

## 潜在零售的客户开发技巧

**培训对象：**理财客户经理、贵宾客户经理、大堂经理

**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。

**课程大纲：**

### 第一篇：潜在客户的开拓技巧

1. 如何快速高效开发新客户
2. 计划与活动：计划我们所说的，做我们所计划的；
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. 寻找潜在客户的原则；
  - 1) 接触前的充分准备；
  - 2) 如何识别潜在客户
  - 3) 引导与分流客户；
2. 深刻了解大客户的理财心理
  - 1) 四种客户类型判断方法与技巧
  - 2) 四种不同类型的理财客户心理分析
  - 3) 用客户喜欢的沟通方式进行沟通
  - 4) 不同客户性格类型，如何采用有针对性的理财销售方式？

### 第二篇：客户需求快速甄别

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

### 第三篇：个人金融产品的“营销卖点”呈现技巧

1. 目的：银行产品的卖点对客户来说并非是客户的买点，只有学会换位思考，站在客户的角度，将卖点转换为切合客户利益的买点，成交率才能提高。
2. 如何站在客户利益的角度讲解产品—从卖点到买点
3. 提炼产品利益的 FABE 模式
4. 学员运用 FABE 模型提炼主推产品的利益点
5. 产品介绍的完整流程示范
  - 1) 练习案例：“白金信用卡推荐案例”+“基金定投推荐案例”
  - 2) 要求：学员分组编写主推产品的介绍话术，并演练

### 第四篇：客户的异议处理技巧

1. 客户七种最常见的抗拒种类；
2. 客户抗拒的本质：解除抗拒点的方法解除抗拒点的公式；

3. 解除抗拒点的成交话术设计思路；
4. 处理抗拒点（异议）的步骤；
5. 如何化解紧急客户对产品与服务的误解
6. 如何在客户态度气氛的情况下改善尴尬局面

#### **第五篇：促成客户成交的方式**

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；
2. 主动提出购买建议（解决方案）；
3. 促成客户交易的技巧及注意事项；