

商业银行客户经理营销特训

课程对象：

公司业务客户经理、个人业务理财顾问、个人业务客户经理、分管营销管理人员等。说明：本课为定制课程，分别适用于初、中、高三级客户经理体系。

课程目的：

提高个人综合素质；增强客户开发维护能力；锻炼金融服务方案设计能力，-----通过实战案例的分析、讲解，帮助客户经理能够准确定位适合自己的客户，清晰了解拓展客户的技能，迅速打开营销局面。

课程内容：

1. 是否听了许多销售课，但感觉与我们的实际业务结合不紧密，感觉帮助不大？
2. 是否感觉良好的商机，迟迟不能成交，好像对行业客户的需求、痛点把握不准？
3. 是否曾感觉不能有效培养出强有力的内线并且健康维护好这些关系、持续产单？
4. 是否给客户的方案千篇一律. 谈不出创造的价值与竞争对手的差异性及优势？
5. 感觉强调结果但更要强调销售过程管理的重要性，但没有太好的过程管理工具？

..... 《客户经理营销特训》 一门针对商业银行各级对公客户经理、及支行管理人员开发的专业课程， 一门把销售流程与工具方法结合的、解决方案式或服务营销的训练课程！

课程特色：

1. 融合专业讲解、图表分析、实战演练、角色扮演等方式，学习更轻松。
2. 精心安排的小组讨论能让学员在交流中提升自己的业务技能。
3. 将为学员提供一套诊断工具、规划工具及完整的客户渗透与管理系统，将平时“凭感觉做事”的客户开发工作整合为长期的、战略性的销售工作。
4. 战略与技巧兼顾，效果经过“财富 100 强”企业广泛验证。
5. 结合讲师近 20 年的销售实战及销售培训经验，实战价值尤高。

导论 对公业务的后关系时代

第一讲 客户经理成功之道

复合型经理四项修炼

金融危机 VS 销售策略

客户拓展必精----金融产品 客户拓展必知----销售流程 走对路----找对人----说

对话----做对事----用对心

第二讲 如何快速锁定目标客户？

1. 银行客户分类及定义
2. 目标客户 6 维法则
3. 快速锁定目标客户的步骤
 - 1) 区域金融诊断
 - 2) 定位优势行业
 - 3) 有效挖掘目标
 - 4) 目标客户营销评估
 - 5) 目标客户分类管理

第三讲 如何找准攻关路径和切入点？

解读目标客户信息

认识企业的 4 大金刚与现金流相关的客户五大需求

客户需求对应的不同银行产品分析

如何设计最具竞争性的金融服务方案？

核心提示：目标客户的公关切入口及产品结合点

第四讲 如何有效接洽高端人物？

客户的 66 个致命情报

制定合理的拜访计划

提升邀约成功率的 N 种方法

设计高效的拜访流程

快速与客户投缘的方法

第五讲 如何控制销售沟通的进程？

有效的拜访

我们常犯哪些错误？

如何控制会谈的内容和方向？

如何引导和挖掘客户的需求？

如何进行有效的陈述和说明？

与客户交流应该注意的事项

第六讲 如何巧妙促进金融业务？

促进的障碍有哪些？

客户的常见异议

切记促成时机和原则

领悟买点与卖点

关注人性六求

第七讲 如何进行自我管理？

成功销售的 5 大原则

自我管理要点

行动管理

客户管理

5 大管理工具

第八讲 实战案例大 PK

设计合理的金融服务方案的基本原则（收益、风险、操作）

金融服务方案中包含各类产品的组合（贷款、票据、信用证、保函、结算、存款等产品搭配原则）与信贷项目审批机构、价格管理部门沟通的技巧