

高价值客户维护与存量客户激活

培训对象：理财客户经理、贵宾客户经理

课程目的：

1. 明晰自己的角色定位，树立以客户为中心的销售理念。
2. 以专业化的客户开发流程，提高销售效率和赢率。
3. 通过业务针对性实战模拟，快速掌握销售实战技巧。
4. 掌握建立、渗透、巩固客户关系的技巧，提高客户的忠诚度。

课程大纲：

第一讲：银行客户维护现状分析

一、客户经理的困境

1. 客户关系缺乏全面性的耕耘
2. 过于依赖熟客，导致很多休眠潜力客户无人问津

二、客户经营现状

1. 某国有银行数据分析结果
2. 客户结构严重不合理
3. 红海太过惨烈，蓝海无人问津

第二讲：高价值客户的维护技巧

一、思维转变：从“推”到“拉”

二、角色转变：从“客户保姆”到“私人财务管家”

1. 忠诚
2. 量身定制
3. 陪伴

三、如何提高客户的忠诚度

1. 客户忠诚度 VS 客户满意度
2. 影响客户忠诚度的因素分析
3. 七招提高客户忠诚度
 - 1) 提升行员忠诚度
 - 2) 令客户感到“物有所值”
 - 3) 认真处理客户的抱怨及投诉
 - 4) 主动提供客户感兴趣的信息
 - 5) 完善服务反馈机制

6) 适时交叉销售

7) 建立品牌信任

第三讲：存量客户的激活技巧

一、存量客户电话邀约与激活技巧

1. 筹划你的电话—态度的准备
2. 邀约什么客户—电话目标设计与客户分析
3. 客户邀约理由的设计-具有吸引力的开场白
4. 客户询问产品时，介绍如何做到“短、平、快”
5. 如何在电话中说服客户
6. 如何解除客户对产品的抗拒点
 - 1) 客户七种最常见的抗拒类型
 - 2) 客户抗拒的本质：解除抗拒点的方法与公式
 - 3) 解除抗拒点的成交话术设计思路
 - 4) 我行理财产品收益低于竞争对手行的异议处理话术
 - 5) 我行信用卡额度低且办理流程繁琐的异议处理话术
 - 6) 基金目前风险太大，不感兴趣的异议处理话术
7. 销售人员放下电话以后要做的三件事

二、销售人员网点服务技巧

1. 客户如约而至，你该如何做好接待？
2. 销售人员推动客户做购买决定
3. 讲解原则
 - 1) 有条理——循序渐进
 - 2) 容易懂——深入浅出

产品讲解练习：中银货币基金、贵金属-金银月饼、银保产品

4. 辅助手段
 - 1) 信息图示化
 - 2) 比喻和类比

【案例分析】银行产品汉堡式推动方案设计

3. 异议与目标达成
 - 1) 异议的分类
 - 2) 分析异议产生的原因
 - 3) 处理销售异议的办法

- 4) 客户的购买信号
- 5) 如何成交？
- 4. 客户的转介绍
 - 1) 树立内部优质服务意识
 - 2) 转介绍需要勇于开口
 - 3) 各岗位的主动联动销售

第四讲：陌生客户的开拓技巧

一、陌生客户营销的心理准备

- 1. 陌生客户群体拓展的循环
- 2. 讨论：你认为在陌生客户群体拓展的循环中哪个环节最重要？
- 3. 陌生客户营销的几种心理障碍
- 4. 畏己、畏权、畏富、畏关系

二、陌生客户营销的渠道建设

- 1. 思考：陌生客户从哪里来？
- 2. 行业源头信息
- 3. 社会团体平台
- 4. 熟人交际圈
- 5. 名片效应

三、陌生客户营销的方式方法

- 1. 拜访的前期准备
 - 1) 客户公司信息
 - 2) 客户个人信息
- 2. 陌生客户拜访预约
 - 1) 电话预约
 - 2) 上门预约
 - 3) 第三方转介绍
- 3. 拜访时必须专业
- 4. 拜访时的注意事项
- 5. 给客户留下好印象的要点