

# 银行主动营销意识提升训练

## 【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，推行主动营销与主动出击寻找客户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，银行对业务的销售与客户的寻求远不如当下私营企业，造成公司业务不能有效整合，创造最大利润。

而在主动出击的过程中，销售一线的银行从业者是营销先锋，是主动营销的重要元素。一个未经过训练的银行销售人员，他每天都在得罪银行的客户！未经过专业训练的客户经理做销售，就如同未经训练的士兵在打仗一样可怕。工欲善其事，必先利其器！本课程将从银行业的实际销售情况出发，案例式教学，帮助更多的营销经理建立主动营销意识，提升销售业绩。

## 【课程收益】

- 帮助银行员工树立主动营销意识
- 调整银行员工主动营销的心态和态度
- 讲究实效和落地，帮助银行网点从理论到实践
- 理论方法介绍完，即刻用到实处，银行员工开始实战实操

- 学习专业的客户营销方法和流程管理技

### **【课程对象】**

银行全体员工

### **【课程时长】**

1-2天（6小时/天）

### **【课程老师】**

徐良柱老师

### **【课程大纲】**

## **第一单元、银行主动营销意识建立的意义**

### **1.银行“主动营销突围”势在必行**

- 银行营销到底营销的是什么？产品？服务？理念？
- 什么是感觉营销？
- 主动营销突围重在感觉
- 移动互联，银行业未来出路
- 创新营销，帮助银行找到支点

### **2.转变被动观念，主动营销—找准切入点，与众不同**

- 发展销售教练（找到关键人）

- 有效收集客户资料
- 绘制客户关系地图
- 设计营销攻关路径和方案
- 比对银行产品，在价值中体现关系，满足客户需求

### 3.银行主动营销意识建立对销售人员的角色要求

- 明确角色、才能出色
- 服务和营销的角色转换
- 银行客户经理的八大素质能力要求（略）
- 从服务高手走向狼性营销
- 向外突围，向内整合，自我营销意识的提升是关键

互动：银行客户经理的一天（帮助学员理清工作重点）

## 第二单元、主动营销意识提升训练七大关键（心态调整）

- 1.关键一：活在当下的销售理念
- 2.关键二：培养积极主动营销的心态
- 3.关键三：强烈的进取心+全身心投入工作
- 4.关键四：激发潜能，创新思维

**案例研讨：1.九点图的连线**

## 2.老赵晚上回家经过坟场的故事

5.关键五：确定前进的方向

6.关键六：专业的看待拒绝

7.关键七：销售就是立即行动

### 第三单元、主动营销意识中的销售技能提升训练

1.提升销售量的唯一三大途径（终极秘诀）

- 提高准客户数量
- 提高成交（频）率
- 提高成交额度

2.内部营销环境

#### 成功营销人员的特点

- 诚信
- 专业（形象及知识）
- 了解客户
- 向结果负责

3.正确的销售思路：销售六大永恒不变的问句

4.经典销售问句法则：

## 现场演练：问需求，问痛苦，问快乐，问价值，问转介绍

### 5.洞察消费者的四个痛点---直击痛处

好处、比别家多的好处、比别家多的口碑、比别家多的心理优势

### 6.顾问销售五步法

完善准备，主动出击

- 资料的收集：己方资料，客户资料，竞争对手资料
- 情绪的调整：情绪影响销售结果
- 让自己职业：销售礼仪必备 5 招
- 开场话题：1) 电话拜访客户，2) 实际登门拜访客户

演练：不同情境模拟开场，训练销售员开场技能

挖掘需求，深度探寻

#### 1.建立信任是前提

- 建立信任的方法：人以群居，物以类聚。（肢体，语调，语气，世界观，好感）
- 如何提升信任：喜好，权威，肯定，认同，承诺

#### 2.需求本质是感受痛苦和销售快乐

- 客户需求的动机都具有两面性：快乐和痛苦

- 需求是需要问出来的，如何提问题

### 3.挖掘需求并转化需求是根本

- SPIN 销售探寻需求法
- 销售专业提问三步骤（简单--引导--删选）
- 用 SPIN 法来定位需求和扩大需求（问现状、问难点、问延伸、问解决）
- SPIN 法销售中的难点和注意点

探讨：培训企业产品的需求定位分析

方案演示，令人心动

### 1.体验营销，为服务和产品增加胜算

- 让客户全方位感知
- 找准客户核心诉求，为产品和需求匹配

### 2.展示解决方案/产品，亮出核心价值

- 核心价值提炼—我能解决什么问题
- 展示核心价值注意事项

演示在于成交/将客户分类/有引导力的交流

### 3 . F A B E 产品介绍法则

- FABE：特征、优势、利益、证据

- 讨论：公司产品卖点提炼

### 互动：现场用 FABE 策略卖产品

异议处理，合情合理

1.客户天性---拒绝

2.客户抗拒原因分类：

价格，品质，售后服务，综合，气氛

3.专业处理反对意见的方法：

- LSCP 销售处理异议：倾听/理解/事实/方案

- 处理话术

敢于成交，不卑不亢

1.洞察成交时机，要有引导力

2.成交话术修正

花钱—投资，签字—确认，感谢—恭喜

3.十种常见的逼单方法

- 假设成交

- 合同订单成交

■ 幽默成交……

案例讨论：判断异议的真实性和成交的可能性