

《对公产品营销和综合服务方案设计》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

【课程对象】：银行对公客户经理、网点行长

【课程时间】：浓缩版 2 天

【课程大纲】：

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

商业银行传统金融模式受到冲击，正如比尔·盖茨所说：“传统银行如果不改变，就是 21 世纪快灭亡的恐龙。”

第一部分：金融行业服务营销——兵临城下

一、金融行业的竞争与变革

案例：华丽家族（日本银行业上世纪 70 年代的竞争）

案例：湖北省恩施州电力公司的员工 400 个人分 7 个亿引发银行的竞争

二、中国银行业经营模式的改变

1、由单一营销向交叉营销做转型

案例：竞标成功某市政府公车治理项目，政府决定对市辖 300 个预算单位近 5000 部公务车辆定点维修、保险、加油实行统一采购。

2、由利差为主向中间业务做转型

案例：XX 银行投融资项目（定向资产管理）

3、由交易型向服务营销型做转型

案例：建设银行的三代网点转型

4、由个体营销向联动营销做转型

案例：校园现金管理平台（含一卡通营销方案）

三、因您而变

1、渠道脱媒 – 催生银行产品创新

2、客户需求催生银行产品创新 – 客户需求是银行产品与服务创新的核心驱动力

3、业务策略

第二部分：中国客情篇——业务从关系做起

目的：揭示中国式客情关系精髓，并精确把握如何与客户发展关系，建立什么样的关系是忠诚的客户，如何与不同类型的人打交道。

- 1.客户关系的基础
- 2.客户关系发展的四种类型
- 3.做关系的总体策略
- 4.建关系的技巧
- 5.做关系的技巧
- 6.拉关系的技巧
- 7.用关系的技巧

(用关系的核心在于“用”借用资源)

第三部分、客户需求篇——你能听懂中国话吗？

目的：在销售过程中，客户不但不会轻易表露自己的需求，甚至有时也不完全了解自己的需求，需要我们的客户经理针对他们的现状提出深入的需求分析。

- 1.确定客户需求的技巧
- 2.有效问问题的关键
- 3.需求调查提问四步骤
- 4.隐含需求与明确需求的辨析
- 5.不可忽视的灰色需求分析与注意事项
- 6.如何听出话中话？
- 7、对公产品营销技巧要素分析

开场白原则----好的开场等于成功了一半

有条理——循序渐进

容易懂——深入浅出

一句话营销

演练：对常来办理银承托收的客户进行一句话营销与推荐

演练：对常来办理电汇的客户进行一句话营销

顾问式销售塑造产品价值

演练：**银行承兑汇票**

A 全额保证金银行承兑汇票

产品优势

营销话术

适用行业

案例讲述

B 准全额保证金银行承兑汇票

产生背景

业务要点

营销对象

案例讲述

C 商票转银票

产生背景

营销话术

案例讲述

D 买方付息票据贴现

产生背景

营销话术

案例讲述

E 协议付息票据贴现业务

产生背景

营销话术

案例讲述

F 票据置换（拆分）业务

产生背景

营销话术

案例讲述

G 代理贴现

产生背景

营销话术

案例讲述

处理客户异议的技巧

太极法处理客户异议

促成销售的技巧

识别客户的购买信号

(语言信号)

(行为信号)

(FBI教你破解肢体语言)

8、客户拓展进阶技巧

制定访问计划

- ✚ 资料----提前了解客户
- ✚ 精神面貌—做好充分的准备工作
- ✚ 制定访问计划----时机
- ✚ 制定访问计划----人员（关键人员）
- ✚ 制定访问计划----第一印象
- ✚ 制定访问计划----寒暄的话题选择

说服客户的技巧

- ◆ 说服客户技巧----利益介绍法
- ◆ 说服客户技巧----现实利益法
- ◆ 说服客户技巧----事实证明介绍法
- ◆ 说服客户关键点----1、倾听
- ◆ 说服客户关键点----2、提问
- ◆ 说服客户关键点----3、底限
- ◆ 说服客户关键点----4、报盘
- ◆ 说服客户技巧----临门一脚

临门一脚十大成交策略

(投石问路法)

(提炼共识法)

(直接请求法)

(循序渐进法)

(衷心赞赏法)

- (实证借鉴法)
- (以退为进法)
- (循循善诱法)
- (优惠诱导法)
- (立即行动法)

第四部分、自我把脉篇——授信方案的制定与推介

目的：知己知彼，方能百战百胜。在透彻了解客户需求的基础上，确立己方与竞争对手相比较而言的优势，并确立有利于自己、又有利于客户的“卖点”，是说服客户接受自己的销售方案的非常重要的工作。

一、授信服务方案营销定义作用

- 1.方案营销的基本含义
- 2.方案营销重大意义
- 3.方案营销基本原理
- 4.方案营销主要思想
- 5.方案营销主要特点
- 6.方案营销成功要素
- 7.方案营销发展趋势

二、授信服务方案营销原理思想

三、金融授信服务方案营销程序路径

- 1.如何有效确立最佳卖点？
- 2.掌握说服客户接受我方产品的步骤
- 3.把我们的方案/产品呈现给客户的技巧
- 4.银行产品营销活动策划与实战技巧

案例：民生银行营销的秀与差异化

四、授信金融服务方案营销技术方法——案例举证

组合方案一：以建立战略联盟关系为切入口的金融服务解决方案

组合方案二：以信贷产品为主打产品的金融服务解决方案

组合方案三：以人民币存款业务理财为主打产品的金融服务解决方案

组合方案四：以现金管理业务为主打产品的金融服务解决方案

组合方案五：以电子银行业务为主打产品的金融服务解决方案

组合方案六：以国际业务为主打产品的金融服务解决方案

组合方案七：以代理业务为主打产品的金融服务解决方案

组合方案八：以财务顾问服务（公司理财）为主打产品的金融服务解决方案

组合方案九：以新型业务为主打产品的金融服务解决方案

五、对公金融产品方案谈判处理技巧

- ◆ 处理异议—异议是黎明前的黑暗
- ◆ 追根究底—清楚异议产生的根源
- ◆ 分辨真假—找出核心的异议
- ◆ 自有主张—处理异议的原则
- ◆ 化险为夷—处理异议的方法
- ◆ 寸土寸金—价格异议的处理技巧