

## 对公条线外拓营销培训辅导大纲

### 培训对象：

银行对公条线客户经理

### 培训时间：

6天4夜

### 课程内容：

近几年，银行间的竞争几近白热化，纯靠大厅或老客户深挖和转介绍等营销模式，已很难取得显著成效，而外拓营销模式则大显神威，成了诸多银行对公条线快速提升业绩的最主流营销模式。

本课程总结了海阔老师多年带领团队外拓营销的实战经验，以演练模拟及实战成果分析为主要授课模式，使学员能做到知行合一，在实战中快速提升自己的外拓能力和水平。

### 课程目标：

1. 让学员充分了解外拓的起源与发展历史
2. 清楚外拓的主要特征、主要作用以及主要形式
3. 掌握银行对公条线外拓策划的方法与技巧
4. 规范外拓活动管理流程
5. 灵活掌握运作对公条线外拓及对公宣传沙龙的方法与技巧
6. 掌握外拓绩效评估办法

| 日期  | 时间          | 安排   |
|-----|-------------|--|
| 第一日 | 8:30-9:00   | 开班：领导开班致辞  |
|     | 9:00—12:00  | 营销理念转变、如何开展基地、园区、开发区等的开发活动；活动的流程和实施技巧；客户销售技巧、各小组走进计划分工、设计、演练   |
|     | 14:30—17:30 | 课纲：《对公条线外拓营销技巧与策略》<br><b>第一章、对公条线外拓营销策划技巧</b><br>一、确定外拓营销的目标<br>1、外拓总目标与分目标<br>2、外拓目标与主题<br>3、外拓价值模型 |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>4、外拓时如何树立客群概念</p> <p>5、外拓时如何进行资源整合</p> <p>二、制定可行的现场活动方案</p> <p>1、选择最佳外拓地址和企业</p> <p>2、安排好现场活动内容</p> <p>3、现场活动的步骤</p> <p>三、外拓营销绩效评估方法</p> <p>1、什么是外拓绩效评估</p> <p>2、绩效评估的方法与原则</p> <p>3、绩效评估误区防范措施</p> <p><b>第二章、对公条线外拓时如何借势营销</b></p> <p>一、如何与各类企业机构合作开发外拓营销</p> <p>1、目标合作的选择</p> <p>2、合作伙伴的谈判</p> <p>3、合作伙伴的流量创造</p> <p>4、合作伙伴的客户转换</p> <p>5、团队参与激励设计</p> <p>二、如何在外拓中进行各类客户活动</p> <p>1、客户活动的分类与层次化建设</p> <p>2、客户活动的体验设计</p> <p>3、客户活动的目标企业邀约名单</p> <p>4、客户活动的营销接洽</p> <p>5、客户活动的后续追踪</p> <p>6、团队参与激励设计</p> <p><b>第三章、区域外拓营销前期分工与准备</b></p> <p>一、区域营销目标的设定</p> <p>二、区域外拓开发事前管理</p> <p>三、企业客户信息的收集与筛选</p> <p>四、客户信息库的建立方法与技巧</p> <p>五、常用营销工具设计与使用</p> |
|--|--|---|

