

《深度挖掘与激发客户需求》

以客户为中心是营销的出发点，而客户需求恰恰是中心的关键，所有银行都在高度关注和研究客户的需求并强调“以客户的需求为导向”。然而，没有多少企业真正地识别、把握和跟踪到了不断变化的客户需求。客户需求的多样性、多变性、隐蔽性、复杂性使得客户需求难以把握。因此，从纷繁多样的客户需求中找出其中的共性或规律性就显得十分重要。本课程通过讲解客户需求的理论知识和对于客户需求的挖掘分析的实践操作，从而提高各级人员对于其面对的客户群体需求的挖掘和分析能力，进而开展有效的营销。

【课程大纲】

一、银行营销的出发点

- 1、营销的一个中心-客户需求
- 2、客户兴趣点分析与运用
- 3、客户痛点分析与运用

案例：从一则案例来分析客户需求挖掘的重要性，并导入理念。

二、客户需求分析的方法和技巧

1、充分了解你的客户-了解客户法则（KYC）

- 1) 麦肯六六法则的运用
- 2) 客户产品认知、往来金融机构情况、金融风格了解
- 3) 客户教育程度、年龄结构、职业特点体现的差异化

2、马斯洛需求理论的运用技巧

- 1) 价格型客户
- 2) 价值型客户

3、客户决策过程分析

- 1) 营销中的梅花分配理论运用
- 2) 不仅服务于一个客户，更应该服务一个家庭

4、效用递减理论的运用

5、相对效用假说的运用

6、客户性格在金融需求方面的体现

7、不同发展阶段企业对金融需求挖掘

- 1) 企业初创期
- 2) 企业迅速壮大期
- 3) 企业稳定期
- 4) 企业夕阳期

三、 客户需求挖掘技巧

1、获取客户情报的方法

- 1) 客户拜访中的细节分析
- 2) 网络媒体的运用

2、面谈中挖掘技巧的方法

- 1) 建立信任的技巧
- 2) 引导挖掘需求的提问模式-SPIN

a 背景问题

b 难点问题

c 暗示问题

d 需求问题

3、客户沟通中的提问技巧

- 1) 事实类问题

- 2) 愿景类问题
- 4) 开放式提问技巧
- 5) 封闭式提问技巧
- 6) 确认类提问技巧

4、沟通中的洞察人心的方法

- 1) 语言沟通的判断法
- 2) 肢体语言判断法

5、需求的重复与确认

- 1) 明确客户的需求或者初步意向
- 2) 明确下一步营销跟进动作

6、避免需求挖掘中的一些误区

四、银行客户异议处理

1、为何产生抗拒？

- 1) 找到根源：把 100 个客户异议化为 5 个

2、化解销售难题的神奇工具

工具一化解抗拒的 5 个步骤

找出真假

确认关键

获取承诺

测试成交

合理解释

工具二：化解抗拒的路径地图

四个维度：多快好省-

工具三：化解抗拒的沟通模式

接收+回挥棒

接收+软问题

接收+化解疑难

接收+卖点

工具四：问题发生器--上推下切