

个贷的场景营销与实战演练

课程背景：

新零售时代，客户需要更好的金融服务体验，同时也面临了更多的金融服务选择。作为一名个贷客户经理要在日趋激烈的行业竞争中抢夺、巩固客户资源，必须与时俱进，在适应多种营销场景的前提下，带领团队准确把握客户需求，创造营销机会。

作为个贷客户经理，你是否能够理解新零售背景下市场、客户的变化？你是否能够敏锐捕捉市场信息，挖掘客户需求？你是否能够充分理解个贷产品设计从而精准选择客群、配以相应的营销策略？

本课程通过对个贷产品业务的办理流程、营销技巧、服务要点以及交叉销售推荐方法的讲解和培训，使客户经理能够独立完成各种个贷产品的销售和服务，进行产品组合推荐，实现交叉销售。

课程收益：

- 掌握个人信贷业务开展的基本技巧；
- 能够适应多种营销场景，掌握各种场景下的营销技能；
- 掌握获客的各种渠道和方法，批量式获客提高效率；
- 独立完成各种个贷产品的销售和服务，开拓客户、营销产品；
- 能够进行产品组合推荐，实现交叉销售；
- 掌握公司联动技巧，维护客户提高综合贡献。

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：个贷客户经理

课程方式：讲授、分组讨论、案例分析、现场演练

课程大纲

导入：个贷业务的场景分析

1. 青岛银行：接口银行，批量获客
2. 台州银行：移动渠道，提速增效
3. 兰州银行：利用大数据，服务“三农”
4. 重庆银行：直销银行，创新获客
5. 药都银行：大数据风控，普惠金融
6. 安徽省农信联社：社区银行，连通 B-C 端

第一讲：营销全流程技能

一、个贷产品分析

1. 产品分类和产品要素分析

二、销售成功要素

1. 定价——符合客户心理需求
2. 渠道——贴近客户心理需求
3. 促销——打动客户心理

三、销售一般流程

1. 第一步：客户拓展

案例分析：一场羽毛球比赛与网络营销

互动分享：每人分享一个自己客户开拓的成功故事

- 1) 间接客户拓展渠道

2) 直接客户拓展渠道

3) 老客户拓展渠道

互动讨论：小乞丐的生存术

2. 第二步：建立好感

互动讨论：直接与间接建立好感的方法

总结：“三好”+“一亲”

1) 好话

2) 好意

3) 好借口

4) 亲和力

3. 第三步：把握需求

互动讨论：不同贷款、不同类型客户的需求维度

1) 探寻需求的提问技巧

技巧一：开放式的询问

技巧二：封闭式的询问

技巧三：好奇性提问

技巧四：渗透性提问

技巧五：指引性提问

2) 需求把握小锦囊

4. 第四步：推荐产品

情景训练：一分钟热点个人金融产品介绍

讨论总结：FABESS 热点个人金融产品话术总结

1) 产品特点的分析

2) 产品优势的分析

3) 产品利益的分析（要求针对不同客户）

4) 产品价值的分析

总结：

1) 不同类型客户的强调重点

2) 对比法、案例法、促销法、强化优势法

5. 第五步：异议处理与促成签约

1) 6种常见异议的处理

“我考虑考虑”——找到客户顾虑点

“利率太高了”——多家银行综合成本分析

“期限太短了”——利率下降通道下的综合成本分析

“我了解过你们行的产品”——探询当时未办理的原因

“我不需要贷款”——分析客户经营中可能出现的资金缺口

“我贷了款，担心自己还不上”——分析造成经营情况不佳的具体原因

2) 针对三类客户的促成

a 基本满意型：顺水推舟、二选一、假定成交、设定期限

b 心存疑虑型：还想比较、对银行服务有过不满意经历、不是决策人

c 有主见并坚定拒绝：了解原因，留下机会

第二讲：交叉销售技巧

一、交叉营销的价值

1. 增强客户忠诚度

1) 扩大基础客户群

2. 降低销售成本

- 1) 提高利润率
- 2) 提升综合贡献度

二、交叉营销的策略

1. 产品组合策略
2. 贷款+结算组合
3. 贷款+个人理财组合
4. 贷款+企业员工理财组合
5. 企业+上下游客户组合
6. 不同情形下的策略

案例分享：食品加工厂的交叉销售

7. 交叉营销的关键点

- 1) 找对人——决策人、执行人、可能阻挠人

2) 说对话

- a 切入点一：客户认为贷款利率太高
- b 切入点二：有重大节日
- c 切入点三：当客户供应链不畅时切入
- d 切入点四：当客户要收缩业务时切入等切入时机与动作

3) 做对事

- a 结算产品对客户控成本的利益
- b 分析个人理财产品对客户增值的利益
- c 清点上下游客户营销对客户提升销售的利益

第三讲：实战演练

【情景】——厅堂上门客户营销

【情景】——存量转介绍拜访

【情景】——公私联动

【情景】——名单电话营销

【情景】——商圈客户拜访