

【银行对公业务方案式营销】

【课程背景】

银行客户经理在营销客户时，客户的“官腔”越来越重，无论规模有多大、业务复不复杂，动不动就要客户经理先整个“方案”再谈；有时候客户经理在向客户推介业务时，感觉讲不清楚、说不明白、心里发怵，也会主动向客户承诺回去设计个方案让客户看看。方案在银行营销工作中的作用越发重要，几乎成了银行开发客户的敲门砖，方案的好坏也在一定程度上决定了营销的成功与否。如何设计出一份既能满足客户需求又能诱发客户愿意与银行合作的金融方案；是客户经理比较头疼的问题。

有时候将方案交给客户后，但企业负责人并没有及时阅读，被束之高阁；

有时候客户看完方案没有任何回复，犹如石沉大海、杳无音讯；

有时候客户会套用我们设计的方案选择和他行合作；

问题到底出在哪个环节，该如何解决？客户经理冥思苦想、不得其法！

本课程是针对银行营销人员特别的对公客户经理进行开发设计，重点讲授金融服务方案的设计与展示技巧，帮助银行营销人员借助金融服务方案推动营销进程。

【培训对象】

对公业务分管领导、对公管理人员、客户经理团队管理人员、客户经理、产品经理等岗位

【培训用时】

2天（12小时）

【课程目标】

- 1、掌握金融服务方的框架、设计流程、设计原则及注意要点；
- 2、掌握从客户角度出发设计金融服务的方法和技巧；
- 3、掌握金融服务方案的展示与呈现技巧；
- 4、掌握借助金融服务方案价值影响推动营销进程的方法和技巧。

【授课方式】

互动授课、分组讨论、案例分析、课堂练习、实战演练

【课程大纲】

一、认识金融服务方案

- 1、什么是金融服务方案？

- 2、金融服务方案有哪些作用？
- 3、金融服务方案是给谁看的？
- 4、什么情况下使用金融服务方案？

二、构思金融服务方案四步法

- 1、第一步：鉴别客户的基本特征
- 2、第二步：分析客户需求，确定营销目标
- 3、第三步：解决问题的三把钥匙
- 4、第四步：形成方案内容

三、对公客户行业分析

- 1、行业生命周期
- 2、行业的市场容量
- 3、行业成长空间与盈利空间
- 4、行业演变趋势
- 5、行业的成功关键因素
- 6、进入退出壁垒
- 7、上下游关系

四、对公客户潜在价值分析

- 1、法人评价
- 2、市场评价
- 3、财务评价
- 4、风险评估
- 5、综合评价公司价值
- 6、客户价值分层与波士顿矩阵产品策略

五、对公客户需求分析

- 1、采购环节金融需求
- 2、销售环节金融需求
- 3、资金管理金融需求
- 4、融资类金融需求
- 5、理财类金融需求

六、产品组合方案设计

- 1、产品组合方案设计主线

- 2、产品组合方案设计原则
- 3、机构客户金融产品组合方案
- 4、集团企业客户金融产品组合方案
- 5、中小企业客户金融产品组合方案

七、编写金融服务方案

- 1、金融服务方案的类型
- 2、金额服务方案的表现形式
- 3、金融服务方案的框架
- 4、不同性格类型的客户方案选择偏好

八、方案展示与呈现

- 1、受众接收信息习惯
- 2、基于金字塔思维模式的方案呈现结构
- 3、述标式方案金融呈现技巧
- 4、推介式金融方案展示技巧
- 5、投送式金额方案呈现技巧

九、课程回顾&现场答疑