

# 银行大客户营销技巧

## **第一讲 另眼看银行业营销**

- 1、银行营销分析
- 2、行长是第一营销人员的 n 个理由
- 3、客户经理制与现代营销导向
- 4、知识链接： ?银行全员营销 ?银行行长营销 ?银行经理营销 ?银行柜员营销

## **第二讲 银行大客户的销售策略**

目的：大客户的类型及各自关心什么，从而找出销售策略与方法。

1. 银行业的客户分类
2. 80/20 原则的作用
3. 大客户的几种类型
4. 不同类型大客户的业务重点
5. 有那些策略与战术进行合作

## **第三讲 做对事比什么都重要**

目的：用案例讨论的方法了解什么是影响客户做业务决策的主要因素，从而确立在进行大客户营销时应该把握的工作重点。

1. 国内银行营销管理的现状
2. 战略性客户营销计划的框架模型
3. 银行成功营销的五大原则
4. 通过 gpn (目标、问题、需求) 的分析方法来掌握客户组织的情况，并制定相应的银行营销策略
5. 案例：银行十佳客户经理也烦恼 (找对人 pk 做对事)
6. 必须要做对的事——客户的决策流程和银行的营销定位

## **第四讲、对公客户的主动服务营销** (案例分析、示范指导、模拟演练、头脑风暴)

1. 理财案例：眼睛里只有自己的产品
2. 理财案例：顾问式理财方案
3. 中资银行与外资银行的最大差距点：客户信息收集与档案管理
4. 柜面如果实现服务与理财产品的交叉销售
5. 网点营销采用单打独斗的模式？还是采用团队协作配合的模式？
6. 识别潜在客户
7. 客户的引导与分流
8. 深刻了解你的客户理财心理，激发客户的潜在需求
  - 四种客户类型判断方法与技巧
  - 四种不同类型的理财客户心理分析
  - 用客户喜欢的沟通方式进行沟通
  - 不同客户性格类型，如何采用有针对性的理财销售方式？

## **第五讲 用沙枪瞄准你的客户群**

目的：当请客吃饭、桑拿按摩、打业务牌，已经变成了大家的通用模式；而你也

习惯了只使用这些手段；那么学会端起沙枪吧。

1. 讨论：“三天不喝酒，存款就搬走”、“三天不桑拿，业绩往下滑”
2. 客户对银行的认知、看法、态度和行动之间的关系
3. 介绍“头脑份额”的概念和影响力模型
4. 运用沙枪理论——营销更具杀伤力！
5. 战略性客户营销计划的制定流程
6. 实战演练：制定一份战略性客户营销计划（包括对现状、目标和差异的分析，制定30天、60天、90天的行动计划，安排资源和战术）

## **第六讲 中国客情关系管理——业务从关系做起**

目的：揭示中国式客情关系精髓，并精确把握如何与客户发展关系，建立什么样的关系是忠诚的客户，如何与不同类型的人打交道。

1. 客户关系的基础
2. 客户关系发展的四种类型
3. 三大客户关系的意义与识别（亲近度，信任度，人情）
4. 做关系的总体策略
5. 建关系的技巧（建关系的核心在于“建”从无到有）
6. 做关系的技巧（做关系的核心在于“做”提升加深）
7. 拉关系的技巧（拉关系的核心在于“来”拉来拉满）
8. 用关系的技巧（用关系的核心在于“用”借用资源）
9. 实战练习：建立一份银行大客户的档案实战练习：建立一份银行大客户的“头脑份额”评分表实战练习：建立一份客户组织关系分析图

## **第七讲 你能听懂中国话吗——客户需求快速甄别**

目的：在销售过程中，客户不但不会轻易表露自己的需求，甚至有时也不完全了解自己的需求，需要我们的客户经理针对他们的现状提出深入的需求分析。

1. 确定客户需求的技巧
2. 有效问问题的五个关键
3. 需求调查提问四步骤
4. 隐含需求与明确需求的辨析
5. 不可忽视的灰色需求分析与注意事项
6. 如何听出话中话？
7. 课堂讨论：中医与银行营销

## **第八讲、金融产品与服务的“营销卖点”呈现技巧**

1. 投资理财产品的营销卖点分析
2. 银行卡的营销卖点分析
3. 金融产品销售技巧
  - 有效介绍产品体验展示法则
  - 利用四个实战理财工具，有效引导客户，而非说服
  - 与客户成功对话的几个关键技巧
    - 专业术语口语化
    - 有效互动
    - 遭到拒绝后的艺术处理

- 过程中让客户有成就感
  - 4. 营销过程控制及技巧运用
    - 营造良好的沟通氛围
    - 有效提问 - 发掘客户需求
    - 准确有效的产品推介
    - 理财产品营销技巧
- 案例分析：网银营销技巧

## **第九讲 学会自我把脉——方能一击中的**

目的：知己知彼，方能百战百胜。在透彻了解客户需求的基础上，确立己方与竞争对手相比较而言的优势，并确立有利于自己、又有利于客户的“卖点”，是说服客户接受自己的销售方案的非常重要的工作。

1. 活用 swot，快速进行竞争系统分析
2. 如何有效确立最佳卖点？
3. 掌握说服客户接受我方产品的步骤
4. 把我们的方案/产品呈现给客户的技巧
5. 银行产品营销活动策划与实战技巧
6. 案例：银行营销的差异化

## **第十讲 一颗子弹一个敌人——有效促进的战术**

目的：本讲通过对销售人员的错误举动和导致错误举动的心理因素的分析，探讨在最后阶段正确把握成交时机的方法和促进成交的有效技巧。从而提高销售人员的成交概率。

1. 客户异议处理（预测异议/收集异议/处理异议）
2. 行动建议
3. 给予客户合适的承诺
4. 完美的促成技巧

案例分析：对公业务的陷阱

学会将项目推进肢解分析： 确定主题拜访的脉络  拟定项目进展速查表  一颗子弹一个敌人——快速克服阶段障碍点