

## 《私人银行营销心动力》

### 【课程收益】

- 1、学会面对业绩增长的挑战，知己知彼百战百胜，深入核心找出业绩困难点；
- 2、改变传统的销售策略，学会突破客户心魔，成功营销；
- 3、让学员勇敢面对投资市场的波动，帮客户建立正确的理财观念；并提供差异化服务，留住客户的心，建立客户的忠诚度；
- 4、运用客情建设与深度营销策略、联动营销与转介绍策略，开发高端新客户、留住老客户的核心资产，创造利润。

【课程时长】8小时

### 【课程大纲】

#### 第一章、突破心魔，积极心态盘活投资亏损客户

##### 一、面对投资市场的挑战

——为什么投资会赔钱

##### 二、面对投资亏损的客户

- 1、目前面临的销售业绩困境
- 2、突破客户经理的心魔
- 3、面对投资亏损正确的心态

##### 三、转换思路，让资产滚动，持续收益赢得客户

- 1、客户关系双联系因素：经济联系、情感联系
- 2、转换思路，客户舍不得离开的服务营销策略

#### 第二章、客户需求挖掘、获取与诊断

##### 一、掌握客户需求

- 1、需求分析前的准备
- 2、需求分析要解决的问题
- 3、不同阶段人生风险与金融理财产品需求
- 4、不同收入层次客户的金融理财产品需求
- 5、对应客户需求产品的分类
- 6、建议客户的资产配置并选定合适的产品

##### 二、激发客户对理财产品的需求

- 1、以客户需求为导向的销售

- 2、建立和谐的沟通氛围
- 3、有效的提问
- 4、不同客户类型的营销沟通技巧
- 5、有效掌握客户信息
- 6、客户信息分析与销售决策

### **第三章、客情关系建设与深度营销**

#### 一、客情关系的价值

- 1、案例分析：隐形的力量
- 2、思考：客情关系与人际关系的区别
- 3、关系的价值：工具性、情感性
- 4、测试：情感的价值
- 5、工具性与情感性的平衡
- 6、案例分析：事与愿违的行为
- 7、客情关系的工具性带来的风险
- 8、客情关系建立过程中面临的挑战
- 9、思考：客情关系建立是一门什么技术？
- 10、理论分享：中心性品质

#### 二、建立客情关系

- 1、展示人际风格
- 2、交换个人信息
  - (1) 谈论私人话题的目的与价值
  - (2) 思考：谈论私人话题的风险？
  - (3) 内容维度 LOAF：学习、职业、爱好、家庭
  - (4) 体验维度 HEAD：收获、兴趣、遗憾、梦想
  - (5) 练习：餐桌上的话题
  - (6) 沟通技巧：企鹅人、深入、修补
  - (7) 切入技巧：交换、请教、坦诚
  - (8) 深入技巧：开放式问题、自由信息、自我透露
  - (9) 修补技巧：积极引申、逆向思维

- (10) 练习：长假归来的问候
- (11) 建立情感账户：信息价值
- (12) 理论分享：自我透露

### 3、打理情感账户

- (1) 客户个人信息的价值挖掘
- (2) 锦上添花：向客户表达祝贺
- (3) 雪中送炭：向客户提供帮助
- (4) 君子之交：向客户传递日常关怀
- (5) 成人之美：让客户贡献商业角色之外的价值
- (6) 建立情感账户：行动价值
- (7) 理论分享：互惠原理

### 三、评估客情关系

- 1、讨论：无价值的对话
- 2、客情关系金字塔
- 3、客观评估：情感账户分析法
- 4、主观评估：客户反馈法
- 5、主观评估的额外价值

## 第四章、联动营销与转介绍

### 一、相互配合的团队意识

### 二、联动营销的重要性及意义

- 1、向客户提供综合性金融服务
- 2、增加客户业务关联度，降低交易成本，提高客户贡献度，增加银行收益
- 3、提升全行整体服务品牌，增加知名度，提升社会公共形象
- 4、联动营销是目前银行竞争的重要手段

### 三、如何通过联动营销支持业务的发展

- 1、为什么我们这么累，存款还是上得慢？
- 2、挖掘对公业务中个金客户资源潜力
- 3、在对公业务中扩大发卡量和用卡机会
- 4、通过投资理财和保险/基金/证券代理，扩大中高端客户比重

- 5、拓展企业高管及亲属为个人理财客户
  - 6、为微小企业老板提供创业贷款
  - 7、通过公司融资项目，信贷资产转让发行理财产品
  - 8、向企事业高管人员介绍个金服务
  - 9、以个金产品服务于企事业单位的客户
  - 10、通过代收代付增加企业资金沉淀，减少存款流失，并形成存款体内循环
- 四、转介绍话术模拟演练、点评