

公司客户经理实战营销

课程背景：国内银行同业竞争日趋激烈，外资银行日益扩张业务，这些激烈的竞争在对公共业务部分，集中体现在对大中型企业的争夺上，包括传统的存贷业务和中间业务。基于这个现状，对银行对公客户经理提出了更高的要求。随着客户需求的差异化，以及银行对客户长期捆绑的需求，传统的以产品为中心的销售模式已经完全不能满足市场需要。

《公司客户经理实战营销》专门针对银行公司客户经理开发的课程，课程围绕银行产品，从银行客户经理的实际工作内容出发，包括客户经理形象营销、关系营销和产品营销。首先，公司客户经理需要在客户端树立自己的专业形象，让客户接纳和信任你，所以必须提升自身的内在和外在的个人品牌形象，即形象营销；其次，必须紧密围绕客户进行客户关系的维系，即进行关系营销；个人形象营销和关系营销的最终目的都是为了最后进行产品营销。

课程特色：

1. 工作实操导向: 如有条件，将进行课程调研，紧密贴近银行实际工作，以帮助学员解决实际问题为导向。
2. 紧密贴近银行：在课程中涉及到的案例、产品基本都围绕银行，将涉及到银行目前比较普遍的产品，包括企业网银、授信业务。（具体产品可以根据客户实际情况调整）
3. 学员现场演练：学员在课堂上有大量实际演练的机会，讲师专业点评，学员现场受益。
4. 话术脚本设计：结合银行实际产品，选择部分银行产品的相关话术设计，并让学员知其然知其所以然，能够举一反三，灵活运用。

课程大纲：

第一单元、思维拓展篇

- 一、目前银行竞争形势分析与营销现状
- 一、社区银行发展趋势与运营模式
- 二、互联网金融产品来势汹汹

第二单元、关系营销篇

- 一、正确认识关系营销
- 二、关系营销的两个维度和三个层次
 1. 信任度和专业度
 2. 财务层次、社交层次、结构层次
- 三、企业客户的特点分析
 1. 企业客户的基本特点
 2. 组织需求和个人需求
 3. 突破财务总监 - 建立立体的客户关系网
- 四、客户关系的维护和发展
 1. 客户关系的金字塔模型
 2. 客户信息的收集与利用
 3. 情感账户：每个客户的客户关系就像一个账户，需要不停的往里面存钱，当你需要客户协助的时候，才能取到钱
 4. 客户转移成本
 5. 如何和不同性格的客户打交道？
- 五、客户经理高效拜访技巧
 1. 拜访客户时常犯的错误
 2. 如何进行客户预约？
 3. 如何进行拜访前的准备工作？

4. 掌控谈话局面
5. 拜访中的沟通技巧
- 六、合理运用上级资源
1. 什么时候需要行长出面？
2. 客户的期望值管理
- 七、简单商务谈判技巧
1. 谈判是创造双赢的过程
2. 谈判就是筹码交换的过程
3. 银行客户经理谈判特点分析
4. 谈判过程分析

第三单元、产品营销篇

一、客户经理营销的产品是什么？

二、销售开场白：好的开场是成功的一半

1. 寒暄过后如何进行开场白？
2. 开场白的目的和方法
3. 开场白的常见误区
- 1) 不要试图在开场白中就达成交易
- 2) 为什么开场白总是充满了推销味道？
4. 开场白的四要素
5. 小组演练：现有银行产品的开场白

三、需求探寻

一、需求探寻的目的和意义：专业度建立的最佳时机！

二、需求的分类：明确需求和隐藏需求

三、顾问式销售的核心：SPIN

- 1) 寻找到客户的伤口
 - 2) 往客户的伤口上撒盐
- #### 四、小组演练：如何挖掘客户需求？

四、产品呈现

1. 产品呈现的常见误区
- 1) 产品介绍不是简单的念产品资料
- 2) 产品介绍应该始终关注客户需求
2. 产品呈现的 FABE 法则
3. 小组演练：如何介绍现有银行产品？

五、目标达成与异议化解

1. 识别真假异议
2. 化解异议的策略和技巧
- 1) 面对异议最重要的是了解客户的真实想法
- 2) 异议是可以预防的
3. 销售目的达成的时机
4. 应对成交拖延的策略

六、销售跟进工作：切忌虎头蛇尾！

第四单元：实战演练篇

1. 第二天下午将以情境演练的方式来检验客户经理 1.5 天以来所学习的内容，以下为案例范本。

讲师助理：