

《银行信用卡销售经理营销技能综合提升培训》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

银行信用卡销售经理……

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于信用卡营销、沟通、服务等方面的问题？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：信用卡市场普遍面临的问题分析（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

- 一、信用卡产品的市场定位模糊
- 二、信用卡产品的同质性严重
- 三、持卡用户的品牌忠诚度低
- 四、对信用卡产品及市场缺乏系统研究

案例分析：商场卡、汽车卡、旅游卡

第一章、信用卡销售之客户沟通技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、影响沟通效果的因素分析

(一) 内容；(二) 声音语言；(三) 态度、情绪信心

二、营造沟通氛围及亲和力塑造

沟通地点、沟通时间、双方情绪、灿烂笑容、赞美肯定、情绪调整

三、沟通六件宝：微笑、赞美、提问、关心、聆听、“三明治”

四、深入对方情境

(一) 行为冰山模型

(二) 钓鱼理论

(三) 对方最关心的是什么（聆听与观察）

(四) 如何站在对方立场进行沟通

(五) 进入对方心理舒适区

五、客户引导技巧

(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：SPIN 引导技巧

(五) 经典高效引导技巧

六、三明治法则

第 1 层-积极情感层面：理解、肯定、鼓励、赞美

第 2 层-核心问题层面：询问、建议、忠告、要求

第 3 层-积极情感层面：鼓励、肯定、赞美、希望

七、高效沟通的四要诀

- (一) 信息传递多向性
- (二) 信息传递标准化
- (三) 信息传递多样性
- (四) 信息传递短平快

八、高效沟通六步曲

- (一) 营造氛围
- (二) 理解共赢
- (三) 分析策划
- (四) 提出方案
- (五) 认同执行
- (六) 实施检查

九、委婉解释和说明银行规定的技巧

短片观看及案例分析：小猪贝贝经典谈判成功成功案例分析

银行信用卡销售经理：信用卡销售沟通正反两案例

银行大堂经理：服务沟通正反两案例

第二章、信用卡市场推广和促销技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、信用卡市场推广十大策略

- (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

二、全面营销策略

- (一) 改善用卡环境，与特约商户联合营销。
- (二) 贴近顾客，强化理财理念和方式。
- (三) 实行“面对面”营销，拉近与顾客的距离。
- (四) 全面联动，彰显个性。

三、差异化营销策略

- (一) 信用卡产品差异化的特点
 - 1、不同产品满足不同需求
 - 2、不同产品适应不同群体
- (二) 制定信用卡差异化销售策略
 - 1、针对不同性别/年龄的目标客户
 - 2、针对不同兴趣爱好的目标客户
 - 3、针对不同需求的目标客户

四、市场细分策略

- (一) 女性卡
- (二) 大学生卡

- (三) 联名卡
- (四) 网上购物专用卡
- (五) 体育赛事卡

五、价格策略

- (一) 开卡免年费
- (二) 刷卡免年费
- (三) 积分抵年费
- (四) 终身免年费
- (五) 礼品馈赠
- (六) 消费积分奖励
- (七) 现金回馈
- (八) 欠账过户
- (九) 特别推广期优惠
- (十) 综合优惠

六、服务策略

- (一) 提高消费和提款的便利程度
- (二) 特约商户的折扣优惠
- (三) 附赠保险
- (四) 旅游消费免息分期
- (五) 购物保障
- (六) 全球紧急医疗支持
- (七) 预订服务
- (八) 刷卡买基金
- (九) 白金卡贵宾服务

七、品牌、广告、公关活动

- (一) 美观、独特的卡片设计
- (二) 新颖出众的品牌形象
- (三) 俱乐部营销
- (四) 节日营销

短片观看及案例分析：

广发行：信用卡营销案例分析

招行：信用卡营销案例分析

工行：信用卡营销案例分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、银行信用卡推广销售七步曲（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

（重点）

一、挖掘和识别信用卡目标客户

- (一) 信用卡业务目标客户的分类
- (二) 目标客户挖掘与识别
- (三) 如何定位信用卡业务目标客户
- (四) 寻找信用卡利基市场--- MAN 法则
- (五) 搜寻客户源技巧及注意事项

