

客户经理营销技巧提升训练

【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，客户经理和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客户经理，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找到营销落地方法，提升销售业绩。

【课程收益】

- 了解当下银行营销的形式与应对方式
- 掌握电话营销的技巧和流程
- 掌握开发银行大客户、小微企业开拓的策略
- 把握客户行业分析方法，了解客户深层金融需求
- 转变营销观念，了解现代企业营销新模式
- 了解大客户关系维护管理的关键
- 提升并掌握商业银行的客户关系服务于管理能力
- 学习专业的客户营销方法和流程管理技巧

【课程对象】

客户经理、柜员、从事销售工作的银行工作人员等

【课程时长】

2天（6小时/天）

【课程老师】

徐良柱老师

【课程大纲】

一、银行营销面临现状及对策

1、国内银行客户经理营销现状

- 关系营销体现营销低水平
- 单一营销模式—无法更好创新营销模式
- 从拼酒量到拼产品，从拼产品到拼价值
- 客户经理营销理念欠缺，主动营销意识不强

2、银行“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？
- 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

3、转变观念，差异化营销—找准切入点，与众不同

实战困惑：银行对公业务，已经进入了白热化的竞争阶段；可是，为什么总摆脱不了“存贷结”老三样的服务意识？如何真正实现“差异化”、“方案化”竞争性营销？……

- 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

4、银行转型期对客户经理的角色要求

- 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）](#)

二、客户经理电话营销前的工作准备

1. 电话营销的目的：见面，判断客户是否为潜在客户，了解客户需求
2. 电话营销信息的准备电话营销顾客信息表
 - 客户姓名、职务、公司的名称、电话号码、座机、分机、邻座的分机、手

机、家里电话；邮编和地址、通话的合适时间、E-MAIL

□ 一流的电话营销销售的是顾客的价值观；二流的电话营销是产品对客户的好处；三流的电话营销是产品的本身；

3. 客户经理电话销售的恐惧

(1) 懂得趋利避害 (2) 对天性理解透彻

4. 电话营销的时间管理

5. 电话营销的核心要素

(1) 过程 (2) 兴趣 (3) 沟通 (4) 目标

互动：积极主动的游戏练习（大树小鸟魔鬼）

互动pk：分组演练电话营销的兴趣引入问题

三、电话营销实际销售技能训练

1. 电话销售的开场白

□ 开场白实操训练

□ 开场白需要注意的十项问题

□ 开场白错误案例示范

□ 开场白到底怎么开？原则是什么？

□ AIDA 开场白实操技能训练

2. 电话销售如何介绍产品

3. 处理电话销售中的客户抗拒

案例：某银行招标后的电话拜访维护案例

互动：学员根据实际情况和要点现场编写电话销售开场白，老师指导

四、达成目标之成功约见

1. 成交信号

2. 封闭式问句确定见面时间—解决如何约见

3. 后续维护关系—如何请客、送礼和电话问候

4. 见面前资料准备充足

演练：约见客户的一些常见赢下谈判方法

五、电话营销的几个重要法则

1. 30 秒原理

- 第一阶段：15 秒，开场白，稍停，看客户反映
- 第二阶段：15 秒，来电原因，服务介绍，引发兴趣

2. 以问题吸引客户注意力

- 让客户感兴趣，让客户回答
- 提跟客户有关的

3. 终极利益法则

- 电话里说的利益必须和客户有关
- 利益明确，简明

情境模拟：被客户电话拒绝后的心态处理与后续操作

情境模拟：登门拜访被客户拒绝后的心态处理与后续操作

情境模拟：其他方式的营销沟通石沉大海原因何在？

六、绝对成交—银行客户经理顾问式销售五步骤

1、销售开场白：好的开场是成功的一半

- 开场白的目的和方法
- 开场白的常见误区
 - 1) 不要试图在开场白中就达成交易
 - 2) 为什么开场白总是充满了推销味道？
- 开场白的四要素—如何让客户有兴趣听下去

小组演练：不同银行类产品的开场白设计

2、完善准备，主动出击

- 资料的收集：己方产品资料，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，训练银行客户经理的开场技能

3、挖掘需求，深度探寻

- 建立信任是前提

- 需求本质是感受痛苦和销售快乐
 - 1) 客户需求的动机都具有两面性：快乐和痛苦
 - 2) 需求是需要问出来的，如何提问题
- 挖掘需求并转化需求是根本
 - 1) SPIN 销售探寻需求法
 - 2) 销售专业提问三步骤（简单--引导--删选）
 - 3) 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）
 - 4) SPIN 法销售中的难点和注意点

探讨：银行产品的需求定位分析—从小微企业实际出发

4、方案演示，令人心动

- 体验营销，为服务和产品增加胜算
 - 1) 让客户全方位感知
 - 2) 找准客户核心诉求，为产品和需求匹配
- 展示解决方案/产品，亮出核心价值
 - 1) 核心价值提炼—我能解决什么问题
 - 2) 展示核心价值注意事项
- FABE 产品介绍法则
 - 1) FABE：特征、优势、利益、证据
 - 2) 讨论：银行现有产品卖点的重新提炼

互动：现场用 FABE 策略卖银行主打产品

5、异议处理，合情合理

- 客户天性---拒绝
- 客户抗拒原因分类：
- 专业处理反对意见的方法：
 - 1) LSCP 销售处理异议：倾听/理解/事实/方案
 - 2) 处理话术

6、敢于成交，不卑不亢

- 洞察成交时机，要有引导力
- 成交话术修正

花钱—投资，签字—确认，感谢—恭喜

□ 八种常见的逼单方法

1) 假设成交 2) 合同订单成交 3) 幽默成交……

案例讨论：判断客户异议的真实性和成交的可能性