

对公业务营销技巧培训

➤ 课程背景

当代金融机构的业绩波动 80%的要因是由 20%的对公大客户引发的。

金融机构的销售业绩来自于客户经理。而客户经理业绩徘徊不前，80%的原因是因为心态和专业技能的缺乏而导致的。大客户的忠诚度决定了其业绩的稳定性，而客户经理的工作满意度和专业度又影响到客户的满意度。要想取得好的销售业绩，客户经理必须学会，如何在总结经验的同时，以空杯心态来打破旧有的思维模式，保持旺盛的工作状态，同时不断的提升自己在大客户的寻找，开发，签单和维护方面的专业技能。

《对公业务营销技巧培训》的重点在于，让客户经理认识到，固有的思维模式对高速提升销售业绩是不利的。同时本课程还将帮助客户经理开拓思维，树立起良好的心态，整理销售经验和方法，指导未来的销售工作，提高自己的销售业绩。

➤ 课程收益

- ◆ 打破旧有思维模式，迅速提升业绩
- ◆ 充分掌握大客户的采购决策行为
- ◆ 锁定大客户的需求
- ◆ 掌握式大客户销售方法，并逐步更新自身的销售观念
- ◆ 掌握技巧，用于实践，通过大客户销售方法，快速提升销售业绩

➤ 课程时间

2 - 3天

➤ 第一部分 营销成功的关键 - 天、地、人

1. 天 - 高速成长时代的市场机遇与挑战

- ◆ 世界经济圈的形成
- ◆ WTO - 与狼共舞
- ◆ 变局 - 中国市场机遇与挑战
- ◆ 营销 - 银行的成功要素

2. 地 - 中国式，文化特质决定采购行为

- ◆ 中国机构客户行为的独特性
- ◆ 中国人的公私观念
- ◆ 中国人的为人处事
- ◆ 中国人的沟通习惯
- ◆ 中国人的思维方式
- ◆ 中国人的应变能力
- ◆ 中国人对制度态度

3. 人 - 打造金牌对公客户经理

- ◆ 客户经理的心态调整与习惯建立
- ◆ 对公客户销售的工作重点
- ◆ 客户经理的时间管理
- ◆ 客户经理成功的五项修炼

➤ 第二部分 客户经理成功的关键 - 客户与销售策略

4. 客户挖掘五步法

- ◆ 第一步 选择市场
- ◆ 第二步 发现潜在客户
- ◆ 第三步 客户背景调查

- ◆ 第四步 接近约见
- ◆ 第五步 加强关系

5. 闻“香”识客户

- ◆ 如何发现潜在的客户
- ◆ 客户背景调查
- ◆ 销售的CUTE理论
教练(Coach Buyer)
用户(User Buyer)
技术把关者(Technical Buyer)
关键决策者(Economical Buyer)

6. 关系销售策略与技巧

- ◆ 机构客户采购特点
- ◆ 客户关系种类
亲近度关系
信任度关系
- ◆ 提升客户关系四种策略
建关系（目的建立良好沟通气氛）
做关系（目的加深良好关系）
拉关系（目的加满良好关系）
用关系（目的运用优势关系资源）
- ◆ 私人关系与公对公关系博弈
- ◆ 私人关系的迅速提升方法
- ◆ 信任度关系决定最终结果

➤ 第三部分 细节决定成败 – 客户经理的百宝箱

7. 销售流程以及销售工具的使用

- ◆ 掌握销售流程，识别销售机会

- ◆ 客户采购各个流程中的工具使用
- ◆ 各种销售专业工具分析
- ◆ 利用需求动力模型掌控销售工具的使用

8. 专业拜访礼仪

- ◆ 男士销售职业着装技巧
- ◆ 女士销售职业着装技巧
- ◆ 专业仪态
- ◆ 交换名片的礼仪
- ◆ 会客室入座的礼仪

9. FABE 产品介绍技巧

- ◆ FABE 是什么
- ◆ 如何做 FABE
- ◆ F-features
- ◆ A-advantages
- ◆ B-benefits
- ◆ E-evidence
- ◆ 如何让 FABE 更有效

10. 影响力销售工具——SPIN

- ◆ SPIN 是什么
- ◆ 如何使用 SPIN
- ◆ 背景问题
- ◆ 难点问题
- ◆ 暗示问题
- ◆ 需求 - 效益问题
- ◆ 如何让发问产生销售机会

11. 专业方案演示技巧

- ◆ 专业演示礼仪

- ◆ 销售演示前的准备
- ◆ 塑造有说服力的印象
- ◆ 利用视觉方法加强客户印象
- ◆ 后续跟进技巧

➤ 第四部分 临门一脚 – 专业成交技巧

12. 成交必要准备工作

- ◆ 明确的谈判目标
- ◆ 评估自己的实力与地位
- ◆ 议题安排策略
- ◆ 人员配合策略
- ◆ 谈判风格塑造

13. 让步与结束策略

- ◆ 让步策略
- ◆ 让步三要素
- ◆ 让步底线控制
- ◆ 友好结束策略