

课题：组合营销技巧

课程收益：

通过对客户关系的建立和经营，全面提升客户贡献度。充分挖掘客户的成长价值，潜在价值和隐性价值，各家银行都在开展联动组合营销，帮助学员掌握联动组合营销的技巧，充分发掘客户价值。

课程大纲：

一、商业银行产品组合销售基本概述

- 1、产品组合销售的基本理念
- 2、实现产品组合销售所形成的效果
- 3、实现产品组合销售所需要的条件
- 4、产品组合销售与关系营销、顾客赢利性以及信息技术的关系

二、金融业实施产品组合销售的意义和优势

- 1、金融业实施产品组合销售的意义
- 2、金融业实施产品组合销售的优势
- 3、产品组合销售在我国金融业的应用现状

三、国内外银行产品组合销售案例分析

- 1、美国商业银行产品组合销售整体情况
- 2、美国产品组合销售典型银行案例——富国银行
- 3、美国某银行产品组合销售具体案例

四、产品组合销售流程

- 1、通过产品组合的形式满足客户不同阶段的投资需求。
- 2、客户需求收集
- 3、根据客户需求设计产品组合方案及设计要点
- 4、三大目标：流动性、收益性、保障性
- 5、邀约客户现场沟通产品组合流程分享及讲解要点分享

五、客户经营之客户营销六步曲

- 1、第一步：客户梳理及分配。

2. 第二步：客户建档。
3. 第三步：客户信息收集。
4. 第四步：确定客户适销服务或产品。
5. 第五步：适销产品短信推荐和客户邀约。
6. 第六步：不断重复和坚持。

六、客户经营之交叉销售-捆绑客户，提高忠诚度

- 1、客户交叉销售率和产品覆盖率统计分析
- 2、推出转型提高覆盖率的营销活动
- 3、全力推动目标业绩达成

案例分析：合理的产品交叉销售路线