

---

# 《水到渠成，引凤还巢-高危客户电话挽留技巧提升》

## 课程目标：

- 掌握电话挽留的基本准备工作；
- 掌握电话挽留时开场 30 秒的开场语言设计；
- 掌握电话挽留中客户需求挖掘的方法，赢得客户信任；
- 掌握电话挽留中产品的包装呈现方法；
- 掌握电话挽留中客户异议的解决办法；
- 

## 课程特色：

- 紧密结合工作实际，结合实际案例进行技巧讲解。
- 技巧学习以实战练习为主，充分运用企业热门营销产品进行实训

## 课程对象：

理财经理、保险专员、电话营销员等

## 课程时长：

2 天

## 课程大纲：

### 一、电话挽留前的准备

- ✓ 了解流失客户原因及获取信息的途径
- ✓ 组合客户信息，形成个性标签
- ✓ 标签结合业务，寻找匹配点
- ✓ 产品选择很重要，够鲜还要够亮

### 二、在电话中完成 80% 的营销工作

#### (一) 打消客户戒心-前 30 秒说什么有学问

- ✓ 开场白的目的
- ✓ 开场白的要素
- ✓ 陌生客户与挽留客户开场白的不同
- ✓ 关联问题的设计
- ✓ 开场白设计注意点
- ✓ 开场 6 大心理认知
- ✓ 从熟悉入手，营造营销氛围

#### (二) 客户需求探寻-问对问题才能赢得客户信任

- ✓ 营销前看透客户的需求

- 
- ✓ 客户需求分类
  - ✓ 客户需求与成功之间的关系
  - ✓ 如何挖掘客户需求
  - ✓ 正面询问客户需求技巧
    - 1、 开放式问题和封闭式问题
    - 2、 不同提问方式的优缺点
    - 3、 提问专项练习
  - ✓ 四种问题找到流失客户需求 (SPIN 提问技巧)
    - 1、 背景问题
    - 2、 难点问题
    - 3、 暗示问题
    - 4、 示益问题
    - 5、 SPIN 提问技巧专项实战演练

(三) 产品呈现-你需要，而我正好有 (视客户电话营销流程决定是否在电话环节介绍)

- ✓ 产品呈现之内容归纳技巧：FABE 法则
  - 1、 产品特征归纳技巧
  - 2、 产品优点整理技巧
  - 3、 产品卖点体现技巧
  - 4、 产品证据说明技巧
  - 5、 FABE 各项作用
- ✓ FABE 专项演练

三、20%面对面营销定乾坤

(一) 见面前的准备

- ✓ 电话营销中客户传递信息的收集
- ✓ 信息整理与产品结合，提出卖点
- ✓ 营销环境的准备

(二) 产品介绍技巧及巧答助攻技巧

- ✓ 高效表达，体现专业赢信任
  - 1、 表达的原则
  - 2、 案例
  - 3、 金字塔的表达习惯
  - 4、 案例改进
  - 5、 不让敏感信息成为营销绊脚石-正确传递敏感信息
  - 6、 故事及练习
  - 7、 正面表达，拒绝“但是”
- ✓ 恰当回答，进可攻退可守
  - 1、 回答的步骤及方式
  - 2、 同理心式的回答，照顾客户情绪
  - 3、 5种表达同理心的方式

(三) 异议处理-把嫌货人变成买货人

- 1、 嫌货人才是买货人
- 2、 客户异议的原因
- 3、 常见的异议处理误区

- 
- 4、 异议处理的一般步骤
  - 5、 LSCPA 异议处理技巧

(四) 达成交易-发现成交信号

- 1、克服两种阻碍成交的心里倾向
- 2、发现客户的购买信号
- 3、成交法则
- 4、有效的成交技巧