

深挖需求的对公客户顾问式营销及演练—中级客户经理篇

讲师：黄薇云

时间：6 小时

做了几年对公客户经理的你应该比较熟悉对公营销流程了，但是否有以下的困惑：

√去拜访客户几次了，可客户却很冷，说已有多家银行合作了。

√去拜访客户，客户说有需求会找我们，但后面一直没下文？

√去拜访客户，开场白后急于介绍自己银行的产品和方案？

√客户内部关系复杂，但不知如何切入？

√经常和客户吃饭，感觉关系很好，可好像没啥用处？

√客户说没需求，就着急联系下一家了？

√经常喜欢赞美客户，但效果不大？

√老是凭感觉做营销，赢单靠运气，不知道失败在哪里？

√老是会被客户牵着鼻子走？

黄薇云老师基于自己十几年的银行对公大客户营销经验，在高效沟通道法自然的基础上，深挖客户的隐性需求，运用 **SPIN** 顾问式的营销工具，帮助大家激发客户的痛点，达成合作。

课程大纲：

一、建立客户关系的目的

二、建立客户关系的四个阶段

1、初次见面，留下印象

(自己团队失败的案例分享)

2、再次见面，跟进一步

(自己在营销中的细节展示)

(怎样判断客户和我们关系好?)

3、获得承诺，巩固关系

(自己团队失败案例分享)

4、充分信任，愿意帮助

5、如何建立两种不同的信任度

三、深挖需求沟通的道法术器

1、道：心态。

2、法：规则。

现场沟通能力测试

3、术：方法

4、器：工具

四、高效沟通的三大需求和三大技巧和三大行为

三大需求：参与感、被理解和倾听、被赞赏和肯定

三大技巧：换位思考、给人安全感、先处理心情

五、深挖客户隐性需求的 **SPIN** 技术四步法

1、成交始于需求

2、引导客户需求的动力

3、深挖需求的 **SPIN** 技术四步法

(亲身案例讲解：客户说“已有很多银行合作，没有需求”的深度挖掘)

4、自己开发的 **SPIN** 技术对话表互相演练

六、高效设计 **SPIN** ，快乐对话

1、设计前需求考虑的六个方面问题

2、自己根据经验总结的客户隐性需求

(自己亲身案例场景分步骤讲解如何一步步引导需求，刺激痛点，合作成功)

3、小组练习：结合自己银行产品演练并 **PK**