

《卓越银行客户经理营销能力综合提升》课程 大纲

-----高效营销团队实战教练 张朝强老师

【课程时间】：2-4 天

【课程特色】：

本课程将客户经理的需具备的实战营销技能、素质与 NLP、催眠、心理学、教练技术等有机结合，将枯燥的理论穿插案例+视频+互动+分组讨论+模拟演练+分享+游戏+竞赛等各种形式，进行深入浅出、生动地演绎。课程以客户经理营销难题为中心，关注人性、客户心理需求，具备实用性；以客户经理所需素质、技能结合营销流程编排课程，循序渐进，具备专业性；内容涉及面广，具备系统性。

课程模块	课程内容和目的
自我修炼	角色定位：厘清身份、职责、目标，明确学习、工作方向，“定能生慧”； 职业发展 9 大关键：把握工作关键点，快速进入角色，减少失误，提高效率； 10 个信念：调整好心态、工作状态，应对挑战，发挥潜能，提高业绩； 压力情绪管理：缓解压力，调节情绪，改善人际关系，减少客户投诉。
沟通技巧	学习高效的沟通技巧，提高工作绩效； 了解人性，看清自己、他人，以对方为中心将心比心，提高亲和力，改善人际关系； 分析、判断客户类型，掌握相处之道，“对症下药”，销售事半功倍。
客户开发	确定目标客户，掌握客户开发的渠道，清楚业务开展的目标、方向、方式； 学习开发客户的各种技巧； 做好与客户面谈前的各项相关准备，包括采用电话营销结合面谈进行开发； 掌握拜访客户的要点（含场外公关），以及建立良好客户关系的步骤。
客户心理	全面认识客户消费心理、购买动机、购买流程等相关心理活动、要素。
需求分析	分析客户理财产品的需求。
需求创造	挖掘客户需求，创造需求。
产品呈现	掌握 FABE、USP、UBV 等基本产品呈现技巧； 掌握产品呈现的 7 种武器； 掌握 SPIN 顾问式销售、催眠式销售等销售技巧。
异议处理	正确认识异议，了解异议产生的原因，掌握处理的方法、流程。
缔结成交	认识成交信号；了解成交铺垫；掌握成交技巧。
倍增业绩	学习倍增业绩的其他营销方式、策略。

【课程大纲】：

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于营销的难题？每人提出自己工作中难题，老师将这些难

题作为案例在整个课程中地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

第一章、卓越银行客户经理的自我修炼

一、卓越银行客户经理的角色定位

- (壹) 财务顾问
- (贰) 双重代言人
- (参) 营销专家

二、卓越银行客户经理职业发展的 9 大关键

- (一) 目标决定高度
- (二) 熟悉文化制度
- (三) 引导客户，控制风险
- (四) 先易后难乘胜追击
- (五) 信贷资源决定业绩
- (六) 授信操作要坚持
- (七) 授信产品莫放弃
- (八) 经营好人际关系
- (九) 银企共赢长久计

三、卓越银行客户经理的 10 个信念

- (一) 销售---世界上最伟大的事业！
- (二) 销售是分享！
- (三) 成交就是为了爱！
- (四) 剩者为王！----销售从拒绝开始，没有失败，只有放弃！
- (五) 凡事的发生，必有其原因，必有利于我！
- (六) 无论发生什么，勇于负责！
- (七) 做销售就是学做人！
- (八) 只为成功找方法，不为失败找借口！
- (九) 学历代表过去，学习力代表未来！
- (十) 卓越源自企图心！

