

课程名称：《对公客户经理营销心态和营销技巧提升》

主讲：黄薇云老师 6课时

【课程背景】：

2017年中国经济持续下行，银行的同业竞争日趋残酷，对公客户经理打造积极的营销心态和提升营销能力尤为重要。对公客户经理肩负着拓展客户、增加业绩的使命，是银行利润取得的重要源泉，但是很多银行的现状是客户经理等客上门，不愿主动积极拼抢市场。如何让对公客户经理建立积极的营销心态、提升营销能力，主动赢得市场呢？

随着发展现状，客户经理会有以下困惑：

- √新客户经理往往没有勇气打电话约见客户？
- √不敢走出去拜访客户，害怕没面子被拒绝？
- √自己没有背景资源，根本没法做业务！
- √遇到傲慢、刁难的客户特别愤怒？
- √总是感觉自己最苦最累，忍不住习惯性抱怨！
- √银行内部沟通太难了，审批部简直是把我们当坏人！

本次课程通过结构性知识介绍、大量亲身案例和典型案例分析、经常性的头脑风暴、互动型技巧训练、提高客户经理的营销心态和营销技巧，迅速打开营销局面，成为卓越的客户经理。

【课程收益】：

- √通过学习建立积极的心态，克服恐惧、抱怨、愤怒的心理，更好地更积极地开拓市场。
- √通过客户拓展六步法，帮助客户经理掌握客户开发不同方法和渠道，拓宽思路。

【课程大纲】：

第一单元 打造对公客户经理积极营销心态

一、对公客户经理不良的心态有哪些？

1、害怕恐惧心态

(案例：打电话的恐惧)

(客户经理内心矛盾内耗的展示)

2、喜欢抱怨的心态

1) 和审批人员抱怨的后果

2) 和柜面人员抱怨的后果

3) 和客户抱怨的后果

二、打造积极的心态

1、恐惧的来源

1) 自身能力不足

2) 过去失败的阴影

3) 对困难的想象和感觉自身卑微

4) 不了解对方的需求

2、如何克服恐惧

1) 提前做好 5 项准备

身体准备和心理准备

(案例：成功人士保持良好状态的案例)

形象的准备

客户需求的了解准备

金融服务方案的准备

业务能力准备 (学习他人成功经验)

(亲身案例：被大型国企接纳-拒绝-接纳-信任一波四折故事)

3、如何驾驭愤怒

情景演练：租赁行业协会从不理睬到感兴趣到转介绍一波三折场景重现

三、心态调节工具和情绪管理工具

1) 定义转换法

(亲身案例：遇到不开心事的自我调节)

2) 正常幸福法

(提问加演练)

3) 分享好事情法，传播正能量

第二单元 对公客户的开拓

第一章 商业银行客户经理制认识

一、商业银行客户经理制

二、客户经理与传统信贷员的区别。

三、客户经理来源

(从自己失败的案例和自己成功的2个案例引入)

第二章 客户拓展六步法

一、第一步 目标客户寻找

1、资料法

(亲身案例：通过报纸获得的机遇)

(亲身案例：一条横幅的故事)

2、楼宇法

(亲身案例：从扫楼被抓到最后批量营销商务楼成功的妙招)

3、连锁法 四种方法

(亲身案例：假洋鬼子的故事)

4、中介法

5、公私联动法

6、培训班拓展客户

7、互联网营销

二、第二步 选择客户的策略

1、严格遵循总行的信贷政策指引

2、遵守本行的信贷风险偏好

3、与本行资源高度吻合

4、建议关注富人家的“小姐”

(亲身案例：扶持大型民营集团的子公司)

5、国有企业 民营企业 外资企业 各自特点

三、第三步 拜访客户流程

1、拜访前

(反面案例：没有做好开发准备导致营销失败案例)

2、拜访中

(亲身案例：如何尊重对方，在竞争中取胜)

(头脑风暴：如何听出弦外之音)

3、拜访后

四、第四步 甄别有价值客户

1、企业家的素质

2、团队管理水平

3、企业员工素质和精神面貌

4、报表分析 现金流充足

5、公司经营实力

6、上下游企业

7、竞争对手评价

8、评估客户贡献度

五、第五步 拓展到合作 6 个阶段

1、第一阶段：结交和认识人品

2、第二阶段：客户主动询问和了解银行产品

3、第三阶段：初始常识性合作

4、第四阶段：合作新产品

5、第五阶段：提出改进和个性化需求

6、第六阶段：成为忠诚客户，贡献度提升

六、第六步 找准营销切入点

1、收集客户情报

(失败案例：知己不知彼导致营销失败)

2、客户最感兴趣利益点