?银行柜员营销

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

第二章、银行大客户的销售策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、银行业的客户分类

二、80/20 原则的作用

三、大客户的几种类型

四、不同类型大客户的业务重点

五、有那些策略与战术进行合作

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、做对事比什么都重要（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

- 一、国内银行营销管理的现状
- 二、战略性客户营销计划的框架模型
- 三、银行成功营销的五大原则
- 四、通过 gpn (目标、问题、需求) 的分析方法来掌握客户组织的情况，并制定相应的银行营销策略

- 五、案例：银行十佳客户经理也烦恼 (找对人 pk 做对事)
 - 六、必须要做对的事——客户的决策流程和银行的营销定位
- 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、对公客户的主动服务营销 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

- 一、理财案例：眼睛里只有自己的产品

理财案例：顾问式理财方案

- 二、中资银行与外资银行的最大差距点：客户信息收集与档案管理柜面如果实现服务与理财产品的交叉销售

- 三、网点营销采用单打独斗的模式？还是采用团队协作配合的模式？

- 四、识别潜在客户

- 五、客户的引导与分流

- 六、深刻了解你的客户理财心理，激发客户的潜在需求

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

第五章、用沙枪瞄准你的客户群 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

- 一、讨论：“三天不喝酒，存款就搬走”、“三天不桑拿，业绩往下滑”

- 二、客户对银行的认知、看法、态度和行动之间的关系

- 三、介绍“头脑份额”的概念和影响力模型

- 四、运用沙枪理论——营销更具杀伤力！

- 五、战略性客户营销计划的制定流程

- 六、实战演练：制定一份战略性客户营销计划 (包括对现状、目标和差异的分析，制定 30 天、60 天、90 天的行动计划，安排资源和战术)

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

第六章、中国客情关系管理——业务从关系做起 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

- 一、客户关系的基础

- 二、客户关系发展的四种类型

- 三、三大客户关系的意义与识别 (亲近度，信任度，人情)

- 四、做关系的总体策略

- 五、建关系的技巧 (建关系的核心在于“建”从无到有)

- 六、做关系的技巧 (做关系的核心在于“做”提升加深)

- 七、拉关系的技巧 (拉关系的核心在于“来”拉来拉满)

- 八、用关系的技巧 (用关系的核心在于“用”借用资源)

- 九、实战练习：建立一份银行大客户的档案实战练习：建立一份银行大客户的“头脑份额”评分表

实战练习：建立一份客户组织关系分析图

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

第七章、你能听懂中国话吗——客户需求快速甄别（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

- 一、确定客户需求的技巧
- 二、有效问问题的五个关键
- 三、需求调查提问四步骤
- 四、隐含需求与明确需求的辨析
- 五、不可忽视的灰色需求分析与注意事项
- 六、如何听出话中话？
- 七、课堂讨论：中医与银行营销

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

第八章、金融产品与服务的“营销卖点”呈现技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

- 一、投资理财产品的营销卖点分析
- 二、银行卡的营销卖点分析
- 三、金融产品销售技巧
 - (一)有效介绍产品体验展示法则
 - (二)利用四个实战理财工具，有效引导客户，而非说服
 - (三)与客户成功对话的几个关键技巧
 - a) 专业术语口语化
 - b) 有效互动
 - c) 遭到拒绝后的艺术处理
 - d) 过程中让客户有成就感
 - (四)营销过程控制及技巧运用
 - a) 营造良好的沟通氛围
 - b) 有效提问-发掘客户需求
 - c) 准确有效的产品推介

案例分析：网银营销技巧

理财产品营销技巧

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

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

第九章、学会自我把脉——方能一击中的（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

- 一、活用 swot，快速进行竞争系统分析
- 二、如何有效确立最佳卖点？
- 三、掌握说服客户接受我方产品的步骤
- 四、把我们的方案/产品呈现给客户的技巧
- 五、银行产品营销活动策划与实战技巧
- 六、案例：银行营销的差异化

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

第十章、一颗子弹一个敌人——有效促进的战术（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模

拟演练)

一、客户异议处理 (预测异议/收集异议/处理异议)

二、行动建议

三、给予客户合适的承诺

四、完美的促成技巧

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

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