

精准营销技巧 7 大策略

课题背景

■ 培训的落地性！

这是每一位外部培训讲师需要思考的问题，本课程开发立足银行一线业务逻辑，从知识、技能、工具、案例四个角度出发而设计。

■ 银行一线指标太多！

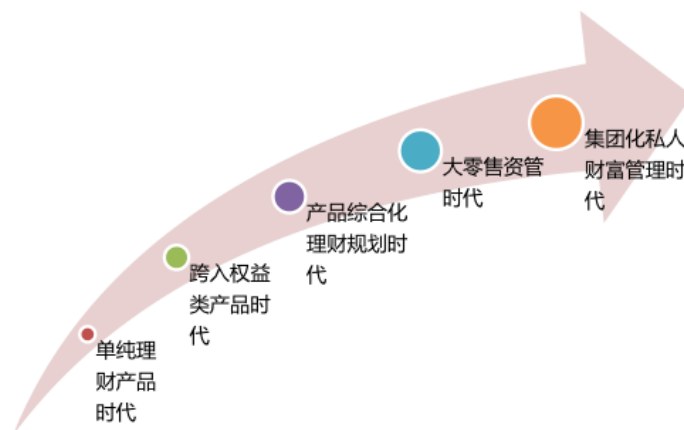
如何通过重点业务，撬动综合指标提升，带动营销人员各项指标巧做是各大银行业务的诉求。

■ 客户关系经营不是最终目的！

传统培训过于着眼于“客户关系经营”，比方销售技巧、销售流程、电话营销等等，对于银行产能来说，“客户资产经营”技能才是根本。

■ 零售（财富管理）转型时代的到来！

处于各个发展阶段的商业银行，从简单的存储业务——至理财产品业务起步（固收类）——再至基金等权利类产品的上架，代表了转型的三个时代，本课程执行可由浅入深，针对银行不同的发展阶段，量身定制。



课程对象

支行、网点零售（个金）营销主管/营销人员

课程大纲（1天）

主题	内容纲要	备注
理财业务发展前景	客户需求膨胀 国内现状 国外同业经验 理财经理的机遇与挑战 互动：是否适合做理财经理？	1H
销售流程与技巧 (售前/售中/售 后)	售前准备 ■ 客户邀约与说服策略 ■ 亲和力与信赖度建立 游戏互动：营销与思维禁锢 售中成交 ■ 基金客户心理分析 ■ 产品介绍技巧 ■ 异议解除 ■ 缔结成交 互动：一句话打动客户 售后服务 ● 为二次成交准备 ● 成良性循环	1H

	案例：受伤后却成为最忠诚	
精准营销与产能提升 7 大策略	<p>策略一：提高约访拜访客户活动量</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 电话销售的秘诀 ● 从流程找业绩提升方法 ● RM 每日活动最佳作业 <p>案例研讨与互动</p> <p>策略二：移动互联网化</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 客户的移动生活，链接一切 ● 链接客户的方式 ● 微信的妙用 <p>案例研讨与互动</p> <p>策略三：系统化的方法把不熟客变熟客</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日常销售五大步骤 ● 工作记录回报习惯 ● “三心”“两意”系统训练 <p>案例研讨与互动</p> <p>策略四：高效客户管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 客户分层管理 ● 客户分级维护 ● 客户分群经营 	4Hs

	<ul style="list-style-type: none"> ● 工具：客户精准管理 FORM 表 <p>案例研讨与互动</p> <p>策略五：执行 MGM 策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 服务质量 ● 建立品牌 ● 提升客户转介的方法 <p>案例研讨与互动</p> <p>策略六：运用各项销售工具</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 对内工具 ● 对外工具 ● 可视化销售是一种境界 ● 销售工具制造技巧 <p>案例研讨与互动</p> <p>策略七：成功举办理财沙龙</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 理财经理塑造个人品牌 ● 一对多营销策略 ● 沙龙准备 ● 沙龙举行 ● 沙龙后续 ● 团队配合与成交技巧 	
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ● 当沙龙成为一种习惯——团队品牌 <p>案例研讨与互动</p>	
总结		

本次课程努力做到：

- 学员疏通理念和技能——老生常谈，但不得不谈
- 学员业务逻辑（思维）放开——指标太多，思维要放开
- 让学员培训后面对客户时，有直接可以拿来用的工具、技能、话术——短期要出业绩，长期要持续
- 你说课程效果在哪里？——讲师除了讲给理财经理听，还擅长讲给客户听：客户基金投资沙龙，做给你看！

执行方式

讲给你听、你讲我听、做给你看、你做我评

——把培训做成训练，重于实战！

讲给你听：专题培训

做给你看：客户投资沙龙

你讲我听：学员实操

你做我评：案例研讨