

课程：《网点负责人综合营销能力提升》- 网点目标客户营销与关系管理维护

授课时间：一天

授课对象：支行行长、网点主任、网点经理

授课内容：商业银行营销策略分析与目标制定

高效客户拜访与客户关系维护

第一部分 商业银行对公客户识别与深层需求挖掘技巧

一、对公客户市场细分

✚ 银行公司客户按行业划分分析

✚ 银行公司客户按规模划分分析

小型企业

中型企业

大型企业

外资企业

二：小微企业行业分析

（一）、小微企业概述

- 提示内容：了解小微企业信贷客户的范围，了解发展小微企业业务的必要性，熟悉小微企业划型标准及主要特点。

1、小微企业客户范围

2、小微企业划型标准

3、小微企业总体特点

（二）、小微企业目标客户

提示内容：掌握小企业条线授信对象及目标客户，熟悉主要目标客户群。

1、不同小微企业特征分析

2、企业生命周期分析

3、如何解决小微企业特点中存在的问题

4、目标客户定位

- 聚焦消费性行业，重点营销以国内需求拉动、弱经济周期、与衣食住行密切相关的消费性行业。
- 遵循“熟、小、好”的客户选择标准
- 小微企业目标客户群以“一圈一链一区”为主。

5、集群客户批量开发

(三)、小微企业目标客户群

提示内容：分析小微企业的主要目标客户群体，掌握重点支持营销的客户群体。

1、商圈客户群

商业街区营销途径与方法

品牌经销商营销途径

餐饮类小微企业营销途径

电影院线营销途径

行业协会（商会）营销方向

电商平台营销方向

2、供应链客户群

重点营销与核心企业合作持久稳定、关系良好，在产品和服务方面具有一定优势，与核心企业间依存度较高的小微客户。

3、园区客户群

园区营销途径与方法

科技型小微企业营销途径与方法

节能环保型小微企业营销途径与方法

三、明确目标客户

1、新客户销售线索开发

模块 1 业务发展计划

模块 2 关系营销：社交活动

模块 3 组织销售活动

练习：社交报告卡

2、盘活存量客户密码的方式方法

3、柜面流量客户的判断及分类

奢侈品的初步认识

客户判断的六个技巧

客户分类的标准及简易营销对策

4、行外客户的搜集与甄别

搜集客户源的技巧

充分利用 CRM 系统，提供数据和技术支持

分类与筛选客户的技巧

5：客户需求分析

🌈 金钱游戏

🌈 客户经营管理分析----黑点思维

🌈 目标客户需求分析

采购类客户需求分析

销售类客户需求分析

理财类客户需求分析

融资类客户需求分析

资金管理类客户需求分析

案例分析：阜阳燃气公司银行承兑汇票、买方付息票据、代理贴现

案例分析：美菱电器营销保兑仓业务

案例分析：德力西公司现金管理平台业务

案例分析：融资票据化财务顾问案例

案例分析：安粮集团基金分红避税方案

四：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

五：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

识别客户购买信号

（语言信号）

（行为信号）

(FBI 教你破解肢体语言)

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)

第二部分 高端客户接触维护与顾问式营销技巧

一、高端客户关系营建与公关技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

(一) 客户关系的 4 个阶段：认识→好感→信赖→同盟

✚ 了解富豪圈层及如何介入圈层

✚ 读懂社交语言

✚ 有哪些社交活动聚集客户

✚ 如何开发大客户

(二)、高端客户公关的关键 3 点

✚ 找对人

✚ 说对话

✚ 做对事

(三)、高端生活品味的共同话题

1 综合类（包、饰品、衣服、香水、化妆用品）

关于 LV 的三个传说

HERMES 在奢侈品中的定位

GUCCL 的主风格

CHANEL 的故事

GIORGIO ARMANI 在意大利的地位

Dior 这个单词的来历

关于 FENDI

PRADA 的介绍

VERSACE 的来历

2、手表类

PATEK PHILIPPE 钟表界的天皇巨星—百达翡丽介绍

GP 芝柏表的介绍

PIAGET 伯爵表的介绍

VACHERON CONSTANTIN 江诗丹顿表的介绍

(案例：一位中行的理财经理给一个女客户送生日礼物发现这个女客户有一块新的江诗丹顿表，于是展开话题进行营销)

JB 钟表界历史最悠久的品牌—宝珀

ROLEX 个性的手表品牌--劳力士

LONGINES 浪琴表的介绍

3、茶道与茶文化

茶道的历史

向现实中寻找—日本与台湾

在茶香中拉近距离

4、红酒与雪茄

客户的心头好

5、婚姻与传承

新版婚姻法解读

案例：侯耀文猝死导致遗产纷争

视频：《非诚勿扰》二中李香山的心愿

二、高端客户激活密码（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

(一) 高端客户划分

- 1、高端客户常见职业分析
- 2、高端客户三大需求
- 3、高端客户心理动机分析
- 4、高端客户常见性格和决策身份识别

家庭总管型

独立自由型

投资恐惧型

隐姓埋名型

聚财型

赌徒型

创新型

贵宾范

权贵范

(二)、高端客户核心需求分析

1、客户服务需求分析

功能的需求

信息的需求

情感的需求

感观的需求

社会认同的需求

2、服务的终极目标----大客户忠诚

案例分析：某信托产品向高端客户倾斜

优质客户参考特征分析

中银香港私人银行营销案例

3、客户关系维护的主要方法与途径

✚ 电话接触

✚ 邮寄宣传单张

✚ 面对面接触

✚ 客户开发销售信函

- ✚ 举办说明会
- ✚ 电子邮件和手机短信息

各种开发方法的结合应用

案例：最会说话的人

三、网点行长对高端客户营销的管理

(1) 高端客户信息管理客户信息管客户信息管理

- ✚ 客户信息维护的种类
- ✚ 客户信息维护的途径
- ✚ 如何利用客户信息

(2) 客户分层

- ✚ 客户分层方式
- ✚ 从维护角度看客户分层法
- ✚ 客户维护的频率

(3) 客户维护计划制定

- ✚ 客户维护的内容和策略
- ✚ 客户沟通方式的偏好
- ✚ 客户经理时间分配
- ✚ 客户经理时间管理工具的使用
- ✚ 演练：制定时间计划表

(4) 监测客户发展，管理发展中的客户关系

管理发展中客户关系的指导框架

预防客户流失具体措施举例

✚ 客户流失的预警信号

✚ 对策

客户的业务量降至银行经理服务范围以下时的对策

持续惊动你的客户

送给支行行长的话：发上等愿、结中等缘、享下等福

向高处立、就平处坐、从宽处行