

# 银行《客户经理营销技巧》培训

## 一、课程背景

很多销售型课程都是以讲解产品技巧为核心内容，而忽略了销售的根本，即如何挖掘创造客户需求并引导客户成交。在授课中，老师将在销售的关键节点与学员互动：如何树立积极销售心态、如何快速成为客户的朋友，如何发掘创造客户需求、如何建立信赖感、如何进行产品陈述、如何解除客户的异议……即学即用！学员在任何一个环节中都可以随时针对销售过程中遇到的难题跟老师进行探讨，并且老师建议学员在课程中将自己的产品作为道具进行实战模拟，本课程具有极强的复制性与实用性，当课程结束后，一套完整的销售技巧与销售话术流程便呈现在学员面前……

## 二、课程收益

- 1、突破潜意识限制性信念，解除对于被拒绝的恐惧，解除自己成功的绊脚石；
- 2、在最短的时间内赢取客户最大的好感及信赖度；
- 3、分析客户的购买诱因，学习找出客户购买模式，如何让客户觉得你的产品是最佳选择；
- 4、学习使用不同的方式解决不同的抗拒，学习用潜意识说服法消除抗拒于无形；
- 5、强化销售人员异议处理及缔结能力，提升终极成交技巧

## 三、课程对象：理财经理

四、课程方式：讲授、讨论、练习、测验、实战演练

五、课程时间：1-2天

六、课程大纲

## 第一节 访前

### 一、心态与目标

1、要想获得成功，归结起来有三大核心要素：意愿、方法、行动。

**100%成功=100%意愿**

### 2、七步成功公式

第一步：稍早一点起床

第二步：每天都在笔记本上重新写一遍你的主要目标

第三步：提前为每一天做好计划

第四步：为你的任务列表设定优先级

第五步：养成时刻学习的习惯

第六步：每一次经历后（不论是否成功），都要思考两个重要问题

第七步：对待你遇到的每一个人，都要像对待有**100**万美元业务的客户一样。

### 二、客户开发

1、银行营销模式的变化

2、银行客户经理角色认知

客户经理是咨询专家、心理专家、需求引导者和发现者、服务整体解决方案、要超越客户期望、是金融专家、银行形象代表、社交专家。

3、销售遵循平均法则，拜访量大，成交量就大

4、客户金融服务需求的五层次

5、客户需求分析及对应金融产品服务方案

6、准客户开拓的方法

(1)、缘故关系法

(2)、转介绍法

(3)、电话行销法

(4)、问卷调查法

(6)、目标市场法

7、陌生客户的开发流程

第一步：确立目标客户群

第二步：确立营销目标

第三步：访前准备

第四步：准备营销话术

第五步：建立关键客户档案

8、社区市场开拓注意事项

产品销售技巧：**FABE**

如何把产品特点转化为客户利益？

## 第二节 访中

### 一、客户锁定

#### (一)、掌握销售真谛

- 1、销的是什么？
- 2、售的是什么？
- 3、买的是什么？
- 4、卖的是什么？
- 5、销售成功的动力源是什么？
- 6、客户真正要的是什么？

#### (二)、银行专业营销新模式

#### (三)、客户关系建立

- 1、客户对客户经理的信任度
- 2、客户对银行的信任
- 3、19招帮你快速建立信赖感
- 4、建立良好客户关系的六大步骤

#### (四)、客户锁定

- 1、锁定客户的要素
- 2、锁定客户的话术
- 3、营销话术演练
- 4、得到客户电话的技巧
- 5、得到客户电话的流程

### 二、客户需求分析

(一) 购买心理分析

(二) 销售的两种类型

(三) 客户对于理财产品的需求

1、客户家庭生命周期及其个人理财产品需求的影响

2、应根据客户家庭生命周期设计适合客户的银行理财

(四) 产品、保险、信托、信贷理财套餐

3、银行营销思路转变：从简单销售到服务

二、客户需求创造

(一) 客户为什么不投资理财产品？

(二) 银行营销模式的演变

(三) 影响客户做出购买决定的五种情感因素

1、目前的痛苦

2、未来的痛苦

3、立即的快乐

4、未来的快乐

5、兴趣和好奇心

(四) 说服客户三步曲

1、讲概念

2、做实验

3、现身说法

(五) 与客户沟通的技巧

1、语言沟通

**2、利益/请求法**

**3、非语言沟通**

#### **四、产品介绍技巧**

##### **(一) 影响客户购买的要素**

**1、理财产品的以往收益**

**2、写下来的东西**

**3、事实证明**

**4、信息的重复性输入**

##### **(二) 产品介绍的七个技巧**

**1、假设问句法**

**2、预先框事法**

**3、下降式介绍法**

**4、互动式介绍法**

**5、视觉销售法**

**6、T型营销法**

**7、简约式介绍法**

#### **五、异议解除**

##### **(一) 客户说某家银行的收益更高怎么办？**

##### **(二) 解除客户异议的流程**

**1、积极面对客户异议**

**2、倾听但不要反驳**

**3、将客户的异议变成一个问题**

4、锁定客户的异议点

5、基于理解对方的异议说服对方

## 六、缔结成交

### (一) 客户成交的信号

1、问你购买理财产品的一些细节

2、问你购买理财产品之后的情况

3、开放式的肢体语言

4、征求他人意见

### (二) 成交前的铺垫

1、客户需求陈述

2、理财产品总结式介绍

3、提高购买紧迫感

4、确认购买权力

### (三) 成交方法

1、直接成交法

2、假设成交法

3、不确定成交法

4、宠物缔结法

5、6+1 成交法

6、价值延伸法

## 第三节 访后

## 一、成功转介

(一) **250 定律**

(二) 要求客户转介绍的时机

(三) 转介绍的技巧

## 二、客户关系管理

(一) 对客户经理的要求

(二) 客户服务的三个层次

**1、份内的服务**

**2、边缘的服务（可做可不做的服务）**

**3、与销售无关的服务**

(三) 服务的重要信念

(四) 客户分类方法

(五) 客户维护方式与技巧