二、电话预约技巧

- (一) 电话预约的基本要领

(二) 电话预约的目的与意义

(三) 电话预约的流程

(四) 电话预约的注意事项

(五) 如何应对客户拒绝

三、信用卡客户深层需求及决策分析

(一) 客户冰山模型

(二) 高效收集客户需求信息的方法

(三) 高效引导客户需求的方法

(四) 客户合作心理分析

(五) 客户决策身份分析

四、信用卡客户需求引导及洽谈策略

(一) SPIN 引导技巧

(二) 沟通引导的目的

(三) 高效沟通谈判六步骤

(四) 沟通引导实用策略

五、信用卡产品呈现技巧

(一) 影响产品呈现效果的三大因素

(二) 产品推介的三大法宝

(三) 产品组合呈现技巧

用卡无忧话术练习，分配作业

(四) 成功的本公司产品/服务推荐的三套话术训练

记讲师建议版三套话术

分组模拟演练

示范指导、模拟演练、强化训练：本公司产品呈现三套话术及呈现方式（重点）

六、客户异议处理技巧

(一) 处理异议-异议是黎明前的黑暗

(二) 追根究底-清楚异议产生的根源

(三) 分辨真假-找出核心的异议

(四) 自有主张-处理异议的原则

(五) 化险为夷-处理异议的方法

(六) 寸土寸金-价格异议的处理技巧

(七) 客户核心异议处理技巧

1、情感与精神层面不满足；

2、不认可公司、产品

3、不认可营销服务人员；

4、客户有太多的选择；

5、客户暂时没有需求；

6、客户想争取更多的利益；

客户常见 10 种异议的回答话术与训练

(一) 我考虑一下

(二) 我知道了

(三) 我已经有信用卡了

(四) 你们怎么每个月还收费，XXX 信用卡就不收费

(五) XXX 银行的服务比你们好多了

案例练习：不喜欢用信用卡、不喜欢用电子银行

七、缔结技巧

- (一) 假设成交法
- (二) 视觉销售法
- (三) 心像成交法
- (四) 总结缔结法
- (五) 对比缔结法
- (六) 请求成交法

八、综合模拟演练

短片观看及案例分析：移动彩铃营销案例

戴尔营销案例

招行信用卡营销正反案例

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、银行信用卡客户关系管理与深度开发技巧（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4个阶段：认识--好感---信赖---同盟

二、营建客户关系的4大技巧

- (一) 全员动员服务客户
- (二) 现代客户关怀工具的使用技巧
- (三) 沟通频率与质量；
- (四) 敢于表达意愿；

三、客户关系两手抓

- (一) 对公--创造并满足机构核心需求
- (二) 对私--创造并满足个人核心需求

四、如何提高客户服务的满意度？

- (一) 客户服务的基本原则与要求：共性服务原则、个性服务原则
- (二) 客户满意否由何决定？
- (三) 提高客户满意度的关键
- (四) 提高客户满意度的技巧
- (五) 客户满意 VS 客户忠诚

五、与客户礼尚往来技巧

- (一) who 送给谁
- (二) what 送什么
- (三) when 什么时间
- (四) where 什么地点
- (五) how 如何送
- (六) 几种常见场合送礼技巧

六、客户抱怨投诉处理技巧

- (一) 客户抱怨投诉心理分析
- (二) 处理投诉的要诀
- (三) 10种错误处理客户抱怨的方式
- (四) 影响处理客户不满抱怨投诉效果的三大因素
- (五) 客户抱怨及投诉处理的六步骤

- (六) 客户抱怨投诉处理三明治技巧
- (七) 客户抱怨投诉处理细节
- (八) 巧妙降低客户期望值技巧
- (九) 当我们无法满足客户的时候
- (十) 快速处理顾客抱怨投诉策略
- (十一) 顾客抱怨及投诉处理的十对策

七、客户深度开发技巧（重点）

- (一) 客户重复营销技巧
- (二) 客户交叉营销技巧
- (三) 客户转介绍营销技巧

八、客户全生命周期管理

- (一) 识别期
- (二) 培养期
- (三) 成长期
- (四) 稳定期
- (五) 衰退期
- (六) 淘汰期

短片观看及案例分析：

山东工行：客户关系营建与深度营销案例

福建招行：客户关系营建与深度营销案例

中信银行：客户关系营建与深度营销案例

广发行：客户关系营建与深度营销案例

深发展：客户关系营建与深度营销案例

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

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