

# 金融特种兵——理财经理三级进阶之路

## 【课程目标】

- 思想观念升级：网点转型升级归根结底是人的转型升级，人的转型升级归根结底是人的理念的转型升级。课程分析最新银行业发展形势，促使学员从心理上认知网点以及个人转型升级的必要性。
- 岗位技能升级：掌握不同层级客户服务营销技巧，提升服务效率。了解理财经理的三级进阶，从到访客户接待的列货员，向潜力客户营销的销售员转变，从以产品为中心的销售员向以客户为中心的金融顾问转变。掌握基层客户礼貌接待、中端客户沟通引导、高端客户交心维护技巧。
- 客户关系维护：掌握客户的分层分类维护技巧，利用多种维护渠道，塑造有血有肉专业的金融顾问形象。

## 【课程特色】

- 课程关注当下最新银行业发展形势，与时俱进，带给学员最新网点转型升级课程。
- 课程关键节点设计研讨、演练、实操环节，并辅助流程工具，达到现场掌握、现场进步的效果。
- 课程关注技能落地的同时，关注认知模式的引导和转变，激发学员在课后做到持续学习、持

续成长的效果。

### 【课程对象】

- 理财经理

### 【课程时长】

- 2天

### 【课程大纲】

#### 模块 A：行业巨变引发职能转变

重点内容：穷则思变还是居安思危？

- 1、 经济环境变化
  - 2、 盈利模式变化
  - 3、 竞争环境变化——无边界竞争
  - 4、 监管环境变化
  - 5、 客户消费场景变化
  - 6、 新时期理财经理职能转变
- ◇ 接待员转变为场景体验官
  - ◇ 推销员转变为需求引导员
  - ◇ 银行产品销售转变为客户金融顾问

#### 模块 B：到访客户场景化服务营销设计

重点内容：从列货员到客户体验场景设计

### 1、 消除客户的自我保护意识

- ◇ 能坐着就不要站着
- ◇ 第一时间塑造专业形象
- ◇ 硬件设施体现差异化服务

### 2、 了解你的客户

- ◇ 五类话题切入
- ◇ 客户信息初判
- ◇ 五种类别客户关注点解析
- ◇ 巧用提问，才能多听少说
- ◇ 倾听客户的心里话

### 3、 促成才是结果

- ◇ 促成工具的利用
- ◇ 客户促成的六种方式
- ◇ 交叉销售切入
- ◇ 最好的营销是跟踪服务

## 模块 C：厅堂优质客户挖掘

重点内容：客户识别与营销切入

## 1、 优质客户识别

- ◇ 外在识别
- ◇ 内在识别
- ◇ 单据识别
- ◇ 联动识别

## 2、 营销动作切入

- ◇ 单个客户切入技巧
- ◇ 批量客户厅堂微沙龙组织
- ◇ 转介客户话题切入
- ◇ 不同层级客户话题切入

## 3、 营销话术包装

- ◇ 一句话吸引客户
- ◇ 不同类型客户产品话术包装
- ◇ 客户典型异议处理
- ◇ 成交留在下一次

### **模块 D：高端客户顾问式营销**

重点内容：高端客户专业+情感服务模式

## 1、 高端客户沟通技巧

- ◇ 注重细节，让客户愿意和你沟通
- ◇ 肢体辅助，做客户欣赏的人
- ◇ 发掘共同点，成为话题切入点
- ◇ 倾听就是最好诉说
- ◇ 身体解除是拉近关系的最好办法
- ◇ 不同客户，适度赞美

## 2、 高端客户资产配置

- ◇ 理财观念导入
- ◇ 理财渠道导入
- ◇ 我行产品导入
- ◇ 常见理财渠道分析

## 3、 高端客户关系维护

- ◇ 客户分层分类技巧
- ◇ 睡眠客户电话激活五部曲
- ◇ 微信朋友圈专业形象塑造
- ◇ 高端客户关系建立五边形