

## 【客户分层管理与客情维系】

### 【课程背景】

在不断改善服务，找到赚取利润和服务群众的平衡点，如何能在争夺高端客户的同时留住低端客户，这是各个银行都要研究的课题，也是一种理想的状态。

漫天撒网、守株待兔式的经营模式在现代银行业的竞争中注定是要被淘汰的，做好客户群细分，针对不同客户群进行客户分层，根据高端、低端客户的不同需求推出不同的产品和服务，已经成为银行需要掌握的基本功。

### 【培训对象】

网点负责人、零售分管领导、理财经理等岗位

### 【培训用时】

1天（6小时）

### 【课程目标】

- 了解客户分层管理的重要意义；
- 掌握零售客户多维度分层的方法；
- 掌握如何对存量客户进行有效盘活；
- 掌握客户二次开发和交叉销售的技巧；
- 掌握客户维护的方法和技巧；
- 掌握流失客户预警及挽留机制；
- 掌握如何对现有客户的贡献价值提升。

### 【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】

#### 第一部分 意识篇——客户分层管理基本认知

##### 一、客户分层管理的重要意义

- 1、零售（个金）业务发展三阶段
- 2、零售（个金）业务客户价值分析
- 3、零售业务客户需分析
- 4、差异化服务体系打造

- 5、服务体验铸就钢铁长城
- 6、“保、争、挖、抢、培”的客户维护原则
- 7、客户管理体系构建

## 二、零售（个金）业务客户分层

- 1、基于资产规模的客户分层
- 2、基于客户贡献的价值分层
- 3、基于客户需求的行动分层
- 4、基于营销周期的产品分层
- 5、基于销售概率的商机分层
- 6、基于资源投放的服务分层
- 7、基于客户关系的粘度分层

---

---

## 第二部分 实战篇——客户分层管理流程

---

---

### 一、存量客户管户人员分户

- 1、领养
- 2、分养
- 3、包养

### 二、客户激活或盘活

- 1、建立客户基础信息档案
- 2、与客户建立联系
- 3、获取客户信任
- 4、对客户实施邀约

### 三、二次开发——产品营销

- 1、完善信息
- 2、分析需求
- 3、制定资产配置计划
- 4、邀约到访或预约拜访
- 5、提出理财建议或组合理财方案，精准营销

### 四、客户关系维护——多管齐下

- 1、情感维护
- 2、资讯维护

3、新产品信息发布维护

4、产品售后维护

5、增值服务维护

五、客户价值提升

1、一般客户提升到中端客户

2、中端客户提升到高端客户

六、客户流失预警机制

1、客户流失的五种前兆

2、客户因为佣金的原因，要转户，如何挽留？

3、客户因为服务不满的原因，要消户，如何挽留？

4、客户因为大额亏损的原因，要转户，如何挽留？

5、客户因为同行拉客的原因，要消户，如何挽留？

6、客户因为搬家的原因，要转户，如何挽留？

七、客户管理效果分析

1、单项产品覆盖率分析

2、交叉销售率分析

3、资产异动分析

4、客户流失分析

---

---

第三部分 讨论、总结

---

---