

课程名称：《电话营销，让存量客户醒来》

主讲：刘力存老师 6-12 课时

【课程背景】：

向外要新增，向内要提升！对各家银行而言，系统里海量的存量客户都是一座亟待开发的宝藏。但是随着各家银行对客户在产品营销上的狂轰滥炸，客户的忠诚度越来越低，对银行的防备心越来越强。传统的电话营销往往让员工疲惫，让客户反感，员工不愿打电话，客户不爱接电话基本是当今电话营销的现状。在这种状况下，电话营销的效果可想而知。本课程正是从此出发，围绕存量盘活这个核心，重点分析如何通过电话营销实现睡客唤醒。在该课程中不仅有电话营销底层逻辑的层层分析，一套完整实用的电话营销流程，并且还专门给大家提供了可直接实践运用的电话营销话术。从电话营销的角度出发让员工敢打电话，爱打电话，并充分打开思维，学会举一反三，充分利用互联网工具高效率的开发维护客户。

【课程大纲】

一、电话营销的背景及现状分析

1、背景分析

- 激烈残酷的金融竞争互联网金融的异军突起
- 客户金融消费习惯的改变
- 银行精准营销的必然要求

2、现状分析

- 员工不爱打电话（恐惧，厌恶，低效）
- 客户不爱接电话（怀疑，反感，应付）
- 打通电话也没有效果

3、案例分析及思考

- 王经理给系统里一位有闲散资金 20 万的阿姨电话营销及后续跟进。

二、电话营销的底层逻辑和基本原则

1、是银行推销员还是金融顾问

- 2、是在向客户给予还是向客户索取
- 3、是在卖金融产品还是卖金融专业
- 4、是在靠套路取胜还是靠真诚取胜
- 5、专业和真诚是电话营销之本
- 6、先浇水施肥再收获果实

三、电话营销的体系流程

1、客户领养

- 客户领养的涵义
- 客户领养的步骤
 - ◇ 领导背书：话术示范
 - ◇ 职业说明：话术示范
 - ◇ 自我介绍：话术示范

2、客户预热

- 客户预热的涵义
- 客户预热的两大要素
 - ◇ 专业要素：知识营销
 - ◇ 真诚要素：情感营销
- 知识营销和情感营销的分析运用
 - ◇ 有趣：接地气的语言
 - ◇ 有料：对客户痛点的具体描述
- 知识营销和情感营销的话术示范
 - ◇ 怎么谈到银行产品（理财，保险，存款等）
 - ◇ 怎么在节假日维护客户（中秋，元旦等）

3、客户首电

- 客户首电的涵义
- 首电前的礼仪预约
- 电话营销的开场白怎么设计
 - ◇ 自嗨型电话分析
 - ◇ 关注成交还是关注进展

- ◇ 开场决定气场
 - 电话营销的步骤分析
 - ◇ 建立议程：打算和客户聊什么
 - ◇ 明确价值：客户可以得到什么
 - ◇ 给予承诺：未来可以为客户做什么
 - ◇ 处理异议：消极型异议和积极型异议
 - 电话营销的闭环
 - ◇ 应激性闭环
 - ◇ 补漏型闭环
 - ◇ 笔记型闭环
- 4、电话营销的声态
- 什么样的声音客户不反感
 - 什么样的态度客户会喜欢
- 5、电话营销中的工具
- 自检清单
 - 过程规划和风险管控

四、互联网时代下的电话营销新尝试

- 1、一对多的批量营销
- 2、一对一的个性营销
- 3、微信，简书，印象笔记等在电话营销中的作用

五、电话营销的刻意练习

- 1、话术背诵通关
- 2、场景模拟演练