

《金融产品电话营销》培训

——主讲老师：潘岩

课程目的：

近年来，电话销售在中国金融业获得了蓬勃发展，无论是针对机构客户还是个人客户，电话销售都被各家企业作为重要的销售渠道开始进行尝试，很多企业因此取得了优异的业绩。面对当前复杂多变的市场环境，如何加强客服中心的电话呼出销售工作，为经纪业务提供必要的业务支持，为非现场投资者提供更加专业的服务，建立长期的信任关系；同时及时销售一些适合客户的金融产品，提高客户忠诚度，越来越受到金融公司的关注。

课程针对电话销售人员普遍存在问题：

- 如何应对客户拒绝？
- 如何提升沟通效果引发客户投资兴趣？
- 客户互动性如何增强？
- 面对客户质疑如何应对
- 如何从沟通中探索客户深层需求？
- 如何从客户来电中寻找销售机会？

➤ 如何把握时机引导客户成交

➤ 销售人员的自我管理

授课对象：销售代表\客户经理

授课方式：采用讲师讲述、案例分析、互动答疑、情景模拟演练等方式

授课时长：1天（6小时）

第一篇：电话营销准备工作篇

➤ 心态的准备

✓ 魔咒

案例分析：为什么电话经理工作不积极

✓ 魔咒容易在电话营销中心迅速传播

案例：员工为什么不敢打电话？

✓ 神咒

案例：早班会可以提高员工的积极性

✓ 神咒练习

练习：传递电话营销的正能量

✓ 分析员工的工作压力源（客户、同事、领导、自身）

训练：电话经理快速缓解压力的五种方法

✓ 重新框架——调整快乐的营销心态

✓ 对电话营销的正确认识

视频：爱上你的营销工作

✓ 对产品的正确认知

游戏：产品自信的建立

第二篇：电话营销之开场白脚本设计篇

✓ 开场白之问候语的使用

✓ 开场白之客户姓氏的称呼

✓ 开场白之公司及部门的介绍

✓ 开场白之名字及工号的介绍

✓ 开场白中确认对方状态话术

✓ 开场白之呈现客户感兴趣的话术

录音分析：电话经理失败的开场白分析

✓ 开场白引起对方的兴趣

脚本设计：信用卡电话营销话术设计

脚本设计：理财产品电话营销话术设计

脚本设计：数据业务电话营销话术设计

脚本设计：免费服务切入流量包营销话术

脚本设计：独一无二的电话营销开场白话术

实战训练 1：让学员学会现场制作开场白脚本

实战训练 2：让学员现场练习使用开场白话术

第三篇：电话销售突破点之客户需求挖掘篇

- ✓ 挖掘客户需求的工具是什么
- ✓ 提问的目的
- ✓ 提问挖掘客户的两大需求
 - 1、显性需求话术设计
 - 2、隐性需求话术设计
- ✓ 提问的两大类型
- ✓ 外呼提问遵循的原则
- ✓ 四层提问法
 - 1、请示层提问——现场设计请示层提问
 - 2、信息层问题——现场设计信息层提问
 - 3、问题层提问——现场设计问题层提问
 - 4、解决问题层提问——现场设计解决问题层提问

现场演练：通过提问挖掘客户对信用卡的需要

脚本设计：四层提问挖掘客户对理财产品的需求

脚本设计：四层提问挖掘客户对优惠政策的需求

第四篇：流量产品优势呈现及脚本设计篇

- ✓ 产品介绍最有效的三组词
- ✓ 提高营销成功率的产品介绍方法
- ✓ 好处介绍法
- ✓ 对比介绍法
- ✓ 分解介绍法
- ✓ 客户见证法

脚本设计：信用卡话术设计

脚本设计：理财产品的话术设计

脚本设计：数据业务的话术设计

脚本设计：金融服务的话术设计

第五篇：客户异议处理及脚本设计篇

- ✓ 客户异议的类型

- ✓ 客户异议的判定与分析
- ✓ 正确认识客户异议
- ✓ 面对客户的习惯性拒绝处理方案
- ✓ 根据客户性格进行客户挽留
- ✓ 不同性格的客户提出的异议不同
- ✓ 挽留客户应具备的心态
- ✓ 面对异议的正确心态
- ✓ 客户异议处理的四种万能法则
 - 1、认可法则
 - 2、赞美法则
 - 3、同理法则

客户常见异议处理

- 应答口径设计：刚介绍了公司客户就说“不需要，如何处理”？
- 应答口径设计：介绍完产品客户说：“不需要，如何处理”
- 应答口径设计：“我考虑一下”
- 应答口径设计：“我不感兴趣”
- 应答口径设计：“我没有时间去网点办理”

- 应答口径设计：“等我有时间去网点了解一下吧”
- 应答口径设计：“你们的什么活动我都不参加”
- 应答口径设计：“你们公司都是骗人的”
- 应答口径设计：“你们的信用卡不好，XX公司的比你们优惠”
- 应答口径设计：“你们的活动没有其它银行的好”
- 应答口径设计：“你们的服务不太好”
- 应答口径设计：“这个产品其他银行也有,我也接到类似电话”
- 应答口径设计：“你们分红能保证是多少的吗？”
- 应答口径设计：“我没钱，不感兴趣”
- 应答口径设计：“你们银行都是骗子，我不相信”

第六篇：促成话术及邀约话术篇

- 促成信号的把握
- 人性的需求与促成
- 哪些信号是积极的购买信号？
- 电话促成的核心要素

- **六种有效的促成邀约技巧**

1、直接促成法脚本设计

2、危机促成法脚本设计

3、二选一法促成法脚本设计

4、体验促成法脚本设计

5、免费体验法脚本设计

6、客户见证法脚本设计

➤ 现场演练：学员学会 3 种以上的促成方法

➤ 电话邀约短信的编写技巧

➤ 电话邀约后的确认技巧

电话结束语

➤ 专业的结束语

➤ 让客户满意的结束语

➤ **注：以上内容我们会结合调研结果、进行有针对性的量身定做课程**