四、压力与情绪管理

- (一) 正确认识压力、情绪
- (贰) 常用的调节方法
- (参) **NLP** 心理学对情绪的调控技术
- (四) 宗教中对情绪调节的方法

五、其他方面

- (一) 产品知识
- (二) 行业知识
- (三) 岗位技能
- (四) 职业辅助知识

案例：美国营销协会的调查

保险公司百战成功记录表
陌生客户为何一见面就马上愉快地下订单
客户下单前突然反悔
银行客户经理的心声
某银行客户经理的忏悔

第二章、卓越银行客户经理的沟通技巧

一、沟通的 2 种模式

二、沟通 3 要素

三、沟通的禅定----身心合一

四、沟通 4 大基石：

(一) 望：1、眼球转动；2、观察部位；3、焦点 VS 外围视觉；4、读心术（表情、动作信号）

(二) 闻：聆听的技巧、聆听的 4 个境界

(三) 问：1、封闭式/开放式；2、高效引导法；3、三归提问法；4、强力提问法

(四) 说：1、上什么山唱什么歌；2、见什么人说什么话；3、复述；4、先跟后带；5、魔术语言；6、增强说服力的方法（10 大说服力法则；其他增强说服力的方法）

五、亲和力：亲和力 3 前提、情感银行、同一频道----先跟后带、V.A.K、瞬间亲和力
.....

六、沟通 8 宝

七、高效沟通六步曲

(一) 营造氛围

(二) 理解共赢

(三) 分析问题

(四) 提出方案

(五) 认同执行

(六) 检查反馈

八、高效沟通 3 要诀

(一) 标准化

(二) 多向性

(三) 短平快

九、抱楚为痛----沟通沟心

(一) 行为冰山模型

(二) 马斯洛需求层次论（完善版）

(三) 钓鱼理论

(四) 对方最关心的是什么

(五) 如何站在对方立场进行沟通

十、明心见性----DISC 客户性格分析

(一) DISC 四种性格的特点描述

(二) DISC 四种性格的录像片断

-
- (三) 针对不同性格的沟通技巧
 - (四) 自我测试：自己属于什么性格？

案例：乔吉拉德的教训
无法抗拒的亲合力
客户为何发怒？
沟通中的误会

游戏、训练：巧猜年龄、生日
3种角色的沟通
德国情报局的读心术

第三章、卓越银行客户经理的客户开发技巧

一、确定目标客户——找对象

- (壹) 优选客户
- (贰) 目标客户分类

二、客户开发的渠道

- (壹) 陌生拜访
- 1、 开发的流程
- 2、 开发的技巧
- (贰) 查媒介
- (叁) 模仿成功案例
- (四) 缘故法
- (伍) 借力“人脉供应商”
- (六) 进入人脉圈
- (七) 转介绍法
- (八) 公私联动
- (九) 活动营销
- (壹零) 讲座式营销
- (壹壹) 系统识别/内部资料
- (壹贰) 网点客户开发
- 1、 网点客户开发的误区
- 2、 网点客户开发的技巧

参、 电话营销

- (壹) 电话营销的特性
- (贰) 电话营销的技巧

四、 做好准备，接近客户

- (壹) 收集情报
- (贰) 制订访问计划
- (叁) 准备营销工具
- (四) 约见客户

伍、 拜访客户的要点

- (壹) 拜访对象
- (贰) 礼仪形象
- (参) 注意事项
- (四) 场外公关——非正式沟通

六、 建立客户良好关系 6 部曲

- (壹) 找目标客户
- (贰) 帮客户解决问题
- (参) 让客户明白理财产品能解决的问题
- (四) 把收益具体化、数字化
- (伍) 供客户需要的理财产品
- (六) 确保客户能正确掌握所购的理财产品

案例：某客户信任客户经理主要因为一个细节
送礼的窍门
借力使力不费力
客户为何挂电话？
某客户经理如何把大厦保安变成内线？

第四章、卓越银行客户经理对客户需求的把握

一、 银行客户心理分析

- (一) 销售中对方思考的 6 个问题
- (二) 人性的根本
- (三) 马斯洛心理需求
- (四) 性格分析学：感性理性、DISC
- (五) 银行客户消费心理

- 1、 性别：男人 VS 女人
- 2、 收入：高、中、低
- 3、 年龄：老、中、青
- 4、 职务：老板、中高管、基层
- 5、 性格：感性理性、VAK、DISC (略)

