

银行大客户营销策略

课程对象：

各级对公客户经理、经营支行行长、大客户业务部、集团客户业务部等。

课程目的：

掌握开发大客户的策略和步骤•把握客户行业分析的方法•正确评估客户心理和需求的技巧•了解大客户关系管理的关键内容•学习专业的大客户营销技巧•学习如何和客户建立长期的银企合作伙伴关系

课程内容：

《中国式大客户营销系列》——在中国，客户经理必须掌握的课程 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。

课程大纲：

导论 大话银行营销 关系制胜 营销制胜 对公客户经理的三项修炼 对公成功营销的五大原则

第一讲 大客户营销理念

- 1、客户五级分类
- 2、80/20 营销法则
- 3、银行大客户类型及其金融业务重点

4、金融危机 VS 大客户营销策略 ——有那些可操作性强的策略与战术？目的：
大客户的类型及各自关心什么，从而找出销售策略与方法。

第二讲 做对事比什么都重要

- 1、国内银行营销管理现状
- 2、战略性大客户营销框架模型
- 3、通过 GPN（目标、问题、需求）方法来实现差异化营销 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
- 4、必须要做对的事——客户的决策流程和银行的营销定位 认识企业的 4 大金
刚 目标客户的公关切入口及产品结合点 目的：用案例讨论的方法了解什么是影
响客户做业务决策的主要因素，从而确立在进行大客户营销时应该把握的工作
重点。

第三讲 用沙枪瞄准你的客户群

- 1、讨论：“三天不喝酒，存款就搬走”“三天不桑拿，业绩往下滑”
- 2、客户对银行的认知、看法、态度和行动之间的关系
- 3、介绍“头脑份额”的概念和影响力模型
- 4、运用沙枪理论——营销更具杀伤力！
- 5、战略性客户营销计划的制定流程
- 6、实战演练：制定一份战略性客户营销计划（包括对现状、目标和差异的分
析，制定 30 天、60 天、90 天的行动计划，安排资源和战术） 目的：当请客
吃饭、桑拿按摩、打业务牌，已经变成了大家的通用模式；而你也习惯了只使
用这些手段；那么学会端起沙枪吧……

第四讲 中国式客情关系管理

- 1、客户关系的基础
- 2、客户关系发展的四种类型
- 3、三大客户关系的意义与识别（亲近度，信任度，人情）
- 4、做关系的总体策略
- 5、建关系的技巧（建关系的核心在于“建”从无到有）
- 6、做关系的技巧（做关系的核心在于“做”提升加深）
- 7、拉关系的技巧（拉关系的核心在于“来”拉来拉满）
- 8、用关系的技巧（用关系的核心在于“用”借用资源）
- 9、实战练习：建立有效的大客户的信息档案 目的：揭示中国式客情关系精髓，并精确把握如何与客户发展关系，建立什么样的关系是忠诚的客户，如何与不同类型的人打交道。

第五讲 你能听懂中国话吗——客户需求快速甄别

- 1、确定客户需求的技巧
- 2、有效问问题的五个关键
- 3、需求调查提问四步骤
- 4、隐含需求与明确需求的辨析
- 5、不可忽视的灰色需求分析与注意事项
- 6、如何听出话中话？
- 7、课堂讨论：中医与银行营销 目的：在销售过程中，客户不但不会轻易表露自己的需求，甚至有时也不完全了解自己的需求，需要我们的客户经理针对他们的现状提出深入的需求分析。

第六讲 学会自我把脉——方能一击中的

- 1、活用 SWOT，快速进行竞争系统分析
- 2、如何有效确立最佳卖点？
- 3、掌握说服客户接受我方产品的步骤
- 4、把我们的方案/产品呈现给客户的技巧
- 5、银行产品营销活动策划与实战技巧
- 6、大客户销售常用“作案工具”——SPIN 法则 FBA 法则 漏斗法则 目的：知己知彼，方能百战百胜。在透彻了解客户需求的基础上，确立己方与竞争对手相比较而言的优势，并确立有利于自己、又有利于客户的“卖点”，是说服客户接受自己的销售方案的非常重要的工作。

第七讲 一颗子弹一个敌人——有效促进的战术

- 1、案例分析：对公业务的陷阱
 - 2、学会将项目推进肢解：·确定主题拜访的脉络 ·拟定项目进展速查表 ·一颗子弹一个敌人——快速克服阶段障碍点
 - 3、案例：从芙蓉姐姐说起——银行营销的秀与差异化 目的：本讲通过对销售人员的错误举动和导致错误举动的心理因素的分析，探讨在最后阶段正确把握成交时机的方法和促进成交的有效技巧。从而提高销售人员的成交概率。
- 第八讲 如何进行自我管理？ 自我管理要点 ·行动管理 ·流程管理 提高行动效率 掌握 5 大管理工具 目的：绝大多数受过专业训练的客户经理都可以在销售中成功使用一些专业的销售技巧，并也会取得不错的效果。但是，最终能成为优秀高级客户经理人的却为数极少，那么他们之间的差距是什么呢？ -----销售流程的自我管理，成功的保证，出人头地的平台！