

## 《零售业务专业化销售流程》（2天）

<p><b>第一篇：客户经理思维拓宽--在转型中成长</b></p> <p><b>(1小时，讲解+图片分析)</b></p> <p>1、2015年零售银行的困惑</p> <p>2、2016年零售银行的发展之路</p> <p>➤ 战略上要对零售业务有明确的定位</p> <p>➤ 战术上要结合自身资源禀赋与发展阶段的特点，有所为有所不为</p> <p>3、转型的落地执行要讲求方法，实现转型中增长</p>	<p><b>流程三：零售产品的“卖点”呈现技巧</b></p> <p><b>(3小时，讲解、视频、案例练习)</b></p> <p>1、如何站在客户利益的角度讲解产品——从卖点到买点</p> <p>2、提炼产品利益的FABE模式</p> <p>3、学员运用FABE模型提炼主推产品的利益点</p> <p>4、产品介绍的完整流程示范</p> <p><b>练习案例：“白金信用卡推荐案例”+“基金定投推荐案例”</b></p> <p><b>要求：学员分组编写主推产品的介绍话术，并演练</b></p>
<p><b>第二篇：零售业务专业化销售流程</b></p> <p><b>(11小时)</b></p> <p><b>流程一：积极主动接触你的客户</b></p> <p><b>(3小时，讨论、分享、讲解、情景演练)</b></p>	<p><b>流程四：客户的异议处理技巧</b></p> <p><b>(1小时，讲解、案例分析)</b></p> <p>1、客户七种最常见的抗拒种类；</p>

<p>1、如何快速高效开发新客户</p> <p>1) 计划与活动：计划我们所做的， 做我们所计划的</p> <p>2) 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</p> <p>3) 寻找潜在客户的原则</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 接触前的充分准备</li> <li>◇ 如何识别潜在客户</li> <li>◇ 引导与分流客户</li> </ul> <p>2、深刻了解大客户的理财心理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 四种客户类型判断方法与技巧</li> <li>◇ 四种不同类型的理财客户心理分析</li> <li>◇ 用客户喜欢的沟通方式进行沟通</li> <li>◇ 不同客户性格类型，如何采用有针对性的理财销售方式？</li> </ul> <p><b>流程二：零售客户需求的快速甄别</b></p> <p><b>(3 小时，讲解、分组讨论、视频、</b></p>	<p>2、客户抗拒的本质：解除抗拒点的方法解除抗拒点的公式；</p> <p>3、解除抗拒点的成交话术设计思路；</p> <p>4、处理抗拒点（异议）的步骤；</p> <p>5、如何化解紧急客户对产品与服务的误解</p> <p>6、如何在客户态度气氛的情况下改善尴尬局面</p> <p><b>流程五：促成客户成交的方式</b></p> <p><b>(0.5 小时，讲解)</b></p> <p>1、捕捉客户的购买信息成交的时机： 客户在购买时发出的信息与信号</p> <p>2、主动提出购买建议（解决方案）</p> <p>3、促成客户交易的技巧及注意事项</p> <p><b>第三篇：如何破解“客户忠诚”之困</b></p> <p><b>(0.5 小时，讲解)</b></p>
--	---

<p>提问练习)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、确定客户需求的技巧</li> <li>2、有效问问题的五个关键</li> <li>3、需求调查提问四步骤</li> <li>4、隐含需求与明确需求的辨析</li> <li>5、不可忽视的灰色需求分析与注意事项</li> <li>6、如何听出话中话？</li> <li>7、课堂讨论：中医与银行营销</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、建立以事件为主导的客户服务机制</li> <li>2、通过员工授权机制来激活一线的服务理念</li> <li>3、各渠道精确定位，实现渠道服务功能最大化</li> <li>4、基于客户需求，打造跨界合作平台</li> </ol>
---	---