

对公客户经理营销沙盘

课程背景：

随着金融市场发育程度和开放程度的不断提高，银行间面临的竞争格局、竞争的空间范围和竞争对手都正在发生着深刻的变化。国家正加大金融改革的步伐，银行间的竞争将越发激励和残酷。国内间银行以资源和网络为优势的核心竞争力将越来越不明显，同时金融产品的同质化和营销模式的标准化的，也导致银行在竞争中缺乏竞争力。为确保分支银行的竞争力，银行一方面应以广泛的公司客户资源和信息资源为平台，全面优化和提升传统优势业务，进一步整合和深化现有投资银行业务，提升银行业务体系的竞争力；另一方面加大提升作为公司客户桥梁作用的公司客户经理的素质能力，以提升银行营销人才队伍的竞争力，从而全面提升银行的核心竞争力。

课程重在全面且系统地让对公客户经理掌握从客户“开挖”到“收割”的全过程，并就其中极为关键环节处实施沙盘模拟训练，改善营销思路和模式的同时，更能将方案呈现技巧，交叉销售能力，临场应变能力和洽谈技能通过训练悉数掌握，尤其对于初、中级对公客户经理/综合营销人员，能让其迅速拿捏和掌握诸多客户营销场景，为其快速成长打开智慧之门。将实战与理论知识融合一体，注重针对性和实操性，引发培训对象思考，提升团队营销实战水平。

课程收益：

- 学习快速建立对公营销体系方法和促进商机转化；
- 掌握对公客户分析、挖掘、邀约技巧，提升合作机会；
- 改善对公营销的关键行为和必备技能，提升团队营销实战水平；
- 掌握从收集信息、摸清底细、找准入口到现场洽谈一套对公客户洽谈技巧。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：银行对公客户经理及综合营销相关人员

课程方式：专业讲授+体验式互动学习+模拟训练+通关考核

课程大纲

游戏破冰，体验学习：

- 1) 3分钟找出谁才是真正的营销沟通高手
- 2) 怎样体察客户才能打破僵局，避免尴尬

案例：深圳龙岗建行营销坂田医院

第一讲：对公营销的CRST营销体系

1. 商机转化
2. 渗透关系
3. 差异方案
4. 狼性跟踪

案例 1：郑州某商业银行如何攻克三甲医院代发，结算

案例 2：深圳平安银行客户经理做好客户秘书拿下500万保险

第二讲：对公客户六步分析法

第一步：获取企业基本信息并分析

案例：精确获取客户信息的6个途径

第二步：分析行业基本情况

案例：特变电工西安分公司行业信息分析

第三步：前期接触或回顾合作情景

案例：利君沙制药集团面临的融资成本问题

第四步：企业决策链决定营销成败

案例：某行如何拿下深圳沙湖村集体股份有限公司战略合作，结算账户。

第五步：产品组合提升合作机会

全业务组合：对公产品+个金产品+国际业务

案例：水果连锁企业由融资到资管平台的全方位合作

第六步：初步综合营销方案制定

案例：兴业银行晋江市城中村改造项目营销案

总结：客户需要尊重、理解、帮助

第三讲：选择一个行业的客户开展组织结构分析（沙盘训练）

一、客户筛选

存量客户，尚未深度合作有机会挖掘

二、客户行业

寻找小微企业，以无贷户为主，结算 10 万以上

三、客户邀约

1. 客户邀约要做哪些事情（客户邀约全流程）

2. 客户邀约的 150 个理由

沙盘 1：如何约见陌生客户

沙盘 2：熟客约见的套路

总结：懂得就事论事，活用避实击虚（先看人，再看事后看阶段）

第四讲：大客户商业洽谈技巧（沙盘训练）

一、现场洽谈及客户关系加深

1. 良好的氛围营造

案例：苏州中行客户经理如何应对“黄偏蓝”性格的木雕企业董事长

2. 合理的角色分工

训练：引介，主讲，送礼，总结

3. 高超的洽谈技巧（收集信息，摸清底细，找准入口）

沙盘 1：前任经理离职，你接手客户怎么谈

沙盘 2：客户造竞争对手忽悠，提前还款怎么谈

沙盘 3：客户因你的领导答应的利率没达到怎么谈

沙盘 4：客户因你同事的服务投诉了你怎么办

沙盘 5：在客户现场碰到竞争对手你怎么办

二、再次洽谈

1. 再次洽谈如何把握节奏

互动：三顾茅庐的启示

2. 服务方案呈现的前中后

案例：社区行长在营销大型超市老总时的“奇葩”表现

经典客户营销关系判定案例小组通关考核

1) 分组并选定搭档

2) 分发案例研讨

3) 呈现解决方案

4) 公布小组通关成绩，总结通关成果
结束课程