

营销队伍的日常工作标准化管理

第一单元：团队日常管理

壹、营销团队的活动量管理

- 1、 活动量管理的意义、原则
- 2、 辅导与培训的活动量管理
- 3、 客户开发的活动量管理

----如何让员工每天至少接触 5 个人？

----新人每天活动量报表

----用数字和事实管理人

贰、营销渠道的标准化管理

- 1、 银行网点的价值评估
- 2、 进入银行前的准备
- 3、 银行渠道应遵守的业务准则
- 4、 银行网点的分配
- 5、 业绩的考核
- 6、 活动的策划
- 7、 银行关系的维护
- 8、 客户的维护
- 9、 与银行合作的活动模式

参、团队长的管理

- 1、 不同类型的团队长
- 2、 团队长的日常管理

- 3、 常用管理工具---周 KPI 的制作
- 4、 团队长的会务管理
- 5、 团队的营销文化建设

四、 晨夕会的管理

- 1、 晨会的目的
- 2、 晨会的重要性
- 3、 晨会要达到的效果
- 4、 晨会的要求
- 5、 开好晨会的基础
- 6、 晨会架构和时间分配
- 7、 晨会实例
- 8、 夕会的主要内容
- 9、 夕会的作用
- 10、 夕会要达到的效果
- 11、 例会体系
- 12、 例会采用的方式
- 13、 周工作例会实例

伍、 绩效管理之执行力管理

- 1、 目标管理
- 2、 执行力是什么
- 3、 建立执行性团队文化
- 4、 执行的 48 字真经

5、 会报管理

六、报表管理

-----新人工作的报表管理，让每天工作目标计划一目了然

1、我的任务（计划）

2、我的待办

3、我的办结

4、我的优先

5、我的消息

6、我的登录

第二单元： 客户的筛选与分析-----金融产品销售的根本

壹、 认识你的客户（KYC）

1、 客户具有不同的身份

2、 客户需求的多样性与可变性

3、 金融产品客户 KYC

贰、 目标客户的分类分级

1、 基于客户交易行为的分类

2、 基于客户风险等级的分类

3、 基于客户家庭生命周期的分类

4、 基于客户社会背景的分类

5、 基于客户不同性格的分类

6、 基于客户购买行为的分类

7、 基于 CRM 综合评价的分类

8、基于理财类型的分类

三、客户需求分析与挖掘

- 1、客户心理动机分析
- 2、四种类型的需求
- 3、挖掘客户需求的方法和步骤

四、目标客户的心理分析

- 1、 一般心理：盲从、贪婪、恐惧。。。
- 2、 投资心理：投资动机、投资感知、情绪影响
- 3、 心理按摩
- 4、 客户的性格分析与应对

第三单元： 财富管理在金融产品营销中的应用

-----金融产品销售的基础

一、金融产品销售是财富管理的必然选择

- 1、理财市场的现实环境
- 2、社会财富管理的需求
- 3、财富管理的核心
- 4、财富管理的创新与发展趋势
- 5、财富管理的步骤

二、金融产品组合与创新经营

- 1、传统金融产品的分类
- 2、组合产品的规划

- 3、投资组合的分类
- 4、多元化产品满足客户理财需求
- 5、营业部产品销售模式的创新思考

三、理财在营销中的应用

- 1、 运用理财报告会吸引客户
- 2、 运用理财问卷了解客户
- 3、 运用资产配置创造需求
- 4、 运用理财技能进行利益展示

第四单元：金融产品营销技能的提升（重点）

-----金融产品销售的关键

壹、金融产品销售的四大原则

- 1、好处原则
- 2、淘金原则
- 3、诚实原则
- 4、权威原则

贰、金融产品销售的主要方法与技能

（一）电话沟通技巧

- 1、电话沟通的特性
- 2、电话沟通的目标设定
- 3、电话沟通的事前规划
- 4、电话沟通开场白的技巧
- 5、电话沟通的异议处理

6、电话沟通的事后工作

(二) 面对面沟通技巧

1、FAB 法则

2、SPIN 话术结构

3、探寻需求技巧

(三) 利益展示技巧

1、利益展示原则

2、利益展示内容

3、利益展示技巧

(四) 成交的技巧

1、成交的十把飞刀

2、成交中的 8 种错误行为

第五单元：金融产品营销流程的建立（重点）

-----金融产品销售的核心

壹、 专业营销的六步标准流程

1、先卖自己，后卖产品---自我推销

2、人文营销，缩短距离---创造真实感，提供安全感，激发责任感

3、理财知识，分享智慧---理财规划沟通

4、借助工具，取得信任----风险承受测试

5、透过实事，激发执行---利益展示与成交

6、售后服务，复制客户----服务评价与转介绍

贰、 专业营销的七步成诗

- 1、 为什么要投资？
- 2、 为什么要进行基金投资（券商理财产品）？
- 3、 如何选择好的金融产品？
- 4、 哪些人需要投资基金（券商理财产品）？
- 5、 现在买合适吗？
- 6、 为何到你这买基金（券商理财产品）？
- 7、 为什么要买这个理财产品？

三、聪明人的现身说法与答疑解惑

四、分享理财行动的四大流程

- 1、合理的资产配置
- 2、适当的投资组合
- 3、长期投资的定力
- 4、投资风险的控制

第六单元：金融产品销售策划与组织（重点）

-----金融产品销售的保障

壹、 营销策划

- 1、 营销策划的八大原则
- 2、 营销策划的五大主要工具
- 3、 营销策划方案的制定
- 4、 营销策划的落实

贰、 营销活动的组织

渠道开发的途径--银行、社区、商圈、职团、互联网。。。

三、精确集中营销

(一) 精确营销

(二) 集中营销

(三) 创新会议营销

1、会议营销的核心目标

2、创新会议营销的优势分析

3、创新会议营销的标准流程