

狼性营销

(商业银行版)

主讲人：金戈

【课程背景】

这是一个供过于求的时代，你不进攻，你的对手就会抢走你的生意。

狼，能够忠于团队、忠于自我、时刻警醒，为了吃肉不屈不挠地进攻。狼性的客户经理从某种意义上说犹如犹太商人，进攻性十足，但是始终保持低调，他们不事张扬，注重实干，永不退缩、不断开发市场、捕捉市场信息、提高客户的满意度，树立银行形象，促进银行产品提升与管理改进。

市场就是核心竞争力，而市场是前线冲锋陷阵的战士争夺过来的，狼性客户经理用三流的技术卖出了一流的市场，如果没有一支狼性的销售团队，再一流的技术和产品都无法卖出一流的市场。因此，打造狼性的营销铁军，是银行搏击商海的重中之重。

营销中有两种狼：保持卓越业绩的人——始终吃肉；为了卓越业绩不屈不挠奋斗的人——为了吃肉绝对奋斗。

【课程收益】

- 进取心突破——坚决吃肉、绝不吃草的信念转变，激发参与者的狼性意识，不断地向更大的客户、更大的业绩进攻；向自我落后的思维模式与消极心态进攻，打造进攻型客户经理。
- 思维突破——“上帝决不照顾那些埋头苦干的人，只能照顾那些找对方法而又身体力行的人”做更大业绩的思维突破与心理突破，领悟持续轻松赚钱的理念与技巧。
- 技巧突破——打不开客户“成交”的大门，是因为没有破译客户“成交”的心灵密码，搞清楚客户拒绝你的真正原因，然后才能顺势沟通与成交。如何破译客户的心灵密码，如何与客户探索需求？
- 情绪突破——建立客户经理情绪自我调整系统，天天保持愉快激进的工作热情；建立个人自我充电系统，保证源源不断的持续动力，克服倦怠与迷茫
- 客户管理与开发系统的建立，是源源不断的收入源泉；持续开发重点客户才能持续创造更多的订单，客户群体分析，领悟狼性进攻的准、勇、猛、狠。

【课时】共两天，每天6小时

【课程形式与特点】

1. 全场参与式互动——“进攻”主题激发自始至终。
2. 全场激情澎湃，旨在唤起参与者深层的狼性意识。

【主讲人简介】

金戈，企业管理顾问、资深营销培训讲师，中国《造狼运动》策划人、金戈狼性培训机构首席讲师。清华大学MBA执行经理班和上海交大EMBA营销总裁班客座教授。

金戈先生倡导“成功从敬业开始”，深入剖析影响国人走向成功的羊性，提出用狼性武装国人的头脑，打造“狼性中国”。

金戈先生采取互动、游走式培训。每次培训，汗水几乎能够将领带浸透。如果会场够大，一天的培训他能够在会场跑 4.5 公里。是大陆最有激情的讲师之一。

第一部分：狼性行销与进攻型客户经理

- **狼行千里吃肉——吃肉的信念决不动摇**
- **狼性行销的四大特征**
 - 进攻式：主动出击而不守株待兔（进攻是做好的防御）；向大客户进攻；无休止地进攻
 - 狼性进攻的“准”、“勇”、“猛”、“狠”
 - 神出鬼没而又有章可循，野性十足
 - 自强式：时刻练兵；不打无把握之仗
- **进攻型客户经理**
 - 进攻是永恒的主题
 - 客户经理 90% 的失败都是败在狼性不足
- **客户经理如何修炼成“狼”**
 - 廉耻关重建：丢了面子（遭受白眼、拒绝甚至是辱骂）不是最大的耻辱，贫穷才是最大的耻辱
 - 鄙视条件论：真正的狼决不会依赖条件，而是依赖自身积极的进攻策略
 - 重视速度，比对手更快，客户就是我们的
 - 创造完美，能做到完美，就是强者
 - 永远在进攻：以小欺大以弱胜强，向更大的竞争对手进攻
 - 一定有办法：没有所谓的困境，只是暂时还没想到办法
 - 隐忍而成功：外柔内刚，夹着尾巴猎食，决不耀武扬威
 - 韧性修炼：坚忍不拔，执著到底，决不轻易放弃

第二部分：狼性行销新思维

- **客户拒绝新思维：拒绝的背后，隐藏着机会**
 - 客户拒绝的原因解析
 - 破译客户拒绝，点破拒绝真相
 - 没有销售拒绝，只有销售问题
 - 如何应对拒绝和挫折
 - 行销合力论：如何提升销售合力
- **推销自我新思维**
 - 客户接受你，一帆风顺
- **庖丁解牛新思维：以无厚入有间**
 - 练就无厚，放大有间，行销无孔不入
 - 传统销售的三种误区

