

实战银行外拓营销技能训练

【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找到营销落地方法，提升销售业绩。

【课程收益】

- 讲究实效和落地，帮助银行网点从理论到实践
- 咨询式培训，培训效果立竿见影
- 理论方法介绍完，即刻用到实处，银行员工开始实战实操
- 采用“理论+团队建设+外拓演练+实战外拓”模式（理论与实战相结合），帮助银行网点逐个成长
- 学习专业的客户营销方法和流程管理技巧

【课程时长】

4天（9小时/天）

【课程老师】

徐良柱老师

【课程对象】

各网点柜员、会计、大堂经理、银行客户经理、理财经理、各支行行长、网点负责人等

【课程设计及培训步骤】：

时间	地点	参与人	内容
前一天晚上	会议室	全体学员，领导	1. 外拓训练营正式开营，或领导讲话 2. 团队组建，并快速提升团队执行力和学习力，帮助学员规整思想，融入团队，建微信群

			3.提出外拓要求和课程具体方案，让学员了解外拓培训形式
第一天白天	会议室	全体学员	1、 外拓理论培训学习 2、 营销外拓心态建设 3、 营销外拓流程建设 4、 案例演练
第一天晚上	会议室	全体学员，机关负责人等	1、 团队凝聚力活动建设 2、 外拓活动具体安排 3、 物料的准备，着装的检查 4、 分组，对线路进行设计
第二天白天	商区营销	外拓人员	扫街，以 POS 机、小额贷款为主的营销： 1、 分组，每个组 3 人； 2、 小组组长负责各片区，涵盖所有商户 3、 3 人每人轮流作为主要访谈人跟客户交流，剩余两人做记录
第二天晚上	会议室	外拓人员、	1、 讲师总结： 2、 将外拓金融服务工作常态化
第三天白天	社区营销	外拓人员	1、 摆摊设点，宣传推广 2、 活动营销 3、 以存款、理财、信用卡为营销切入点
第三天晚上	会议室	外拓人员、	1、 外拓营销常态化； 2、 项目总结，回顾
第四天上午	园区营销 /会议室	外拓人员、相关领导	1、 进园区进行宣传 2、 贷款产品、工资代发、循环贷等推广 3、 沙龙营销：邀请客户参加沙龙会议
第四天下午	会议室	全体人员	1、 四天成绩统计与汇总 2、 团队成员项目展示 3、 外拓营销的三化讲解与总结 4、 颁奖典礼

附件一：

【内训课程大纲】

一、银行营销面临现状及对策

1. 国内银行营销管理现状
2. 银行“营销突围”势在必行
3. 转变观念，差异化营销—找准切入点，与众不同
4. 银行转型期对销售人员的角色要求

二、银行客户的分类与市场开拓

1. 银行客户的有效识别

- 客户分类
- 识别不同客户的特征
- 不同类型的客户对需求的差异性
- 不同产品针对的客户群我们真的知道吗
- 寻找未来黄金客户的 MAN 法则
- 拟定销售计划的“5W1H”

2. 银行客户的市场开拓

- 提升银行销售业绩的唯一三大途径（终极秘诀）
 - 1) 提高准客户数量
 - 2) 陌生市场开发
 - 3) 提高成交额
- 银行客户营销需要解决的五个问题
 - 1) 他是谁？
 - 2) 他在哪？
 - 3) 我的哪一款产品适合他？
 - 4) 怎么找到他？
 - 5) 怎么让他喜欢我？
- 寻找目标客户的方法解析
 - 1) 用 MAN 法则锁定目标客户
 - 2) 客户细分找到目标客户
 - 3) 拓展熟悉人群
 - 4) 拓展同缘人群
 - 5) 连锁介绍拓展

6) 异业联盟、资源互补

讨论：在你的营销范围内，你用的拓客方式有哪些？

案例：多策并举，培育银行新客户：某行获百亿信贷营销实绩案例剖析

案例：银行营销执行力的实际价值：某行对某公司的营销案例剖析

三、顾问式营销流程及高效营销技巧

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

- 1.建立信任是前提
- 2.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
- 3.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

