

课程名称：《小微业务团队营销策略与管理(小微团队业务负责人)》

主讲：杨树峰老师 12 课时

课程收益：

通过本课程的学习使学员能够：

了解银行客户经理团队业务管理客户经理活动量管理，客户经理业绩目标制定，目标市场营销活动策划，销售计划设计与执行客户经理团队成员管理与辅导

课程大纲/要点：

一、小微企业客户营销策略

- 1、商业银行客户类型分析与营销核心
- 2、商业银行营销概念与特点
商业银行营销意义
目标客户营销特点
小微客户类型与营销策略
- 3、批量客户高效开发模式
- 4、小微企业营销现状及难点
- 5、小微企业营销三要素：需求、渠道、客群

二、小微客户需求分析与开发渠道

- 1、小微企业五大核心需求
- 2、小微客户需求分析黄金十字分析法
- 3、产品与需求要点

4、小微客户开发渠道建设

5、小微金融方案设计

三、小微业务团队业绩管理与业务辅导

1、销售团队活动量管理与绩效提升

销售平台概念与分析

活动量分解与诊断

业务管控的关键点

2、业务团队人员分析与管理

人员风格测试

团队分工与定位

能力与意愿分析与管理

团队协作

4、业务团队绩效辅导

辅导的意义与方法

GROW 辅导流程

辅导演练

5、业务团队激励措施

激励的作用与方式

压力与情绪管理

四、小微客户综合营销技能提升

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