

公司客户分层管理与关系营销策略

主讲：陈思航老师 12 课时

课程对象

分支行行长、大客户经理、银行相关工作人员

授课方式

专题讲解、课堂练习、案例分析、小组讨论

课程大纲

一、市场细分，找准对象

- (一) 精确市场细分
- (二) 依据银行指标实施“漏斗管理”
- (三) 依据季度指标明确“月、周”营销及管理动作

商业银行案例分享

二、差异化营销

- (一) 发展销售教练
- (二) 有效收集客户资料
- (三) 绘制客户产业地图
- (四) 设计营销攻关路径和方案

三、商业银行公司客户分层分级管理与服务

- (一) 公司客户分层分级的重要性
 - (二) 现有公司客户分层分级管理
 - (三) 潜在客户的分层分级管理
1. 识别高价值公司客户
 2. 识别中价值公司客户
 3. 识别低价值公司客户
 4. 客户归属

案例分析：某商业银行对公客户分层分级案例讲解

四、公司客户关系维护与关系营销

- (一) CRM 与客户营销的关系
 - (二) 不同类型客户关系维护策略
1. 政府机构人员
 2. 事业单位
 3. 外企
 4. 民营企业个体工商户
- (四) 自制有效的信息化客户档案
 - (五) 客户关系的提升

(六) 情景演练

案例：与福布斯白金 400 强全球最大地产公司 JLL；中国区零售首席营运官 JASON；宏图三胞副总裁邱**；高资产客户丁**（深圳机场及亚星客车前 10 大股东）的客户关系维护实例分析。

五、强化客户关系与提高绩效

- (一) 强化与深化客户关系
- (二) 强化对公业务成功的关键要素
- (三) 制定下一阶段的行动计划
- (四) 总结与反思