四、银行客户经理的营销沟通与说服能力提升

1.沟通概述

- 与客户沟通失败常见原因分析
- 与客户沟通不畅的主观因素和客观因素

2.销售高手沟通的五字真经

1.看 2.听 3.问 4.笑 5.说

互动：练习双向沟通、银行产品设计封闭式提问问句

3.银行客户经理高效沟通的步骤与技巧

- 性格与沟通
- 沟通五步骤
- 如何成为人人喜爱的客户经理

案例：商业银行优秀客户经理案例分享

附件二：

银行销售业绩提升实战户外拓展训练方案

【训练背景】：

银行业已经到了全面竞争的时代，如何更好的提升销售业绩，扩大支行网点的知名度和品牌度是刻不容缓的话题。通过扫楼扫街方案实施，加快培训行业务发展速度，实现个人金融业务、小微企业金融业务的批量开发，扩大市场占有率，提升培训行的社会认知度、品牌认知度和群众满意度。做到充分搜集、挖掘支行周边潜在客户资源，快速定位，寻求突破口，实施特色化服务、差异化宣传营销；主动作为，做强城区，做优乡镇，深耕精耕城区、乡镇市场，实现城区、乡镇小微企业、商圈、社区、学校金融服务、产品全覆盖；实现服务效率、宣传效果和市场营销工作大提升。坚持以全覆盖、送服务、送产品为原则，让客户真正感受到金融服务到家的优势，从而对客户的选择进行直接干预并最终形成业务订单。

【外拓收益】：

1.信息收集建档

信息收集是首次扫楼扫街的重点。了解客户详细信息有利于根据市场需求改良银行产品；有利于把握客户需求，关联营销培训行的产品。

2.宣传、营销产品

宣传、营销是再次扫楼扫街时的重点。与广告、集体宣传营销活动等方式相比，上门宣传营销是最常用的方式之一，通过沟通转变客户对银行的看法，将金融服务送上门。

- 1) 对空营销：电视广告、抢占门户资源
- 2) 陆地营销：平面媒体、社区营销、驻点营销等

3) 抢夺市场：银行网点包装、堆头、形象包装、促销等营销手段

3.树立形象

在客户心中树立培训行品牌形象，建立自己个人的品牌形象，有助于赢得客户对工作的配合和支持。

【方案实施】：

1.拓展训练早会阶段

1) 由培训老师对全员进行简短的激励培训，并讲解一天的户外拓展营销方式和模式

2) 学员进行分组，分区域，划分责任范围

3) 公布 PK 时间和技能得分要点，并最终计入二天培训的总成绩中

4) 对全天的户外拓展营销方式进行讲解，并对可能遇到的情况进行分析与解答

2.拓展训练实操阶段

1) 各小组由组长和副组长进行自己分配、领任务，并按照老师要求进行各自活动

2) 分为上午段和下午段，时间由现场老师安排制定

3) 上午段结束后，由老师现场对上午段遇到的问题和做的好的组进行解答和分享

4) 搜集遇到的问题和反馈的客户意见，并最终形成文字，帮助企业更好的了解需求

5) 下午段将改变行销模式和行销产品

3.拓展训练分析解答阶段

1) 下午段提前一个小时结束，返回会场

2) 根据全天的得分要点进行全组评比，最终评比出名次

3) 对全天各组遇到的营销问题和难点进行解答

4) 现场再次安排小型演练

5) 结束外部拓展训练

【方案执行】：

一、准备阶段

1.扫楼扫街准备工作

人员素质准备

设计扫楼扫街路线，制定拜访计划表，领取所需工具、资料并进行登记。

出发前检查自身仪容仪表，要求统一着工装，佩戴员工工号牌；

物料准备

客户资料的尽可能准备

二、实施阶段

1.实施标准—按区域进行划分，不重叠，不浪费人力

2.实施流程

第一步：确认对象

第二步：介绍身份

第三步：表明来意

第四步：进入主题

第五步：认清客户需求

第六步：阶段性确认

第七步：业务洽谈

第八步：结束拜访

课程需求：

1.银行需要准备必要的投影、话筒、音响、白板、一定数量的白板笔

2.机构需要准备 30 张大白纸，20 根白板笔（10 根黑色，10 根红色）

3.座位按照 U 型座位进行排列，最好可以将桌子全部撤掉，只保留椅子，尽量留出中间空地

4.在教室后面摆放三区，即手机区，存包区和水杯区

5.银行需要准备这三天来必要的礼品（实用为主），最后颁奖晚会上准备的优秀员工奖和优秀团队奖（按 50 人培训来计算，将选出优秀团队奖，最佳贡献团队奖和 6 名优秀个人奖）

6.学员在银行没有刻意要求分组的情况下，一般不需要提前分组，由培训老师现场进行分组

7.全程有一位银行的工作人员陪同，不需要指定，由现场培训老师指定。

8.宣传册，单页，礼品，线路需要理论课程结束后及时到位

9.员工工号牌，工服，领带/丝巾，名片，绶带（有就准备），女士最好不穿高跟鞋，平底即可，但不能是凉拖鞋，在第二天外拓课程开始前全部备齐。