

# 银行外拓营销人员实战训练

## 课程背景：

在各家银行产品、服务、技术高度同质化的背景下，银行发展的竞争已经演变成客户资源的竞争！增加银行与企业、个人客户的接触点，开发更多的优质新客户，建立良好的客户关系，适应银行各项业务综合发展需要，银行人员的外拓能力，已经成为非常重要的核心技能。

据多年外拓实战总结，银行外拓营销存在以下难点亟需解决：

- 1.“扫楼”“扫街”“扫户”人累，效果也不好，有没有更好的客户开拓方式？
- 2.第一次接触客户如何快速建立信任与好感，让客户愿意跟我们交流？
- 3.我行产品与政策貌似不那么给力，客户总是表示其他政策更好，怎么把客户争取过来？
- 4.外拓后获取不少客户信息，如何有效分析，如何掌握后续跟进技巧，如何强化客户良性感知，进而进行深度营销？

事实上，银行外拓营销就是以网点为舞台、以产品为道具、以资源为渠道的综合营销活动，银行人员需要转变外拓思维，突破认知误区，掌握系统性外拓方法，不断实践“拜访式”一对一营销，以及“活动式”批量化营销等方法，让外拓工作有收获，更有信心。本课程萃取银行外拓实战经验，提炼一套行为有效的方法，并帮助学员达到“拿来即用，一用即会”的效果；同时鼓励员工主动思索，举一反三，触类旁通。

## 课程收益：

- 将成熟、成功的外拓营销方案，通过培训、演练、讨论、沉淀等形式，达到效果最大化
- 进一步拓宽网点经营与客户开发思路，通过了解同业竞争中的优劣势，增强沟通砝码
- 提高员工外拓营销信心，配合行里指标要求，身体力行地去拓宽市场、客户、销产品
- 掌握信贷业务、信用卡业务、企业账户、收单商户、二维码收款等业务外拓实战技能
- 沉淀网点外拓营销、单位集中营销工具包，帮助建立并培养一支优秀的外拓营销队伍

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**综合客户经理、个人客户经理、公司客户经理、信贷人员、市场拓展人员、外拓营销人员

**课程方式：**案例分析、课堂讲授、小组研讨、情景模拟、复盘总结、现场通关等

## 课程大纲

### 第一讲：外拓营销思维转变

#### 一、产品化思维

1. 我是金融售货员
2. 今天销 X 产品
3. 做一锤子买卖

**案例分析：**1 位行长加 1 位客户经理，半天拓展 2 户 ETC

#### 二、客户化思维

1. 我是金融顾问
2. 考虑客户立场
3. 挖掘或激发客户需求
4. 生意不成关系在

**案例分析：**中行 X 支行靠“来聚财”商户拓 ETC，竟连续 3 个月排分行第一

## 第二讲：外拓营销认知突破

### 一、正确看待银行“三进三扫”

1. “三进”运动：进社区、进企业、进市场
  2. “三扫”运动：扫楼、扫街、扫户
  3. “三进三扫”执行现状及优劣势分析
- 案例分析：用扫街的方法“扫村”，根本行不通

### 二、如何更好实现公私联动营销

1. 对公客户带动零售客户
2. 零售业务带动对公业务
3. 公私联动共享高端客户资源

小组讨论：公私联动成功案例经验萃取

### 三、建立三方联盟营销

1. 与机构类客户联合营销
  2. 与企业类客户联合营销
  3. 与平台类客户联合营销
- 案例分享：电器商、化肥商、车商合作方案
- 小组讨论：支行周边三方资源梳理

