

《全情境销售训练营-对公客户经理》

【课程背景】

目前营销人员队伍在工作中存在的主要问题：

- 1、营销人员将工作做不好归于环境影响，职业素养薄弱；
- 2、营销人员售动机不强，缺乏客户分类、服务分层、产品分包的意识；
- 3、营销人员产品与客户匹配了解不全面，以致难以准确地向客户销售产品，成交率偏低；
- 4、处理客户对产品产生异议的能力较弱，容易被他人影响，失去销售的信心。

【课程收益】

- 1、激发营销人员对本职工作的热情，重塑职业心态；
- 2、使营销人员掌握娴熟的销售技巧，提高销售成效率；
- 3、利用交叉销售流程增加产品与客户的粘贴率；
- 4、掌握客户投诉处理技巧，有效解决因产品收益未达预期、公司流程约束等问题引起的客户投诉。

【课程对象】

投资顾问、理财经理、财富管理顾问、金融业人员、个贷客户经理、对公客户经理、基层主管

【课程时间】

2天，12小时。

【课程大纲】

一、情境营造由我做起

1. 分组 PK 与 积分竞赛
2. 首富的成功要素
3. 情境营销成功的不二法则
4. 头脑风暴-状元故事
5. 情境营销流程
6. 头脑风暴-如果我是一名顾客
7. 情境销售三大定律
8. 你跟客户是什么关系？

9. 我的蓝海在哪里？
10. 头脑风暴-客户的购买动机

二、全情境销售环节解析

1. 销售的关键
2. 情境销售六部曲
3. 头脑风暴-影响力
4. 感性营销情境设定

5. 熟客深耕广耕训练
6. 卸下心防最通用的方式
7. 催眠的艺术
8. 感性营销
9. 心灵分享

三、全情境销售动作分解

1. 一样的产品不同的价值
2. 一样的服务不同的价值
3. 情境营销的五大关键
4. Maslow 需求层级与情境销售
5. 头脑风暴-未来我该怎么作
6. 看电影学情境营销
7. 电影剧情：捕捉销售机会
8. 传统 KYC 与情境 KYC 的差异
9. 客户三大信息收集
10. 头脑风暴-写下适合自己的话术

四、掌握话术不求人

1. 产品情境销售法则
2. 现在与未来的差异
3. 客户为什么要跟我买
4. 将客户带入情境三大关键
5. 如何掌握六大情境
6. 头脑风暴-情境分享跟我这样做
7. 头脑风暴-写下自己的情境故事