

《银行消费金融精准营销技巧》

【授课时长】

实战版 2 天，浓缩版 1 天

【授课对象】

客户经理、理财经理、信用卡销售人员

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于消费金融营销、沟通的问题？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、O2O 线上线下联动营销技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、目标客户的挖掘和识别

(一) 客户的市场细分

(二) 目标客户 MAN 法则

(三) 四种客户档案建立与完善技巧

(四) 重点客户价值评估与鉴别

(五) 优质客户评价标准与选择

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

短片观看及案例分析、模拟演练

二、O2O 线上线下联动营销技巧

(一) 微信

(二) QQ

(三) 打电话

(四) 短信息

(五) 合作机构上门拜访

(六) 预约到银行来

(七) 驻点宣传派单

(八) 写字楼陌拜

(九) 流动点宣传

短片观看及案例分析：商业银行客户 XX 机床厂“客户关系维护与增进”分享与分析

案例：商业银行对公业务“客户生命周期营销”

综合类/一揽子方案类业务营销关键点

第二章、合作商户营销技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、列出名单、分析客户

二、拜访客户、推荐合作

1. 如何预约客户？
2. 如何拜访客户？
3. 如何找到关键人物？
4. 推荐业务的顺序？
5. 如何呈现客户更容易接受？
6. 拜访客户、推荐合作业务呈现技巧

三、异议处理、促成签约

四、全员培训、获得支持

五、定期服务、协助营销

六、全面广告、海量宣传

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

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、终端客户营销技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、海量宣传、意向收集

二、定期联系、需求培养

1. 运用什么工具联系？
2. 如何多联系，且对方不反感？
3. 如何让对方记住自己？
4. 如何培养客户的消费需求

短片观看及案例分析：

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

第四章、常见难题应对技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、如何提高信用卡审批通过率

二、如何让客户接受我们银行上门家访？及到单位访？如何让客户愿意接受提供相应材料？

三、他行额度更高？条件更少？审核更快？怎么办？

短片观看及案例分析：

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、还款催收技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、如何提高大家自觉还款率？

1. 哪些客户更自觉还款？
2. 如何提高大家自觉还款率？

二、还款催收技巧

1. 忘记还款型客户如何应对？
2. 资金不足型客户如何应对？
3. 恶意欠款型客户如何应对？
4. 常用催收技巧及话术

短片观看及案例分析：

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、转介绍营销及深度营销技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

一、 案例分析

1. 南京银行 CFC 南京分中心优秀经理的转介绍营销及深度营销案例
2. 南京银行 CFC 苏州分中心优秀经理的转介绍营销及深度营销案例
3. 建设银行信用卡部优秀客户经理案例分析

二、转介绍营销及深度营销技巧

1. 主动请求法
2. 宣传提醒法
3. 利益诱惑法
4. 感恩帮助法

短片观看及案例分析：

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