

课程名称：《公私联动与交叉销售》

主讲：燕晓松老师 12 课时

课程大纲/要点：

一、目前银行竞争的重要手段是什么？

1、什么是对公/个人客户经理？

传统对公客户营销的特点？

传统个人客户营销的特点？

2、交叉营销

什么是交叉营销？

你有被交叉营销的经历吗？

银行交叉营销的特点

为什么要做交叉营销？

3、银行客户营销管理的指导思想

二、客户体验分析

1、新银行新常态下银行优秀的客户经理应该具备的素质

2、为什么会失去客户？

3、此招无招胜有招

4、客户体验是王道

5、讲概率谈方法

6、诚实守信，注重职业道德

7、专业知识的累积和非专业知识的涉及

三、如何联动进行交叉销售？

1、如何运用系统化的研究和实施来进行交叉营销？

只是营销部门的事情？

如何自然的让客户进入交叉营销？

头脑风暴

2、交叉营销技巧剖析

知己知彼，百战不殆

目标客户锁定

客户拜访面谈营销

拜访准备

客户接近法

小组互赏

客户需求挖掘

明显需求

潜在需求

介绍产品切入点

交叉销售客户“潜在需求”

通过公私联动支持个金业务的发展

个金业务对公司业务的促进

异议处理

有效促成的方法

四、客户关系管理与维护

1、客户维护的流程步骤

2、与客户建立互动联系

3、关系营销的实质

4、三级关系营销

财务奖励

俱乐部

双边锁

