

# 客户增值的两大途径——沙龙和电话营销

## 【课程背景】

互联网技术的发展已经可以让客户足不出户办理大部分业务，在客户分流减轻柜台压力的同时，中高端客户的面对面营销机会也越来越少，特别是复杂产品的营销难度越来越大，如何增进与客户的关系？如何留住客户？如何提升单个客户的贡献率？又如何实现客户的主动介绍和转化？

沙龙式客户经营与转化在近些年得到了众多银行青睐，通过沙龙式经营快速、精准的开拓客户，进行更高效的异业联盟，以及培养高度粘性的忠诚客户，实现客户的有效转介绍。

电话营销这么简单快捷、成本低的方式为什么很多人难以坚持，收效甚微？打电话对高端客户真的效果不大吗？为什么电话达人可以通过电话有效提升业绩、扩大用户？本次课程将为你解开电话达人如何利用电话取得持续增长。

**【课程时间】** 1天，6小时/天

**【课程对象】** 全体人员

**【授课方式】** 讲解+工具+方法+训练+点评

## 【课程目标】

改变部分学员对沙龙和电话营销的错误看法，协助网点调整营销策略。

提供高效的实施流程和案例，精细化沙龙经营实战方法，让学员能够快速提升技能，转化理念，系统组织。

讲授专业电话营销、沟通、维护技巧，提升营销成功率和客户忠诚度。

深入阐述长效管理意识，利用管理工具的重要性，降低营销惰性。

通过场景案例教学,提高现场应变能力和实际应用能力。

## 【课程大纲】

第一部分：客户增值服务的目的和方法

1. 提升客户价值
2. 提高产品渗透率
3. 提升客户忠诚度
4. 增值服务的两大方法

第二部分：沙龙营销

1. 沙龙经营的正确认知
  - 1) 沙龙的优势

2) 沙龙的组织形式

## 2. 沙龙的策划

1) 沙龙的目标群体选择

2) 沙龙策划流程

3) 沙龙的分工和注意事项

- 沙龙会场布置的 6 大形式
- 营造良好的活动氛围
- 活动间位配合
- 沙龙活动期间的注意事项
- 沙龙客户后期维护和成交促成

## 第三部分：电话营销

### 1. 电话营销的特点

1) 电话营销的优势和局限性

2) 电话营销在银行的使用效果

### 2. 如何突破电话营销的心理障碍——事先准备

1) 营销工具

2) 心理素质

3) 营销计划

4) 业务知识

### 3. 电话营销的流程

1) 开场白

2) 需求探索的技巧

3) 产品介绍的技巧

4) 成交促成及技巧

5) 异议处理的技巧

6) 及时总结和进度管理