

课程名称：《打造金牌客户经理》

主讲：杨树峰老师 18 课时

课程简介：

随着金融市场的深入改革，客户需求的多样化，商业银行的竞争与日俱增。金融人才的培养如何与之匹配，成为各家银行不得不面对的现实问题。

面对这样的现状，很多新行员需要快速成长，老同事的持续业务提升，都需要系统化的培养，找到行之有效的方式。

现在的业务人员培养更加讲求**内容有针对性**，方式方法能够**落地**，可持续的跟进和**辅导**。

所以本训练营通过集中训练，分阶段学习。使学员能够针对现实问题进行专项训练。达到培训内容根据客户情况定制而**适用**，培训知识点**实用**，训后快速**使用**。

使学员全面透彻了解银行营销工作，树立良好的职业形象和工作习惯；培养积极的销售心态与销售意识；提升服务态度与服务意识；了解并掌握业务拓展中必备的挖掘潜在客户的技能；领略人与人畅快淋漓地沟通的核心要领和真谛；掌握卓越的营销技能；提升客户经理的理财技能，真正做到学以致用；激发学员的斗志和潜能，帮助学员建立积极的人生与工作目标，使其与公司目标共进。

课程对象：客户经理，理财经理，产品经理，支行长

课程特点：

定制：根据客户需求定制培养模式与学习内容，达到适用的目的。

全面：训练针对业务人员银行营销工作全面安排内容，详见课程模块。

参与：培训采用分组编号制度，使得全体参训人员均能得到参与演练等机会。

实用：全套营销工具组成的工具手册使得学员在课堂快速掌握，在课后立即使用。

课程模式：

项目包含三个主要阶段，可以根据客户需要设计几种学习模式，可以根据具体情况组合开展

第一阶段：封闭式集中培训，学员全面参与，全员通关考核，训后形成学习报告

第二阶段：训后业务辅导工作，根据具体业务，专业的项目辅导老师开展多种业务辅导，如外拓业务开展，营销活动策划，旺季营销，存量客户激活，厅堂营销等。

第三阶段：知识体系建立阶段，如案例库的建立，内训课程定制，案例大赛等。

课程大纲/要点：

课程模块	课程内容
模块一： 目标客户定位与 综合营销策略	目标客户的定位与营销阶段 1、银行业营销的特点 银行销售的概念 客户关系的一个中三个关键点 市场特性分析 2、本行核心客户现状分析 客户关系发展三阶段 核心客群定位：客户类型解析 核心业务类型分析：本人核心业务认知 业务核心分析：对公业务、个贷业务、理财业务、负债业务等 随堂训练：目标市场分析与定位 3、客户现状与营销策略的匹配

	<p>服务营销</p> <p>交叉销售</p> <p>主动营销</p> <p>渠道营销</p> <p>关系营销</p> <p>4、目标客户高效营销的方法</p> <p>客户开拓六大核心渠道</p> <p>产品营销策略</p> <p>客群营销策略</p> <p>关系营销策略</p> <p>随堂训练：核心客户营销策略研讨</p>
<p>模块二： 客户经理角色认 知与高效管理</p>	<p>一、客户经理高价值营销概述</p> <p>客户经理定位与价值</p> <p>销售业绩的来源分析</p> <p>客户经理六大核心职责</p> <p>二、成功客户经理的要素</p> <p>强烈的自信心</p> <p>执着的进取心</p> <p>热忱的服务心</p>

	<p>非凡的亲合力</p> <p>极强的执行力</p> <p>全面协调能力</p> <p>产品专家</p> <p>方案专家</p> <p>行业专家</p> <p>三、客户经理活动量管理</p> <p>营销优势分析</p> <p>沟通风格分析</p> <p>工作内容效率分析</p> <p>四、客户经理高效时间管理</p> <p>从角色到内容的匹配与安排</p> <p>善于做资源整合者</p> <p>随堂训练：客户经理工作计划表设计</p>
<p>模块三： 客户需求分析与 金融方案设计</p>	<p>一、个人客户综合需求分析</p> <p>客户类型分析</p> <p>收入结构与需求特性</p> <p>客户认知与需求特性</p> <p>共性需求客户举例分析</p> <p>客户投资心理分析</p> <p>个人业务类型与要点分析</p> <p>投资偏好分析</p>

理财业务分析

存量客户分析

个贷业务分析

典型客户类型综合分析

工薪阶层

企业主

个体商户

老人群体

中产阶级

务工人员

随堂训练：本行理财产品组合模版设计

二、对公客户综合需求分析

企业客户综合需求分析流程

客户基本信息获取

客户需求信息分析

关键人寻找与分析

客户财务信息分析

企业客户综合需求分析黄金十字法

公司客户五大金融需求分析

不同行业需求特点分析（结合实际客群与案例讲解）

随堂训练：企业需求综合分析案例研讨

三、金融服务方案设计与展示

	<p>金融服务方案概念与特点</p> <p>金融服务方案概念</p> <p>金融服务方案设计流程</p> <p>关键点解析</p> <p>金融服务方案设计逻辑与模版（结合具体案例讲解）</p> <p>随堂训练：金融服务方案设计演练</p>
	<p>一、客户经理客户外拓拜访流程与技巧</p> <p>客户经理双人拜访意义</p> <p>客户拜访前的准备</p> <p>客户信任关系建立</p> <p>客户面谈沟通技巧与流程</p> <p>需求挖掘与方案展示</p> <p>异议处理与成交</p> <p>做好客户反馈与积累</p> <p>随堂训练：实用工具客户经理双人拜访分工表与信息采集表</p> <p>式、 客户经理电话营销实战技巧</p> <p>客户电话营销的目的</p> <p>客户电话营销四大策略</p> <p>客户电话营销前准备</p> <p>客户电话沟通流程与注意点</p> <p>信息记录与后续跟进</p>

<p>模块四、客户营销实战方法与演练</p>	<p>随堂训练：实用工具客户电话营销策略与话术</p> <p>三、客户营销活动组织与分工</p> <p>客户活动类型与特点</p> <p> 组织营销</p> <p> 设摊路演</p> <p> 沙龙活动</p> <p> ◇ 产品说明会</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 活动组织分工与执行全流程工具 ● 活动现场产品展示与组织 ● 活动总结与后续跟进 <p>随堂训练：实用工具活动策划书与案例集</p> <p>四、产品卖点分析与营销方案设计</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主营产品卖点总结归纳 ● 产品说明时机与对象分析 ● 打动客户的五种高效模式 ● 如何借助产品本身实现批量化营销 <p>课堂训练：实用工具产品卖点转化与案例集</p>
<p>模块五、通关演练与后期辅导项目</p>	<p>一、课程最后全员参与课程通关演练内容与学员实际业务相结合，老师现场打分评价记入课程总结中。</p> <p>二、后期辅导项目根据客户实际需求可以对客户经理团队或网点进行驻点辅导。专项项目如案例大赛，内容要由老师根据客户情况布置，提供相应的工具。学员限期内完成并集中进行展示与评选。辅导老师客户根据需要进行现场和远程辅导。</p>

--	--