

# 中小企业综合金融服务技巧提升

## 课程时间：

1~2天（6小时/天）

## 授课对象：

对公客户经理团队+银行支行长+分管行长或行长助理

## 课程内容：

本课程围绕中小企业的综合金融服务需求为主线，重点提升对公客户经理在挖掘存量和潜在客户需求及服务时的营销技巧，提升他们“找对人、说对话、做对事”的能力，增强客户经理对优质客户的挖掘及维护能力，避免客户经理在营销过程中的“试错”行为，进一步夯实客户经理客户群的建设。

## 课程大纲：

### 第一章：当前经济大环境对公司业务的影响

#### 一、经济周期本身规律

#### 二、中小企业信贷的市场前景

1. 庞大的市场需求
2. 宏观环境正当其时
3. 经济转型和城镇化需求

4. 此领域尚未形成充分竞争，尚有很大的创新空间

### **三、当前形势下银行要采取的应对措施**

1. 营销文化：小微信贷文化的冲突与协调
2. 考核绩效：以客户数、利润为挂钩的考核机制
3. 授权机制：充分授权与监督评估机制
4. 效率制胜：小微企业审批效率与信贷文化

### **四、当前形势下信贷的销售策略的侧重点：**

1. 开创性
2. 独特型
3. 针对性

### **五、当前形势下银行产品和服务的特点**

1. 为客户提供定制化的产品
2. 提供高效快捷的服务
3. 服务到家，而不是等待客户上门
4. 无论企业遭受逆境还是顺境，始终支持客户发展
5. 不仅仅提供贷款，与客户携手并肩发展

## **第二章：存量和潜在客户拒绝或“跳槽”的根源**

### **一、弄懂客户组织架构分析图**

1. 客户开发时如何营销 4 种关系人
2. 关键人的定义：
3. 如何营销 沟通中的三大关键人

## 二、营销的 5 个关键时刻

1. 大门找对
2. 小门找对
3. 关键人找对
4. 时间找对
5. 地点找对

## 三、掌握客户心理因素的重要性

1. 客户关系是一种“心理催眠”的关系
2. 产品造梦催眠

## 第三章：存量和潜在客户的产品推介技巧

### 一：SPIN 顾问式销售法

1. SPIN 营销与专家形象打造
2. SPIN 顾问式销售的步骤分析
3. 需求访谈的逻辑结构和诊断工具：

### 二、FAB 营销模式

1. FAB 理论的内涵
2. FAB 理论与客户需求分析
3. 充分运用沟通三要素
4. 利用身体语言和语调达成同理心

#### **第四章：存量和潜在客户的促成技巧**

##### **一、让步时常犯的失误**

1. 一开始就接近最后的目标
2. 接受对方最初的条件
3. 在未弄清对方所有要求前做出让步
4. 轻易让步

##### **二、让步的正确方式**

1. 最后一步让出全部可让利益
2. 等额让出可让利益（其他形式弥补）
3. 小幅度递减可让利益
4. 开始就一次性让出全部可让利益（介绍）

##### **三、打破僵局的艺术**

1. 用新的理由解释问题
2. 谈论轻松话题、缓解紧张气氛

3. 对双方已谈成的问题进行回顾以消除沮丧

4. 寻求其他解决方案-寻找第三方案

5. 搁置争议,谈下一话题

#### **四、常见的成交策略**

1. 红脸黑脸策略

2. 虚假僵局

3. 拖延战术

4. 最后期限法

5. 欲扬先抑

6. 声东击西

7. 既成事实

8. 哀兵策略