

对公客户经理营销技能提升训练

课程背景：

专业的对公客户经理是对公业务的销售主力，是联系银行与公司客户的桥梁与纽带，是实现公司客户服务的主要实施者，也是前台客户服务的核心。一名合格的客户经理，应具备将银行产品与客户需求进行有效撮合的能力，通过对不同客户进行精准的产品及服务加载，提高业务营销工作的针对性和有效性，提升客户综合经营能力，深度挖掘客户价值。特别是当前的公司业务营销已从以产品为中心的单一销售，转变为以客户为中心的综合金融解决方案式的营销，需要客户经理掌握一套相对标准化，套路化的销售打法。

目前，公司客户经理人员的成长主要还是依靠员工跟岗学习与个人经验积累，需要经过较长周期的摸索阶段，在如何寻找客户、接触客户、分析客户、营销客户、管理客户等方面距离一名合格的客户经理所应具备的能力素质存在着差距，缺乏系统性的培养方法与规范指导。本课程将协助您解决以上问题。

课程收益：

- 树立对公客户经理专业形象
- 协助银行系统缩短对公营销人员的培养周期
- 掌握银行对公客户营销标准化流程
- 学习对公客户寻找和开发的有效方法
- 学习对公客户接触的需求挖掘与促成
- 掌握对公客户的分析与策略方案对接
- 掌握对公业务授信产品及适用客户群体
- 可以根据不同类型客户提供多元化的产品组合
- 从根本上解决客户经理难以长期维护客户的问题

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：商业银行对公客户经理、产品经理、团队长、支行行长、对公业务负责人等银行对公从业人员

课程方式：现场互动、案例解析、情景模拟

课程大纲

导入：目前银行在营销过程中遇到哪些瓶颈？

第一讲：对公客户经理营销现状分析

1. 风险控制力度不够
2. 业务量少
3. 缺乏专业营销团队
4. 针对性的产品缺失
5. 客户忠诚度低
6. 银行综合收益低
7. 同业竞争越来越强

第二讲：客户寻找与营销方式选择

一、对公客户经理寻找客户渠道

1. 同业渠道

案例解析：平安银行与民生银行互推客户

2. 平台渠道

案例解析：租赁公司、物流公司与银行展开合作

3. 银行产品

案例解析：商票、保理、保兑仓等产品获客

4. 创新渠道

案例解析：拉卡拉渠道获客案例

二、寻找目标客户的四大渠道

1. 资料查阅：网络查询、报纸、纳税百强、用水电大户等

2. 关联寻找：客户上下游关联拓展

3. 中介合作：律师事务所、会计师事务所、工商行政部门、税务部门

4. 客户介绍：现有客户介绍

三、对公客户经理营销的六大手段

1. 点对点营销

2. 建立物理网点营销

3. 会议营销

4. 集群式营销

5. 跨行业的交叉营销

6. 顾问式营销

四、不同类型客户需求满足

1. 强势企业需求如何满足

1) 延缓资金流出

2) 增加预收账款

3) 降低融资成本

4) 增加理财收益

案例：某强势三甲医院需求挖掘

2. 小微客户需求如何满足

1) 缺少授信风险抓手

2) 需要资金支持

案例：某商场中商户批量开发策略

3. 生产制造型企业需求如何满足

1) 采购支付

2) 支持销售

案例：某钢厂需求挖掘？

4. 贸易流通型企业需求如何满足

1) 注册资本小

2) 年销售额大

3) 销售快进快出

案例：某家电经销商需求挖掘

第三讲：对公客户经理沟通及谈判技巧

一、沟通的准备注意事项

1. 设定自己的底线

2. 准备好陈述的理由
3. 一般不要接受对方的第一次报盘
4. 每次把所有重要的事项都列在清单上
5. 运用封闭性问题，验证自己正确的理解了对方的报盘
6. 倾听的技巧

二、客户需求挖掘

1. 获取客户信任，建立客户关系

- 1) 客户拜访前的准备
- 2) 客户约访与陌拜
- 3) 高效沟通四要素
 - a 赞美——赞美的内容
 - b 提问——封闭式问题、开放式问题、提问时应避免的情况
 - c 聆听——专心、耐心、换位思考、适时提问
 - d 记录——关键点记录

2. 营销流程

- 1) 甄选优质客户
- 2) 拜访前的准备
- 3) 客户有效接洽
- 4) 客户目前存在问题
- 5) 挖掘客户深层资金需求的根源问题
- 6) 客户需求确认
- 7) 服务方案呈现
- 8) 方案实施成交
- 9) 后期跟踪
- 10) 方案调整

三、产品介绍与展示

1. 熟悉银行信贷产品
2. 根据客户需求初步拟定方案
3. 站在客户角度进行方案展示
4. 后期跟进与方案调整

四、异议处理

1. 正确看待客户异议
2. 客户异议分类
 - 1) 价格异议
 - 2) 方案异议
 - 3) 还款方式异议
 - 4) 服务异议
3. 异议处理三步骤
 - 1) 肯定客户提出的异议

- 2) 找出解决方案
- 3) 协商解决异议
4. 解决客户的“没有需求”

案例分析：挖掘需求

5. 解决客户口中的“其他银行”

案例分析：同业对比

6. 解决客户“讨价还价”

案例分析：定价策略及价格横向纵向对比

7. 解决客户的“特殊需求”

案例分析：个性化需求案例展示

8. 解决竞争中客户的“倾向性”

案例分析：展现我行优势

五、促成成交的技巧

1. 客户购买意向三个信号判断

- 1) 语言信号
 - 2) 表情信号
 - 3) 身体信号
2. 促成成交的八种核心方法
 3. 实用话术总结

第四讲：客户关系维护技巧

一、客户关系维护的五大方法

1. 分层维护
2. 专业知识维护
3. 超值维护
4. 感情维护
5. 优质服务维护

二、客户异动（流失、降级）的挽留技巧

1. 客户流失类型分析

- 1) 优质客户
- 2) 合作产品单一客户

2. 客户流失原因分析

- 1) 服务不到位导致客户流失
- 2) 产品不能满足客户需求
- 3) 粘合度差
- 4) 客户经营状况恶化

案例分析：某钢厂客户流失案例分析

3. 客户流失挽留技巧

- 1) 提升服务和产品解决客户核心资金需求问题
- 2) 方案调整
- 3) 感情维系
- 4) 增加客户的离开成本

案例分析：某钢铁经销商方案调整增加客户粘度案例分析

情景演练：由参训学员模拟营销客户全流程并由讲师进行指导和点评