

蓝海计划-卓越客户经理商圈营销产能飞跃

课程背景：

2022年政府工作报告中指出，地方金融机构需全力以赴支持实体经济，强化地方金融主力军地位，推动普惠小微贷款明显增长、信用贷款和首贷户比重持续提升。在此形势下，大行已从被动下沉转为主动进军，农村金融中小微信贷市场中的优势客户炙手可热，县域农村金融市场竞争激烈，行业竞争进入白热化。面临如此严峻的竞争态势，客户经理在实际营销工作中却面临诸多困扰：产品不丰富，客户体验感不佳，怎么有效推进区域开发计划；第一次接触客户如何快速建立信任与好感，让客户愿意跟我们交流？销售工作仍旧是产品推销导向而不是客户需求导向，以推销员的身份向一个又一个客户推销一个又一个贷款产品，营销成本高，客户认同度较低。当客户表示其他行的产品更好，怎么把客户争取过来？一套高效、精准的营销流程和方法才能有效提升营销人员的攻守能力，坚守住市场阵地。

课程收益：

- 针对中小微客户特点，掌握一套科学有效的商户开发与营销流程；
- 能用客户需求导向的销售模式取代产品推销导向的思维模式，建立一种值得客户信任的行为模式，展现客户期待的角色形象——金融顾问而非推销员，从而构建值得客户托付一生的服务关系；
- 掌握针对客户需求，策划并组织批量营销活动方法，提高营销效率；
- 懂得如何进行重点客户拜访，抓住政府智能部门、市场管理处等关键力量，做到批量开发与营销；

- 掌握顾问式的产品推介技巧，提升客户经理综合营销能力；
- 掌握跟踪营销技巧，开展深度价值开发，提高客户转介绍比率；

课程特色：

- 落地性——课程内容一听就懂，一懂就会，一会就用。无须二次转化，拿来即用
- 针对性——为客户经理量身定制，课程内容 100% 贴合工作实际。
- 实用性——培训突出实用效果，结合典型工作情景，聚焦客户经理在客户开发与营销中遭遇的各种疑难和困惑，给出解决要点和话术，学习之后，学员不需要转化并能直接应用到工作中。
- 生动性——采用讲授、研讨、案例分析等多种互动交流的培训形式，突出课堂生动性。

课程时间：1 天，6 小时/天

课程对象：零售金融部、支行行长、客户经理

课程大纲：

1、锚定方向：明确趋势

- 金融监管对银行业经营转型的影响
- 小微普惠金融升级对中小银行影响
- 互联网金融对金融消费习惯的营销
- 银行商圈营销困境与趋势分析
- 经济周期、企业盈利周期与信贷周期

2、整装待发：商圈定位

- 商圈分类与商圈定位

- 商圈客户多元化需求分析
- 商圈营销四种思维
- 商户经营性思维应用
- 商圈传统营销策略对比
- 商圈高效营销策略分析
- 商圈高效营销模型分析

3、扬帆起航：全渠道营销

- 掌握谈判技巧-获取目标客户清单
- 减少营销阻力-电话营销技巧
- 如何降级客户直接拒绝率-电话营销脚本结构
- 电话营销语言注意事项
- 降低营销成本-陌拜营销技巧
- 外拓营销实用方法和技巧
- 外拓客户谈话提纲梳理
- 外拓营销二次跟进技巧
- 外拓营销客户异议处理
- 外拓营销 1+N 综合营销方案设计
- 提高认购比率-微信营销技巧
- 商户信息采集与需求挖掘
- 商户精准画像与跟踪营销技巧
- 提高营销效率-批量营销方法
- 丰富营销体系-创新异业联盟方法

情景演练：模拟各渠道营销情景，现场处理营销难点

4、行稳致远：客户价值开发

- ▣ 产品营销要点与话术提炼
- ▣ 竞品分析与产品创新案例
- ▣ 客户价值分析四维度
- ▣ 高效客户转介绍方法
- ▣ 客户标签管理与贷后服务