

潜力客户精准化外拓营销

【课程目标】

- 找对人——外拓资源盘点：通过内外部资源盘点，做到营销资源和营销方式的有效匹配，达成精准营销的目的。
- 做对事——外拓方式选择：掌握不同客群的开拓方式及流程，分析不同客群的开拓逻辑，做到持续完善提升。
- 说对话——外拓沟通技巧：掌握针对不同客群的沟通及产品匹配技巧，提升外拓营销成功率。
- 借对力——外拓营销管理：梳理管理行规划管理、支行网点执行落地流程，形成合力，达成外拓营销成果最大化。

【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】

- 外拓营销人员

【课程时长】

- 2天

【课程大纲】

模块 A：行业巨变引发模式转变——外拓营销需要精准化

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、 环境惨烈，适者生存——外拓营销必须精准化

模块 B：找对人——外拓资源盘点

- 1、 攘外必先安内——内部资源盘点
- ◇ 行内外政策分析
 - ◇ 存量客户分析
 - ◇ 条线—岗位联动

- ◇ 产品资源匹配

2、 联络人制度建立

- ◇ 联络人选择标准

- ◇ 联络人辅助职责

- ◇ 联络人管理方法

3、 外部资源盘点

- ◇ 优质客户的三个属性

- ◇ 五种渠道发现挖掘客户

- ◇ 批量客户选取

模块 C：做对事——外拓方式选择

1、 目标客户拜访流程

- ◇ 知己知彼，百战不殆——充分准备

- ◇ 确定拜访目标

- ◇ 客户分级拜访策略

- ◇ 金融方案包装

- ◇ 登门拜访的六个基本原则

2、 社区客群开拓

- ◇ 基础设施扬品牌

◇ 实惠小利抓基层

◇ 活动互动粘中坚

◇ 家属开发掘高端

◇ 系列活动养习惯

3、 市场客群开拓

◇ 新客开发

◇ 借力开发

◇ 以客带客

◇ 陌生开发关键步骤

4、 厂企客群开拓

◇ 目标客户分析

◇ 资源匹配

◇ 拜访原则

◇ 后续提升

5、 事业单位开拓

◇ 事业单位客群特点

◇ 打进客户内部

◇ 匹配完整服务方案

◇ 打造专属金融生态环境

6、 客户活动组织新思路

◇ 体验化

◇ 明确化

◇ 极致化

◇ 客群化

◇ 平台化

模块 D：说对话——外拓沟通技巧

1、 望：初步感知你的客户

◇ 客户信息初判

◇ 客户微行为分析

◇ 肢体动作辅助

◇ 自我形象塑造

2、 问：深入了解你的客户

◇ 开放式问题探寻客户需求——五同原则找到有缘人

◇ 半开放式问题引导客户需求——痛点即买点

◇ 封闭式问题确认客户需求——临门一脚要坚定

3、 闻：客户信息梳理与整合

- ◇ 站在客户的角度聆听
- ◇ 用肯定的语言回应
- ◇ 记录重点信息
- ◇ 说出自己的理解确认

4、 切：客户情感拉近

- ◇ 赞美-赞美-还是赞美
- ◇ 寻找身体接触
- ◇ 借助工具

模块 E：借对力——外拓营销管理

1、 外拓营销管理行的四层管理

- ◇ 统一形象
- ◇ 政策支持
- ◇ 检查监督
- ◇ 经验交流

2、 外拓营销一线网点的五项执行

- ◇ 一张资源盘点地图
- ◇ 一支内外联动队伍

- ◇ 一个落地运用流程
- ◇ 一套信息跟踪档案
- ◇ 一个实时更新主题