|     |             |   |
|-----|-------------|---|
|     |             | <p><b>第四章、区域外拓营销技巧</b></p> <p>一、陌生拜访技巧</p> <p>1、对公条线主要产品的外拓营销话术设计方法</p> <p>对公存款与理财</p> <p>贷款</p> <p>代发工资</p> <p>公司开户</p> <p>2、心理障碍克服方法</p> <p>3、陌生拜访开场白</p> <p>4、沟通的语言技巧</p> <p>5、异议的处理方法</p>   |
| 第二日 | 9:00—12:00  | <p>营销理念转变、如何开展基地、园区、开发区等的外拓开发活动；活动的流程和实施技巧；客户销售技巧、各小组走进计划分工、设计、演练</p> <p>课纲：《对公客户面谈及沟通及促成策略》</p> <p><b>一：客户拒绝的根源及应对技巧</b></p> <p><b>1、银行产品与服务项目销售的基本流程</b></p> <p>1) 完美接触</p> <p>2) 探寻需求</p> <p>3) 方案呈现</p> <p>4) 有效促成</p> <p>5) 异议处理</p> <p><b>2、处理异议时的心态</b></p> <p>1) 营销面具</p> <p>2) 反射与反对</p> <p>3) 异议与流程把控的关系</p> <p><b>3、如何减少每个环节的异议</b></p> <p>1) 如何 3F 法为客户解决问题</p> <p>2) 3F 法则的理论依据——同理心</p> |
|     | 14:30—17:30 |   |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>3) 当客户说他行的利率低时如何应对</p> <p>4) 当客户把我行产品与他行对比时如何应对</p> <p><b>二：电话邀约与沟通过程中的客户心理分析及应对技巧</b></p> <p><b>1、电话约见准备：客户约见理由的选择与包装</b></p> <p>1) 先交朋友，后做生意（泡客户）</p> <p>2) 双赢思维</p> <p>3) 控制节奏、进程、交易模式</p> <p><b>2、客户心理人格类型与电话沟通方式选择</b></p> <p>1) 沟通心理学常识：气质类型学说、人格理论</p> <p>2) 如何打动四大类型的客户</p> <p>3) 电话沟通中如何激发对方正能量，回避负能量</p> <p>4) 与各种类型人格客户电话沟通时禁忌</p> <p>5) 电话沟通具体话术要点及练习</p> <p><b>三：产品推介技巧</b></p> <p><b>1、SPIN 顾问式销售法</b></p> <p>1) SPIN 营销与专家形象打造</p> <p>2) SPIN 顾问式销售的步骤分析</p> <p>3) 需求访谈的逻辑结构和诊断工具：</p> <p><b>2、FAB 营销模式</b></p> <p>1) FAB 理论的内涵</p> <p>2) FAB 理论与客户需求分析</p> <p>3) 充分运用沟通三要素</p> <p>4) 利用身体语言和语调达成同理心</p> <p><b>四：让步、促成技巧</b></p> <p><b>1、让步时常犯的失误</b></p> <p>1) 一开始就接近最后的目标</p> <p>2) 接受对方最初的条件</p> <p>3) 在未弄清对方所有要求前做出让步</p> <p>4) 轻易让步</p> <p><b>2、让步的正确方式</b></p> |
|--|--|--|

|             |                 |  |
|-------------|-----------------|--|
|             |                 | <p>1) 最后一步让出全部可让利益</p> <p>2) 等额让出可让利益 (其他形式弥补)</p> <p>3) 小幅度递减可让利益</p> <p>4) 开始就一次性让出全部可让利益</p> <p><b>3、打破僵局的艺术</b></p> <p>1) 用新的理由解释问题</p> <p>2) 谈论轻松话题、缓解紧张气氛</p> <p>3) 对双方已谈成的问题进行回顾以消除沮丧</p> <p>4) 寻求其他解决方案-寻找第三方案</p> <p>5) 搁置争议,谈下一话题</p> <p><b>4、常见的成交策略</b></p> <p>1) 红脸黑脸策略</p> <p>2) 最后期限法</p> <p>3) 内功碉堡法</p> <p>4) 拖延战术</p> <p>5) 疲劳策略</p> <p>6) 欲扬先抑</p> <p>7) 虚假僵局</p> <p>8) 声东击西</p> <p>9) 兜底策略</p> <p>10) 既成事实</p> <p>11) 得寸进尺</p> <p>12) 哀兵策略</p> |
|             | 17:30-18 : 30   | 外拓准备   |
| 第三、<br>四、五日 | 8:00—8:30       | 晨会，战前动员  |
|             | 8:30—12:00      | 外拓营销；老师巡回辅导  |
|             | 14 : 00—17 : 30 | 外拓营销；老师巡回辅导  |
|             | 17:30—18:30     | 大组汇总小组成绩，开总结会议，沟通遇到的问题。  |

|       |                                |               |
|-------|--------------------------------|---------------|
| 第六日上午 | 8:00—8:30                      | 晨会，战前动员       |
| 午     | 8:30—12:00                     | 外拓营销；老师巡回辅导   |
| 第六日下午 | 14:00-17:00                    | 总结，表彰，后续固话研讨会 |
| 备注    | 外拓培训时间可以根据银行相关情况进行微调，以银行实际安排为准 |               |