

课程名称：《小微企业营销技能提升（初、中级客户经理）》

主讲：杨树峰老师 6-12 课时

课程简介：

随着国家金融改革的深入，商业银行业务的不断拓展，经济环境不断变化。随着国家政策和金融政策的调整，在小微企业业务方面各家银行投入了前所未有的资源与精力。如何快速有效的开展小微企业金融业务，除了不断创新产品外，如何提升客户经理的小微企业营销能力已经成为各家银行的面临的一大难题。

该课程紧密联系银行目前对小微企业营销实际工作，采用课堂练习、角色扮演、案例分析等授课方式，帮助学员加深对课程内容的认识和理解，而所有的练习均以学员自己在银行实际销售工作的真实案例为基础，使学员在课堂上就可以总结出一套针对自己实际工作的销售实战技巧。

课程收益：

通过本课程的学习使学员能够：

- 1.充分了解小微企业营销的现状和特点
- 2.提升小微企业客户需求及客户分析能力
- 3.学会小微企业营销渠道建设与维护
- 4.提升对小微企业营销开展的基本技巧，提升与客户沟通谈判能力
- 5.客户业务处理与客户关系维护策略

课程大纲/要点：

一、小微企业营销的意义与现状

- 1、小微企业作用与发展现状

经济转型的重要角色

小微企业经营成本上升带来的融资风险

小微金融业务发展趋势

2、银行发展小微客户的意义

高利润、高回报、高风险

大行与小行的差异

3、小微企业的特点

单个小微，总和庞大

创业初期，寿命较短

具有很高的成长性

治理结构不够规范

财务报表不够规范

融资需求“急、小、短”

4、小微企业营销现状及难点

风险控制

业务量

专业团队

针对性的产品

5、小微企业营销三要素：需求、渠道、客群

二、小微企业需求分析与客群分析

1、小微企业需求与大中型客户的差异

2、对公客户需求分析黄金十字分析法

采购端需求

销售端需求

融资需求

投资需求

资金管理需求

3、产品与需求要点

三、小微企业营销渠道建设与营销方式选择

1、小微企业目标客户开拓六大核心渠道

- 内部信息资源挖掘
- 目标客群主动营销
- 市场政策信息分析
- 客户关系连锁拓展
- 同业异业联盟拓展
- 网络拓展信息调研

3、客户渠道建设机制

- 存量客户
- 重点客户
- 目标客户
- 普通客户

4、小微企业营销方式

- 客户商务拓展
- 集群式客户拓展
- 会议营销拓展

四、小微企业营销沟通谈判技能提升

1、小微企业客户营销开拓策略

- 客户积累金字塔
- 产品与方案设计
- 关键人分析

2、获取客户的信任建立客户关系

- 客户拜访前的准备
- 客户约访与陌拜
- 建立信任关系的十种方法
- 高效沟通四要素：赞美、提问、聆听、记录

3、挖掘客户需求

- 需求的三个层次挖掘
- 关键人与需求点的关系

抓住客户关注点

提问式挖掘法

实用话术总结

4、产品介绍与展示

产品展示的黄金法则

销售工具的充分准备

产品卖点向客户需求转化

实用话术总结

5、异议处理

正确看待客户异议

客户异议分类

异议处理三步骤

如何解决客户的“没有需求”

如何解决客户口中的“其他银行”

如何解决客户“讨价还价”

如何解决客户的“特殊需求”

如何解决竞争中客户的“倾向性”

6、促成成交

客户购买意向信号判断

促成成交的八种核心方法

实用话术总结

五、小微企业客户关系维护方法

1、客户关系维护的目的

客户维护的意义和方式

提升客户忠诚度与转介绍率

业务可持续拓展

2、客户分层管理与维护

客户分类管理与客户甄别

客户价值矩阵

存量客户的管理

3、对公客户关系维护技巧

日常情感关怀

建立信息沟通机制

产品跟进与服务

举办客户活动

定期走访与需求诊断

产品更新升级覆盖

善于建立多重客户关系

公私联动