

《理财经理综合营销能力提升》

第一单元 客户经理价值与定位

一、 金融市场趋势变化解析

- 1、金融脱媒现象；
- 2、跨界营销现象；
- 3、零距离营销；
- 4、国内社区营销模式分析：

结论：1、大数据时代，关注客户体验，打造忠诚客户；

2、销售模式转型：顾问式销售、零距离营销。

二、营销顶尖高手速成必备三大能力

- 1、目标与自我管理：吸引力法则、自我期许与心态建设；
- 2、量到质的突破：走出去，请进来，外拓能力、顾问式营销能力提升；
- 3、综合能力提升：营销活动组织策划运作能力。
- 4、职业发展前景：财富管理师，渠道管理师，连锁店经营。

第二单元 客户经理主动营销技能提升

一、 主动营销--电话营销技巧

1、成功电话营销——资金盘活、促进销售

- A、打电话前的准备；
- B、锁定客户群；
- C、外呼脚本；
- D、外呼心态；
- E、外呼工具及环境；
- F、声音感染力的训练；
- G、有吸引力的开场白；
- H、深度挖掘客户需求；
- I、产品亮点呈现；
- J、客户异议处理技巧；
- K、销售促成；
- L、专业的结束语。

2、成功电话邀约——赢得面谈机会

理财经理综合营销能力提升

A、开场白；B、致电内容—靶心原则；C、敲定时间

3、邀约电话关键点：预约、确认、追踪

案例学习：邀约电话、短信\微信话术

信用卡、活期不动、定期快到期、基金、贵宾卡等客户邀约话术

二、主动营销—销售面谈技巧

(一) 客户心理篇

1、客户的心为什么离我们很远？

小组研讨：客户成交率提升关键因素分析

2、客户为什么选择金融产品？

A、客户购买银行产品的动机；

B、客户如何通过购买银行产品解决人生的八大问题；

C、客户购买银行产品时的利益需求与情感需求分析。

3、如何有效与客户建立信任？

A、良好的沟通技巧；

B、赞美贯穿始终

4、客户性格分析与销售

A、客户典型的四种性格解析；

B、如何面对不同类型客户采用不同的销售与沟通方式；

C、行为风格在银行业销售与沟通过程中应用案

(二) 金融产品卖点提炼即呈现技巧

1、如何有效探询客户的需求及消费心理？

A、让客户讲出心里话——提问的技巧；

B、刺激客户的表达欲望——倾听技巧；

C、客户的行为会说话——观察的技巧；

D、如何激发客户的隐形需求？——SPIN 模型；

E、学员练习并编写话术模板。

2、FABE 法则的解析和使用

A、客户心中的 5 个问题：

“我为什么要听你讲？”“这是什么？”“那又怎么样？”

“对我有什么好处？”“谁这样说的？还有谁买过？”

B、FABE 推销法定义：

特征【Feature】他是什么、优势；

【Advantage】他能做什么、

利益【Benefit】能带来什么好处

C、FABE 推销法标准语句：

“因为（特征）……，从而有（优势）……，对您而言（利益）……..，您看（演示）……”

D、FABE 法则使用实例：

贵金属、基金、保险、理财产品、手机银行、信用卡、个贷产品、个性化产品

第三单元 客户经理主动营销技能提升-外拓与创新营销活动组织策划

一、营销活动分类

1、方案设计技巧：

A、成本核算；B、方案设计重点：对网点、对客户

2、阵地营销式营销活动策划：

A、针对客户类型；B、方案设计原理；C、营销活动目标；D、操作方式。

案例分析：推动活动率的营销活动、

根据客户投资习惯开展的营销活动、

根据客户生命周期开展的营销活动

3、主动营销式营销活动策划：

A、针对客户类型；B、方案设计原理；C、营销活动目标；D、操作方式。

案例分析：圈子营销活动策划，团体、单位营销活动策划

二、外拓活动与创新—服务策略

理财经理综合营销能力提升

1、住宅区服务策略

- A、占据社区服务节点；B、寻找影响力中心 C、发展人际关系链
- D、建立持续服务粘性 E、整合社区资源，形成社区生态圈

研讨发表：社区年度服务需求分析。

2、商圈社群服务策略

- A、连锁加盟策略；B、商会策略；C、供应链策略

3、O2O 线上线下融合策略

- A、门店的 WIFI 服务 B、微信、微博、二维码创新服务营销；C、线上合作策略；
- D、快递派取件点服务（与品牌快递商合作、客户分层、交叉营销、自助取件、VIP 客户小件上门递送）。

二、外拓活动与创新—活动组织策划

1、金融服务进社区五步曲

- A、梳理社区资源，明确目标小区；B、了解社区信息，确定具体需求；
- C、找准“关键人物”，打开社区大门；D、采用多样形式，寻找合作机会；
- E、制定回访计划，延伸服务项目

2、外拓活动中回应客户的巧妙话术

- A、“我不是你们银行的客户，不需要填写”；B、“我已经开过户了”；
- C、“你们银行能提供哪些服务？跟别家还不是一样！”
- D、“问卷填写好了，电话我就不留了”；E、“我不需要你们的服务”

3、行动与研讨：

- A、如何利用节日氛围拓展客户群？B、如何借助事件开展社区活动？
- C、还可以设计哪些创新、持续性的“微活动”来开发客户？

三、社区营销活动组织策划步骤

步骤一：策划调研与分析

步骤二：明确定位和目标、确定对象、选择媒介

步骤三：方案设计和制作

步骤四：活动实施、推进、跟踪、控制

步骤五：评估和总结

四、社区营销活动组织实施流程

1、活动前：

A、洽谈、沟通；B、宣导、训练；C、客户筛选、邀约；
D、追踪、检查；E、各项准备工作；F、会场选址及布置

2、活动中：

A、工作人员提前到位；B、客户入场；C、正式开始；
D、现场环节互动；E、沟通促成

3、活动后：

A、整理资料；B、效果评估；C、反馈追踪

4、常见问题及解决：

A、如何保证客户质量？B、因天气或者邀约不到位导致到场客户太少？
C、邀约客户因故未到场如何后续跟踪？D、如何避免及应对客户中途退场？
E、出现带小孩的客户如何处理？……

5、五大社区营销活动策划组织思路

A、产品/业务推广会
B、金融投资理财专题讲座
C、兴趣专题沙龙
D、 亲子活动
E、客户答谢会