

# 《公私联动交叉销售综合技巧提升》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

**【课程对象】**：银行客户经理

**【课程时间】**：实战版 1 天

**【课程大纲】**：

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

**头脑风暴：您碰到哪些关于营销、服务的问题？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。**

## 第一部分：金融行业服务营销的竞争

### 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

## 第二部分：客户市场细分和定位

### 一、共同的客户

📊 银行客户按行业划分分析

📊 银行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

小额无贷户营销服务策略

## 二：明确目标客户

- 1、 确定目标客户----共赢
- 2、 确定目标客户方法总结

查阅资料法

关联寻找法

中介合作法

客户介绍法

## 三：客户需求分析

- 1、 金钱游戏
- 2、 客户经营管理分析----黑点思维
- 3、 目标客户交叉销售需求分析

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：万达百货综合服务方案分析*

*案例分析：德力西公司现金管理平台业务*

*案例分析：合肥哈街二次清分案例*

*案例分析：安粮集团基金分红避税方案*

## 第三部分：客户识别与综合开发的技巧

### 一、客户的判别与分类

*(奢侈品的初步认识)*

寻找客户的 MAN 法则

*(案例导入：宁波建行的一位客户经理回忆与中行的竞争)*

客户判别之----性格色彩分析

红色性格客户的判别与分类

(案例：一位理财经理给她的熟客户送礼物时巧妙的营销过程)

✚ 蓝色性格客户的判别与分类

(视频：武林外传片段)

✚ 黄色性格客户的判别与分类

✚ 绿色性格客户的判别与分类

## 二：完美的 MOTIVE 营销法则

✚ Motivation principle (动机原理)

演练：分析客户需求动机

✚ Orientating skill (定向技巧)

提问的技巧

同理心的表达

赞美的技巧

✚ Tracing the relations (追踪关联)

✚ Inspiring requirement (启发需求)

✚ Value show (价值展示)

### FABE 说业务法

F—产品的功能与特色

A—产品的优点

B—产品的利益与好处

E—相关的证据

(案例：单位结算卡和基金定投)

破冰演练：基金定投产品话术销售脚本演练

### 一片冰心在玉壶——处理客户异议的技巧

表达感同身受

询问情况

做出回应

✚ Enable trading (使交易成为可能)

二选一法促成销售

征求客户推荐客户

以诚恳的态度完成整个交易

## 第四部分：公司联动提升营销效果

### 壹、 联动营销管理

#### 1、团队协作，联动营销

(网点岗位构成及明确岗位职责)

(联动滞后的网点会遇到的问题)

技巧运用，提升效能

(成功案例借鉴----某银行联动营销视频)

(成功案例借鉴----某银行的联动考核机制)

培养习惯，形成氛围

(拟定网点和营销人员营销目标及计划)

(厅堂的布局与营销产品陈列)

(建立网点成功的营销文化)

#### 2、周会总结

高效周会流程介绍

鼓舞士气----高效周会激励技巧

### 贰、 公私联动案例分享

#### 1、个贷营销能力提升公私联动效果

##### 个贷业务营销要点

##### 开展个贷业务营销要遵循的原则

- 明确市场细分，选准目标客户群
- 大力发展重点个贷产品
- 开展交叉销售，凸显综合效益

##### 一手房的营销策略

- 对开发商和楼盘营销代理公司的营销
- 对售楼先生/小姐的二次营销

##### 二手房贷款的目标寻找和营销策略

#### • 案例分享：

成功案例：XX 银行XX 分行成功营销“上海国际花都”项目“房地产开发贷款与按揭贷款封闭运作”的模式，实现了公私业务“双丰收”。

#### 2、服务三农产生业务机会

案例：甘棠农行新农合交叉营销方案

### 3、新产品金融 IC 卡产生业务联动机会

案例：华为园区卡

银医卡

物业卡

### 4、利用产业链金融进行综合营销

案例：合家福百货连锁超市供应商案例带动交叉销售

### 5、商户批量营销产生的机会

案例：郑州百脑汇综合服务方案

### 6、事业法人客户综合需求引发销售机会

案例：政府批量采购引发的交叉销售机会

### 7、投行产品带动公私联动

案例：定向增发产生业务机会

## 第五部分：网点的走出去营销

### 一、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

### 二、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)