- **狼性进攻新思维**

吃肉思维——狼的眼中没有送上门来的肥肉，只有拼搏得来

决斗思维——即使抓一只兔子，也要用全力；未彻底打败对手，战斗就决不停息

贪婪无比、永不知足——天天感到饥饿，把业绩忘掉，永远壮而不肥，永远饥肠辘辘

速度思维——速度就是杀伤力，只要比对手快半拍，就可能致对手于死地

资源思维——整合资源，让一切为我所用

- **狼性行销十准则**

第三部分：售前调研：狼性行销总动员

- **解析：狼性行销流程 8 步走**

- **银行介绍优势化**

重点：找出银行的优势，并能进行论证

质量的优势、服务的优势、品牌的优势、价格的优势

客户为什么会选择你的银行？

- **销售工具说明法**

激发客户欲望，消除客户的不安全感——如何准备销售工具

- **竞争对手调研**

“知己知彼，百战不殆”——狼决不轻视任何对手

在对某一项目的角逐中，随时掌握竞争对手的行销进程

- **如何深入客户调研**

读懂客户，做到心中有数

第四部分：突破客户预设的防线

只有突破客户预设的防线，获得客户认同，才能有展示产品的机会，让客户能够静下心来与你沟通，听你介绍。

- 客户大门的保安拒绝你进入；办公室主任或者老板秘书拒绝你与老板见面；刚走到门口，发现门口上贴着四个醒目的大字“谢绝推销”——**如何突破客户预设的有形防线？**

- 客户经理进屋还没有说明来意，客户就站起来端茶送客“买的时候我会去找你”！客户对我们的产品根本没有细看，就声明根本不需要——**如何攻破客户预设的心理防线？**

- 如何通过预约方式让客户愿意与你进行沟通？

如何预约你的客户？

如何突破前台和秘书的阻挠预约客户。

- **给客户美好的第一印象**

如何打造专业魅力的第一印象，在第一时间把自己推销给客户。

第五部分：获取客户信任 激发客户欲望

- **先赚人心，后赚人钱**

让客户喜欢你、让客户感谢你、让客户崇拜你、让客户信任你

喜欢并不等于信任

如何通过熟练、自如、专业的契合手段，获得客户对你的感情认同与价值观认同

如果你能满足客户的自重感，你就掌握了客户的金钥匙。

如何进行有效地推崇，激发客户的自重感

- **关注客户，对客户产生兴趣**

没人愿意听客户经理的故事，而是客户经理要听客户的故事

- **自我人格魅力**

结合自身条件，打造自我人格魅力，成为客户悦纳的客户经理

- **如何激发客户需求**

让你的产品发出耀眼的魅力，诱惑之下客户才能产生迫切的需求感，爆发出占有的欲望

激发客户尚未意识到的问题，让他睡不好觉

种下一颗欲望的种子，让它发芽成长

如何用建议书打开客户的想象

- **针对客户不同相关方的不同卖点**

只有把产品的特性和客户的需求联系起来，才能激发客户的购买欲望，打动客户的心。销售人员在销售中切忌讲述产品的特性，不把产品的特性和客户的需求挂钩。

第六部分：解除客户异议，化犹豫为坚定

- **通过探究明确客户的异议**

- **如何处理假异议**

- **如何处理不同的真异议**

不急需

对产品抱有不信任感

“我考虑一下”

财力不足，预算紧张（没有钱）

- **如何让客户提前承诺，减少很多不必要的麻烦**

- **试成交**

在确定客户具有购买欲望后，用试成交激化客户的反应，并引导客户成交。

- **强势引导**

不要把成交的主动权交给客户，而是“迫使”客户主动提出成交

- **如何进行有效促成的六种方法探索**

第七部分：利润源泉的客户系统

持续开发重点客户是客户经理高收入的重要前提

- **销售业绩很大程度上决定于准客户的数量与质量**

悲哀的客户经理，把所有的希望寄托在一个人身上

- 培养客户市场，营造营销磁场，从多劳少获到少劳多获，让行销越来越容易
- 如何有效地拜访潜在客户，创造商机
识别准客户，有望客户的判断标准
- **准客户管理**
准客户质量分析，准客户入档，准客户再访
定期的个人联系：每次与客户见面，都要给客户带去力量与积极的点子
- 老客户管理，成功的客户关系更像一段婚姻，而不是一场热恋
不要用消灭敌人的思维与态度来搞定我们的客户
利润最丰厚的生意就是客户重复购买以及他们引荐来的生意

第八部分：成为职业狼性行销大师

- **销售人员的职业化**
成长力决定未来
狼性客户经理的时间管理
坚持做销售记录
按时记录你的活动和业绩，比较你的成功与失败
一旦你开始分析自己的销售成绩，你就能制定每天的目标，改进你的行动
话术准备
不断总结一些有效的话术，谙熟于心，就像医生开药方一样，到时候拿出来就是，而不是现捉摸该怎么办。
 - **年收入六位数的行销策略**
 - **制定目标，转变工作方法，遏制销售低谷**
成功者之所以成功，因为他们早已养成一种习惯：尝试失败者不太可能做的事情。
切实（有形）目标和无形目标
 - **自强成狼，只有成为狼，我们才能与狼共舞**
超越本我，战胜自我，脱胎而成为狼我；狼我是积极的我，兼具智慧与进攻性的我
产生经验，但要产生积极的经验，积极的经验依靠于积极的解释，积极的判断
看问题的视角：从有力的角度看待遭遇在你身上的一切问题
情绪的自我控制：做情绪的主人而不是奴隶
自强不息、勇于面对，正视挫折，决不轻易放弃，坚忍不拔、执著到底
-