

存量客户激活与开发技巧

课程背景：

银行业正经历前所未有的变革，经营市场化、产品差异化、利率市场化以及民营银行与互联网金融的兴起。各银行业不断转型升级，而银行网点依然存在：

效能低！竞争能力不足！客户流失严重！

主要原因：

柜员“四不”，不开口、不主动、不转介、不维护；

大堂经理“四不”，厅堂客户不关注、不营销、不挖潜、不维护；

客户经理“四没”，维护客户没计划、没方法、没主动、没邀约；

网点负责人“五缺”，缺管控、缺方法、缺工具、缺激励、缺创新

银行网点要想突破同质化经营困境（只有同质化的产品，没有同质化的员工），

必须实现“营销突围”与“存量激活的客户价值深耕”，才能实现业务再增长，营销高层次的跨越。

课程收益：

明确目标：明确需要激活的存量客户的特征及优先级

掌握方法：掌握休眠客户唤醒的常用方法

学习话术：学习个人休眠客户建立信任、邀约沙龙、升级服务等参考话术

借鉴模式：学习他行激活存量客户的案例，探寻出一条适合自身银行及客户的激

活模式

课程大纲：

一、营销困局与客户价值

1，存量客户管理的困局

- 1) 存量客户不缺；缺少专人维护
- 2) 仅看账户余额；缺少深度分析
- 3) 维护方式简单；缺少个性方案
- 4) 产品捆绑匮乏；缺少专业支撑
- 5) 各自为战严重；缺少统一协作

2，什么是客户价值营销？

3，小组讨论：你钱包中卡的密码

二、存量客户的细分与激发

1，存量细分挖掘价值

- 1) 存量细分方法
- 2) 金融资产规模
- 3) 贡献度
- 4) 小组讨论：绘制你的客户分层图

2，客户需求的挖掘

- 1) 客户的金融需求
- 2) 客户的非金融需求
- 3) 马斯洛需求理论

三、激活休眠客户的步骤

1，列名单，客户分析

2，呈现价值，客户唤醒

3, 电话预约, 客户提醒

4, 首次电话, 客户苏醒

5, 跟进联络, 客户激活

6, 再次电话, 客户来行

7, 情景演练: 休眠客户唤醒练习

四、 存量客户激活与开发重点技能

1, 营销的核心方法-做一名顾问

1) 谈恋爱和撩妹的区别

2) 摆正心态的重要性

2, 如何进行群体性低成本维护

1) 让客户“看”到你的专业

2) 短信息的经常性维护

3) 短信息的编写方法

4) 小组研讨: 短信息的脚本编写

3, 电话邀约的技巧

1) 电话邀约不是营销

2) 首次电话的构成

3) 再次邀约电话的理由

4) 平日电话沟通频次和内容

5) 小组研讨: 电话脚本的编写

五、 激活客户的首次面谈技巧

1, 激活客户首次面谈要领

2，开场白的设计如何更好的切入理财探寻

六、不同休眠客户的唤醒方法和抓手

1，代发工资户的专项营销

2，拥有贷款客户的专项营销

3，高净值流失客户的专项营销

4，高资金流动客户的专项营销

5，课堂练习：不同休眠客户的营销文案