

个人金融产品客户经理专业销售技巧

如果你想了解：

为什么有的人总能销售成功而有的人不管怎么努力总是难以成功？

在没有社会关系、人际资源的情况下到哪里去找客户？

与陌生客户对象初次接触时如何发展关系、赢得对方的信任？

在客户对象缺乏兴趣的情况下如何激发他/她的兴趣？

在客户对象提出种种理由来搪塞、推辞的时候，可以如何来应对？

课程大纲

第一章：金融投资产品的销售特点。

需要避免的错误销售观念——成功销售人员的秘密。

金融投资产品销售与其他产品销售的区别。

金融投资产品销售的“四个基本原则”。

第二章：金融投资产品的销售流程。

如何确立金融投资产品的好处。

客户在投资理财中通常会面临哪些需求。

不同的金融投资产品分别能够满足什么需求，提供什么好处。

如何发现潜在客户线索。

可以通过哪些途径去发现客户线索。

如何请别人给你介绍客户线索。

如何通过讲座形式发现客户线索。

如何赢得客户信任、建立客户联系。

如何打陌生电话。

如何与客户初次见面时交流。

如何引发客户的交流兴趣。

如何发现客户面临的问题。

如何引起话题以发现客户潜在的需求。

如何使客户加深兴趣，愿意向你进一步地介绍情况。

如何针对客户的谈话进行提问、深入了解情况。

如何激发客户需求。

如何使客户体会到当前所面临问题的重要性。

如何使客户体会到问题解决后可以得到的好处。

如何提出金融投资产品的解决方法。

如何使客户了解到解决问题的方法。

如何使客户相信你所推荐的金融投资产品能够解决问题。

如何推动客户采取行动。

客户可能会提出哪些障碍。

产生这些障碍的原因是什么。

可以如何来应对这些障碍。

如何兑现对客户的承诺、发展终身客户。

销售完成后应该如何做好跟踪服务。

出现问题时可以如何应对。

第三章：金融投资产品的销售实施。

如何利用我们所提供的表格工具制定销售工作计划。

如何利用我们所提供的表格工具评估自己在各个销售环节的表现，发现问题，不断提高。

第四章：金融销售顾问的职业化

■市场对金融销售顾问的需求有哪些？

■强烈的企图心是金融顾问不断成长的推动力

■金融顾问如何做好自我激励与激励他人

■金融顾问职业化的态度

第五章：我们的大客户在哪里？

■练就一双寻找与发现大客户的慧眼

■如何访问与接近大客户对象

第六章：如何成为大客户的金融顾问

■成为顾问的三个条件

■成为顾问的重要条件——信任感

第七章：大客户真实的需求在哪里？

■大客户真正想要的——需求调查分析

■SPIN-顾问式销售深入需求探究

– S 情境型问题如何更加有针对性

– P 问题型问题如何挖掘

- I 内含型问题如何深入
- N 需要型问题如何展开
- 运用 SPIN——顾问式常见的注意点
- 案例模拟:用 SPIN——顾问式来设计我的产品

第八章：大客户的销售策略

■ 大客户的销售准备

■ 大客户的促销策略

第九单元 客户管理与客情维护

■ 打造客户合作关系的铁链

■ 高度重视大客户档案

■ 服务承诺与忠诚大客户的建立

■ 大客户关系维护

李大志
海纳百川，取则行远