## 第三讲：外拓营销三大准备

### 一、产品准备——“销什么”

1. 单品销售 & 组合营销
  2. 组合营销是趋势
  3. 组合营销原理分析
  4. 如何做金融产品组合营销
- 现场作业：如何对本行产品进行有效组合

### 二、主题准备——“怎么销”

1. 业务对象
  2. 拓展方式
  3. 如何包装
- 小组讨论：如何设计外拓主题

### 三、信息准备——“销给谁”

1. 企事业单位、代发工资企业、商会/行业协会名录
2. 关键人信息
3. 初次沟通目标
4. 其他银行合作情况

### 四、如何突破主要障碍

案例分析：两次农贸市场外拓，效果相差这么大？

## 第四讲：外拓“拜访式”一对一营销

### 一、拜访步骤

1. 电话约见
2. 见面寒暄
3. 沟通需求
4. 呈现方案
5. 商谈细节
6. 明确合作

## 二、拜访前的电话约见技巧

1. 准备约见常见问题
2. 找对切入点
3. 找到关键人
4. 联系他人引荐客户
5. 老客户服务回访

现场作业：电话约见话术整理

案例分享：吴行长是怎么联系“百行服万企”陌生清单客户的

## 三、需求引导式面谈

### 1. 需求引导式面谈提问逻辑

- 1) 如何听出需求
- 2) 如何问出需求

### 2. 四大面谈提问方式

- 1) 背景式提问
- 2) 问题式提问
- 3) 影响式提问
- 4) 确认式提问

案例演练：需求引导式面谈技巧

## 四、客户对公六大需求诊断技巧

1. 采购端需求
2. 生产端需求
3. 销售端需求
4. 融资需求
5. 资金管理需求
6. 理财需求

## 五、客户个人四大需求引导技巧

1. 资产保值增值
2. 帐户管理
3. 高额消费
4. 家庭保障

## 六、业务商谈技巧

1. 提前预设多种方案
2. 明确价格商谈空间
3. 专业服务案例呈现
4. 巧妙暗示平台资源
5. 约定业务推动时间

小组讨论：上级领导该何时“出马”？

## 第五讲：外拓“活动式”批量化营销

### 一、活动实施步骤

1. 活动组织策划
2. 关键人联络沟通
3. 活动预热造势
4. 活动现场实施
5. 活动后续跟进

### 二、活动组织策划

1. 活动主题
2. 目标客群
3. 活动内容
4. 时间地点
5. 人员分配
6. 物料准备

**现场作业：**小组共同策划完成一场外拓活动

### 三、关键人联络沟通技巧

1. 沟通方案预设
2. 牵线搭桥法
3. 利益沟通法
4. 关系突破法
5. 价值传递法

**案例分享：**饭堂“领导桌”，聊出“大机会”

### 四、活动预热造势六大方法

1. 线上内容——文字、图片、链接、易企秀
2. 线上渠道——内部网站/邮件
3. 线上渠道——内部微信群
4. 线下要素——摊位、展架、条幅、传单
5. 线下造势——选好位置
6. 线下造势——定好口号

**案例讨论：**20 块的雨伞吸引了一大拨人办卡，怎么做到的？

**案例讨论：**下班用餐高峰期，我们是怎么造势的？

### 五、活动现场实施

1. 流程把控
2. 物料使用
3. 人员分工
4. 时间安排
5. 地点选择
6. 气氛营造
7. 现场促成
8. 突发预案

**问题分析与解决：**过往外拓活动的现场实施问题剖析

### 六、活动后续跟进

1. 群组跟进 VS 个人跟进
2. 意向客户台账
3. 制定跟进策略
4. 把握跟进时间
5. 跟进方法应用

**案例分享：**一场外拓国税局的活动，营销成功率将近 50%

## 第六讲：外拓客户关系经营与推荐技巧

### 一、客户关系经营六大技巧

1. 原则：超出客户的期望值
2. 客户信息收集与整理技巧
3. 客户信息分析技巧

4. 令客户满意的售后服务技巧
5. 让客户感动的“非销”技巧
6. 使客户依赖的“增值”技巧

## 二、客户推荐

1. 客户推荐的重要性
2. 客户推荐的基础
3. 要求客户推荐时机、技巧与话术

**案例分析：**公司部老总说：你们看到我的办公室，为什么那么多新客户来？