

# 客户经理公私联动营销技巧

**课程长度：**12 小时（2 天）

**培训对象：**支行行长、营销部门负责人、银行客户经理（含对公和个人条线）

**课程大纲：**

## 一、商业银行客户关系管理

- 1、客户关系管理新解
- 2、客户价值初探
- 3、对公和个人条线客户关系的交叉点

【案例】招商银行的客户价值分析

训练：传递

目的：联动营销热身

## 二、客户需求分析

- 1、客户需求类型
- 2、客户需求识别
- 3、需求分析与产品对应训练

【案例】花旗银行的客户需求

训练：产品对对碰

目的：掌握精准营销的技巧

## 三、联动营销实战技巧

- 1、发现非主条线需求的即刻反应
- 2、非主条线的业务沟通技巧
- 3、客户承诺与线索预设

4、内部部门的沟通

5、联动营销

**【案例】** 股份制银行联动营销案例

训练：联动营销实战

目的：熟悉联动营销实战技巧与话术

#### **四、联动营销活动促进**

1、营销活动目标选取

2、联动营销的活动策划

3、部门之间的沟通、协调与资源利用

4、营销活动开展流程

5、营销活动的放大价值

**【案例】** 国有银行营销活动举例

训练：联动营销活动策划

目的：掌握通过营销活动促进客户关系维护和拓展

#### **五、联动营销绩效分配介绍**

1、绩效分配是公私联动的导向标

2、对公和个人条线交叉营销绩效分配模式

3、考核比例分配参考

4、联动营销文化的构建

**【案例】** 某股份制银行的绩效分配示例

训练：绩效分配模拟

目的：探讨本行联动绩效考核模式

