

# 理财经理四大核心技能训练

## ——玩转四阶魔方、创造产能奇迹

### 课程背景：

现在各家银行的零售个金一线都存在营销中的诸多痛点，客户邀约不来、大多数客户都很陌生、不知道该怎么给客户打电话、沙龙流于形式、保险类复杂产品不知道怎么销售？如何解决这些痛点，如何让客户都成为我们的忠实粉丝，如何让销售变得简单，如何让产能充分爆发？

本课程基于以上问题的解决，为银行零售个金一线人员量身定制，从案例切入、用经验启发、结合现场互动练习和总结，从四个纬度给出银行销售人员解决营销难题的全面优化方案。

### 课程模型：



### 课程收益：

- 树立理财经理在客户心中的专业形象，一劳永逸的从根源解决营销难的问题；
- 帮助理财经理用最简单最有效的方法重塑从名单准备、电话邀约、面谈技巧的整个营销流程；
- 建立理财经理售后追踪的习惯，通过售后不断挖掘客户再次营销的突破口；
- 体验式教学，风格多样，寓教于乐，零售经典案例融合创新实战游戏，在互动和分享中吸收课程精髓。

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**银行零售个金条线网点负责人、理财经理

**课程方式：**讲师讲授+案例分析+视频互动+情景模拟+实操演练

### 课程大纲

**导引：**银行零售个金营销现状和痛点

**第一讲：**四大核心技能——打造个人品牌

## 一、在客户心中树立以专业为核心的品牌形象

痛点解析：利益型客户的追求是什么？

痛点解析：客户的邀约难是什么原因造成的？

案例：海底捞的服务引导性。

案例：某股份制银行一个理财经理销售基金定投的奇迹

## 二、向客户传递我们专业性的渠道

案例：北京建行佛系宝妈的业绩产出

### 1. 呈现传递渠道

1) 短信

2) 微信

3) 电话

案例：某四大行半年度业绩爆发的理由

## 三、专业性的内容和素材是什么

案例：某股份制银行维护大客户的方法

### 1. 知识营销短信的编写注意点

1) 只谈观念、不谈产品

2) 内容落地、留有余地

3) 事先计划、循序渐进

### 2. 情感营销知识的编写注意点

1) 先外而内、形象先行

2) 由内而外、发自内心

3) 未雨绸缪、按部就班

演练：编写知识营销和情感营销短信

3. 营销日历的结合点分析

4. 一场电影掀起一个话题

## 第二讲：四大核心技能——厅堂营销聚焦点

### 一、有效的厅堂布置助力厅堂营销

1. 厅堂营销在三量客户开发中的重要地位

### 2. 聚焦产能爆发的厅堂布置的五个层面

1) 电子屏、橱窗

- 2) 入口处
- 3) 等候区
- 4) 高柜柜面
- 5) 贵宾区

**案例：**魔性的厅堂白板独立完成保险产品的销售

3. 优秀厅堂布置的展示

**案例：**厅堂坐椅的位置调整

## 二、营销工具用的好，厅堂营销出奇迹

**游戏：**中国文字的设计

1. 银行厅堂营销与其他营销方式的不同点

### 2. 银行厅堂营销的关键点

- 1) 全面覆盖
- 2) 批量营销

**案例：**某四大行的厅堂识别客户的案例

**案例：**万国表行识别筛选客户的标准化流程

### 3. 136 的神奇作用

- 1) 136 的设计原理
- 2) 136 的适用环境
- 3) 136 的结构特征

**演练：**主打产品的 136 的拟定

4. 厅堂微沙，厅堂营销显神奇

## 第三讲：四大核心技能——套路式营销流程

### 一、销售前准备

**视频：**一个成功的电话邀约和一个失败的电话邀约

#### 1. 客户的准备

1) 够 MAN 的客户才是我们的准客户

**案例：**美国营销大师的故事

2) 客户信息收集的方法

**演练：**从一个客户的身份证信息 KYC 客户的需求

2. 辅销工具的准备

**案例：**某股份制银行辅销工具的展示

1) 辅销工具话术

### **3. 话术准备**

1) 提前准备好话术脚本的重要性

**案例：**讲的清和讲不清

**案例：**有准备和没准备

**案例：**个人讲和团队讲

## **二、销售中沟通**

### **1. 用 SPIN 来提问和切入**

1) SPIN 提问法的设计原理

**案例：**某股份制银行营销手机银行的技巧

**演练：**结合主打产品的 SPIN 提问

### **2. 用 FABE 来呈现产品**

1) FABE 呈现产品的步骤

**案例：**瓜子二手车直卖网

**演练：**结合主打产品的 FABE 呈现

3. 如何通过营销防止客户流失

**案例：**富国银行的产品覆盖率

**案例：**一个两千万客户的资金转移

### **4. 促成技巧**

1) 促成的四大类方法

a 默认法

b 二择一法

c 次要理由购买法

d 激将法

**演练：**促成话术的使用

## **第四讲：四大核心技能——售后服务**

### **一、客户转介**

1. 转介的作用：高客的圈层营销和新客的倍增

2. 转介话术的使用技巧

3. 转介的激励方案

## 二、常态联系

1. 营销漏斗

2. 联系频率和方式的制订

3. 常态联系的结合点

## 三、关注客户信息的变化

1. 时刻关注客户变化的目地

2. 客户信息的变化就是一个营销机会的产生

## 课程收尾

1. 回顾课程、构建本次课程的学习地图和行动方案

2. 答疑解惑、结语