

休眠客户激活与社区营销活动技巧

第一篇：银行休眠客户激活技巧

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
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
4. 辅助手段
 - 1) 信息图示化
 - 2) 比喻和类比

3) 【案例分析】银行产品汉堡式推动方案设计

5. 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？

6. 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

第二篇：社区营销活动开展技巧

一、社区金融营销的弊端分析

1. 效果不明显，且较难评价
2. 营销费用增加较多，员工身心疲惫
3. 客户体验不佳，影响客户后续的参与热情

二、社区金融营销活动的有序管控

1. 小区调研渠道及调研技巧

- 1) 实地考察--关注要点
- 2) 物业公司--接洽要点
- 3) 房地产网--调研要点
- 4) 小区居民--调研要点
- 5) 周边商圈--调研要点

2. 活动准备与活动预热

- 1) 活动氛围营造（文宣、邮件、小区 LED 屏、赞助小区活动）
- 2) 注意力吸引（梯次礼品的选择、口碑传播效应）
- 3) 活动开始前的测试（服务机具、服务技能、问题反馈、物业管理）

3. 社区营销活动现场管理

- 1) 有序分流客户，保证与单个有效客户沟通、交流的时间
- 2) 保证客户信息有效纪录
- 3) 保证客户良好的体验，防止发生突发事件

4. 社区营销活动总结（客户信息整理、筛选、电话回访技巧）