

---

# 《银行顾问式销售》

## 【课程背景】

传统销售的销售理念认为，客户是上帝，好商品就是性能好、价格低，只要把产品的价值介绍到位就能做好销售；而顾问式销售认为，客户是朋友、是与销售者存在共同利益的群体，而我们销售人员是客户采购过程中值得信任的顾问，可以看出，顾问式销售将销售者定位在客户的朋友、销售者和顾问三个角度上，不再单纯地将自己定位为卖方角度，由此整个思维模式与行为层面都要做大量调整。

随着市场竞争的加剧，过去那种只会简单介绍产品或服务的所谓“客户经理”的工作环境已经发生了重大的变化，今天的环境是竞争加剧的环境，是客户要求更高的环境，是一个客户至上的环境，是一个更要求有主动工作精神的环境，一线营销人员的工作技能要求也发生了很大的变化，由单纯的“产品说明书”变成了主动营销，要求我们必需掌握以客户为中心的销售技能——顾问式销售技巧。

## 【课程收益】

- 提高认识：了解银行业中客户经理的重要性及发展空间，提高岗位的组织荣誉感与归属感。
- 认识客户：了解客户的核心诉求、产品期望、行为特征、思维方式等，融洽彼此相处。
- 思维转变：改变银行业传统的推销思维，从以产品和任务为导向，转变为以客户为导向的营销思维。
- 技能提升：掌握电话营销、客户拜访、产品介绍、交易促成、客户维护等必备营销技能。

## 【课程时长】

2天(6小时/天)

## 【课程形式】

互动讲授+引导式教学+案例分析+小组研讨+实战演练

## 【课程对象】

---

支行长；理财经理；理财顾问；客户经理；个贷经理；个人客户经理；个人业务顾问；大堂经理；综合柜员等营销职能人员。

### 【课程大纲】

## 一、从营销 4.0 看金融营销的四大本质

- 1、什么是营销 4.0
- 2、以帮助客户为使命
- 3、以客户需求为中心
- 4、以解决问题为目的
- 5、以金融产品为途径

## 二、营销劫—银行营销失败揭秘与正知正见

- 1、第四境界：无动于衷

案例：X 商银行面对有金条需求的客户

提升点：销售意识

- 2、第三境界：无孔不入

案例：某国有银行面对肥羊型客户的基金、保险、金条、信用卡销售

提升：顾问思维

- 3、第二境界：无中生有

案例：深圳某商业银行对贵宾客户的信用卡营销

提升：引导思维

- 4、第一境界：无住生心

案例：教授的忠心

案例：无心插柳却客户云集

提升：弱点思维

## 三、金融营销的哲学智慧

- 1、营销者最大的障碍是如何赢销
- 2、如何实现营销的精进与创缘
- 3、观营销事业与人生智慧

## 四、金融大客户营销六步智胜

- 1、望闻问切锁目标

■ 四望：视觉识别

- 
- 三听：听觉识别
  - 三问：主动探寻
  - 六切：信息识别

案例：某建行非本行贵宾卡的礼遇

研讨：高净值客户的识别与运用

## 2、转变角色取信任

- 信任策略：藏果示因

案例：电话营销高手的人民币理财营销

- 初步接洽：银行从业者的职业风范
- 建立好感：激励保健双因子理论

案例：广州 XX 银行活用激励因素提高客户忠诚度

- 铸造信任：销售者的角色转变

案例：客户心理分析

## 3、三入战术挖需求

- 提问对驾驭客户的重要性
- SPIN 营销的四大步骤及要点
- 小组研讨—如何设计营销话术
- 从视频体会 SPIN 在营销中的实际运用

案例：水泥厂老板的太太如何营销保险、基金、贵金属等

## 4、三步成诗说产品

- 卖点发掘
  - 演练：信用卡、网银、定投等卖点发掘
- 产客适配：连线法、塔式排序法
  - 演练：常见客户类型的产品卖点匹配与排序
- 第三步：SCBC 语术

模板讲解与使用

案例：小老板与小白领的销售话术

演练：保险、基金、贵金属等语术设计

## 5、一辩二化三促成

一辩：异议三大类型与应对

---

案例：一波三折终成交的保险销售

二化：太极公式与四大化解策略

案例：人民币理财收益低于他行时的三大策略六大技巧

案例：黄金高于他行时如何处理

三促：不成交四大类型及促成方式

案例：小富婆保险成交关头的“我回去和老公商量下”

演练：我考虑下……；我没钱……等银行常见异议的处理语术

## 6、用金不如巧用心

- 关系策略：四大错与四大对
- 升级路径：关系升级模型的解读与使用
- 日常维护：五大技巧

演练：结婚、生子、升学、升迁、乔迁、车祸等维护技巧

## 五、课程回顾与研讨