(六) 银行客户谈判心理

- 1、 追求/逃避
- 2、 总体/具体
- 3、 内在/外在
- 4、 相同/不同
- 5、 一次/多次

(七) 银行客户 8 种购买动机

- 1、 实用
- 2、 实惠 (省钱)
- 3、 安全
- 4、 方便 (舒适)

-
- 5、喜好
 - 6、品牌
 - 7、攀比
 - 8、被尊重（被认可）

(八) 银行客户的购买决策流程

(九) 银行准客户 4 要素 MAN

壹、 客户需求分析

- (壹) 广义的需求
- (贰) 对理财产品的需求
- (参) 客户需求分析
- (四) 客户需求判定

贰、 客户需求创造

- (壹) 认识需求创造
- (贰) 如何需求创造？
- (参) 客户的痛苦点

案例：客户的心声

如何判断客户性格？

一厢情愿的推销

价值观排序

男人与女人基于心理特性的矛盾

第五章、卓越银行客户经理产品销售技巧

一、银行产品呈现技巧

(一) 银行产品基本呈现技巧

- 1、FABE：特优利证
- 2、USP(独特优/卖点)
- 3、UBV（独特利益点）
- 4、相关利益点
- 5、推荐产品的步骤：
 - A、了解客户需求---B、将需求与 FABE 结合---C、确认客户是否认同

(二) 银行产品呈现的 7 种武器

- 1、巧设诱饵法（假设提问法）
- 2、打预防针法
- 3、顺藤推瓜法
- 4、傻瓜相机法
- 5、T 形对比法
- 6、阴阳互动法
- 7、五感轰炸法

(三) 银行 SPIN 销售

- 1、聊现状
- 2、找问题
- 3、挖伤口
- 4、开解药

(四) 银行销售锁定客户

- 1、 锁定客户的要素
- 2、 锁定客户的话术

(五) 银行催眠销售

- 1、设置心锚
- 2、洞悉对方的魔术语言并说出来
- 3、瞬间催眠语言
- 4、痛他乐己法
- 5、九赢真经--催眠式销售法

三、银行客户异议处理技巧

(一) 银行客户异议产生的原因分析

- 1、客户不认可或不了解销售人员；
- 2、客户不认可或不了解公司、产品；
- 3、客户暂时没有找到需求；
- 4、客户有其他的选择；
- 4、客户想多争取利益；

(二) 银行客户异议处理的时机及策略

- 1、 提前处理
- 2、 立即处理
- 3、 延迟处理
- 4、 忽略处理

(三) 银行客户异议处理的流程

- 1、积极面对
- 2、耐心聆听
- 3、先处理感情，再处理事情
- 4、锁定异议点：假设法、重点法
- 5、把异议变成问题
- 6、回应+引导

(四) 降龙十八掌---异议处理技巧

- 1、肯定法
- 2、太极法
- 3、看山法
- 4、惊讶法

5、复述法

.....(省略，因时间有限，根据学员需要选几种常用的方法)

四、银行销售缔结成交

(一) 银行客户购买的 5 种信号

- 1、语言
- 2、眼神
- 3、表情
- 4、动作
- 5、征求别人意见

(二) 银行客户成交前的铺垫

- 1、客户需求陈述
- 2、产品总结介绍
- 3、急需难得机会
- 4、购买决策权力

(三) 银行成交 9 赢神功-----成交技巧

- 1、假设成交法
- 2、选择成交法
- 3、宠物成交法
- 4、回头成交法
- 5、对比成交法
- 6、机会成交法
- 7、6+1 成交法
- 8、欲擒故纵法
- 9、关联成交法

案例：银行转存款

银行信用卡销售

服装店老板与客户心理战

巧妙面对“老江湖”砍价

男人与女人不同的消费习惯

如何与不同性格的银行客户沟通？

药店的关联销售

产品知识倒背如流却业绩不好的客户经理

游戏、训练：模拟约会

了解客户的价值观排序并调整销售呈现方式

第六章、卓越银行客户经理业绩倍增之路

- 一、团队营销
- 二、特色营销
- 三、创意营销
- 四、网络营销

五、自媒体营销

六、异业联盟

案例：一个好汉三个帮

幽默轻松拿订单