

顾问式精准销售技巧提升

【课程背景】

在商业银行客户经理实战销售中是否曾经为以下问题所困扰：

- ▣ 你不断地向客户表达你有多么喜欢他，客户却认为你在浪费他的时间，而且不断地提醒你，来拜访他究竟有何目的；
- ▣ 当你遭遇竞争对手的挑战时，无论你怎样表白你的产品比对手优秀，客户却只关心你的价格是否比对手更低
- ▣ 你不断向客户宣讲产品给客户带来的价值，但客户却对此视而不见；
- ▣ 客户的真正需求到底是什么？为什么看来很有希望的单子，最终却输给了对手？
- ▣ 为什么已经提供了非常好的服务，而客户却还是不满意呢？
- ▣ 客户对产品为什么总是那么挑剔，总是批评产品有这个缺点有那个问题等？

【课程收益】

顾问式精准销售技巧是以客户为中心，全面深入了解客户信息与需求，实现针对性营销并以给客户带来最大价值为目的的高效销售模式。

商业银行客户经理面临的最大挑战在于各竞争对手产品(服

务)的同质性非常高，价格竞争非常激烈。在这种恶劣环境上，客户经理仍然要提供高服务水平、工作效率、专业、物超所值的产品(服务)，并与客户建立良好的互动关系，通过课程将会实现：

- 掌握顾问式精准销售技巧精髓，领悟精准销售实践方法；
- 准确分析判断客户的有效信息，准确能把握住客户的真正需求，精准地抓到客户的要害，提升客户经理成功营销率；
- 彻底完成从产品高手向销售顾问进行角色转变；
- 提升客户经理电话营销技巧、微信营销与客户管理能力等；
- 学会如何根据客户的阶段性金融需要，提供适合客户的组合性的金融解决方案
- 全面准确了解客户的真实需要，从价值出发，使客户认同我们的产品与价格，提升客户“三度”等

【课程对象】：银行客户经理

【课程时间】：1天（6小时）

【课程大纲】：

1、 客户经理销售理念与心态

- 客户经理是否在传递价值，创造价值？
- 从哪里创造价值，价值等式是什么？
- 我是谁？—客户经理如何自我定位？

- 服务营销工作有什么价值和意义？
- 我要成为谁？
- 客户经理应该具备什么样的素质？

2、 顾问式精准销售的基础

- 谁是我们的客户？那些客户是我们的目标客户？
- 我们对客户的认识存在哪些误区？
- 顾问式精准销售中客户为什么购买？
- 成功实现顾问式精准销售的最基本前提
 - ✓ 客户信息收集的有效性与解读
 - ✓ 潜在客户需求的引导策略
- 顾问式精准销售中的角色转变：从销售员到顾问
- **讨论**：服务性产品销售与普通商品销售的差别

3、 顾问式精准销售中客户采购决策分析

- 正面需求与反面问题
- 客户购买决策的六大步骤
- 各阶段客户关注点：金融解决方案与非金融服务附加价值
- **讨论**：面对大客户坚持 FAB 金融产品销售技巧是否有效

4、 顾问式精准销售的六大关键

- 准确地筛选客户
- 将方案与客户的痛苦（或成果）连接起来

- 擅用差异化
- 掌握客户的决策过程
- 向实权人物推销
- 向整个销售团队沟通战略计划
- **讨论**：为什么客户经理之间的业绩差别那么大

5、 赢得顾问式精准销售的六大技巧

- “挪”字当先赢得客户信任的技巧
 - ✓ 客户沟通切入关键点策略
 - ✓ 与客户会面的商务礼仪关键点
- 运用 SPIN“抓心”技巧
- 电话邀约技巧
 - ✓ 客户信任度提升策略
 - ✓ 电话邀约话术实践
- FAB 产品呈现法则：产品话术编制实战
- 微信营销与客户分类管理技巧
- 双赢谈判的技巧
- 获得客户购买承诺的技巧
- 应对拒绝和异议的技巧
- 建立和维护客户关系的技巧
- **讨论**：如何在实践中改进我们的行为

□ **讨论：**如何针对一个 45 岁资产 156 万的男性客户实施顾问式
精准营销

6、 课程总结及答疑