

交叉销售与客户关系管理能力提升

课程目标：

- ✚ 掌握银行产品交叉销售技巧
- ✚ 提升深度管理客户关系的能力
- ✚ 改善与客户的沟通界面

课程特色：

课程内容丰富，案例翔实，并在不同环节结合课程需要穿插了许多演练环节，能够让学员在体验式的学习中做深入的工作思考。

课程中使用的案例 80% 来自于银行及银行产品。

与国内各大银行合作多年，考察的领域上至总行，下至网点。对银行业的现状 & 未来有着深刻的了解与思考，课程设计更能站在银行的角度去发现实际问题，分析问题，并解决问题。

授课方式：讲授 + 案例研讨 + 演练 + 影音分析

课程时长：6 小时*2 天

课程内容：

第一篇：银行产品交叉营销技巧

一、 什么是银行产品交叉营销？

二、 银行产品交叉营销的三个核心

1. 需求

- 需求的人性基础
- 分清需要与想要

2. 银行产品组合

- 个人金融业务产品如何组合？
- 公司金融业务产品如何组合？

3. 银行客户共享

- 传统的银行客户开发方法对比
- 个人客户开发新思路
- 公司客户开发新思路

三、 如何与客户建立信任？

1. 个人金融客户的信任基点

2. 公司金融客户的信任基点

3. 基于银行/个人/风险的信任

四、 如何探询客户的需求

1. 银行客户需求的多样性

- 公司客户的典型需求
- 个人客户的八大金融规划

2. 如何整合客户的需求？
3. 如何把需要变成想要？
4. 运用 SPIN 思考方法引导客户

- “×××银行公司业务”案例研讨与演练

五、 产品组合与建议书设计

1. 银行产品组合的基本原则
 2. 银行产品组合中经常出现哪些问题？
 3. 如何制作一份富有冲击力的银行产品建议书？
- 银行产品建议书的结构
 - 建议书中的心理匹配策略
 - 如何让你的建议书更吸引人？

六、 银行产品呈现

1. 产品呈现的理想效果是什么样的？
 2. 银行产品呈现过程中会使用哪些辅助工具？如何使用？
 3. 如何讲解银行产品（FABE 法）
- “个人金融产品”案例研讨及演练

七、 成交及优质服务

1. 如何把握银行产品营销的最佳成交时机？
2. 银行业务营销中常用的十种成交技巧

3. 成交后的对策

4. 如何为银行大客户提供超越期望值的服务？

第二篇：深度银行客户关系管理技巧

一、 从三个角度分析客户关系

1. 银行公司客户关系的三维分析

2. 银行个人高端客户的三维分析

二、 如何分析银行公司客户的内部决策过程？

1. 分析客户内部的组织结构

2. 分析客户内部的决策流程

3. 分析客户内部的五种角色

三、 研究客户的关键人物

1. 何谓关键人物？

2. 如何分析关键人物？

- 客户内部决策分析表讲解与应用
- 影响力覆盖计划表的讲解与应用
- 内部关系计划表的讲解与应用
- 外部关系计划表的讲解与应用

四、 如何与银行客户深入关系

1. 银行与客户关系的三种策略

2. 银行销售人员的关系管理层次

3. 银行客户关系发展的几个步骤

五、 如何维系与不同性格类型的客户关系？

- 学员现场 DISC 测试

1. 客户的四种行为风格沟通特点分析

2. 如何与四种不同行为风格的客户沟通