

# 存量客户电话开拓与维护技巧

## 课程大纲：

### 第一单元：电话开拓全情景演练

#### 一、存款类客户

1. 客户背景：客户购买了我行的理财产品 30 万，即将到期

#### 二、基金类客户

1. 客户背景：客户在我行购买了三只基金定投

#### 三、个体工商户

1. 客户背景：经营茶叶生意，在我行曾有过贷款记录

#### 四、无交易客户

1. 客户背景：客户在我行有开卡（磁条卡），近两年内无交易
2. 通过让学员现场模拟打电话，使讲师全面地了解目前学员打电话激活客户的水平，从而更有针对性的进行授课。

### 第二单元：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
  - 1 我行理财产品收益低于竞争对手行的异议处理话术
  - 2 我行信用卡额度低且办理流程繁琐的异议处理话术
  - 3 基金目前风险太大，不感兴趣的异议处理话术

### 第三单元：销售人员网点服务技巧

#### 一、客户如约而至，你该如何做好接待？

#### 二、销售人员推动客户做购买决定

1. 讲解原则
  - 1) 有条理——循序渐进
  - 2) 容易懂——深入浅出
  - 3) 产品讲解练习：中银货币基金、贵金属-金银月饼、银保产品
2. 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

#### 三、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？

四、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

**讲师助理：**