

# 再造“熨”家

## 个金营销技能再提升系统

“熨”这个字怎么读，yín

个金业务组合营销要做好，关键是做“熨”家，所谓专家就是简单的事情重复做，而熨家就是重复的事情创新做。

### 一、破冰与共识

1.破冰：团队建设，五星握手法（优秀与卓越的就差别那么一点点）

2.共识：

- (1) 讲述之道：简单、重复、有趣。（为什么？三点与三圈，在中国做营销，做团队，要读懂中国人）
- (2) 学习之道：学我者生，似我者死（要学习方法论，要学会举一反三，触类旁通，而不是拘泥于某个方法和技巧）；；
- (3) 领悟之道：天雨虽宽，不润无根之草，佛法虽广，不度无缘之人。（每个人都有悟性，暂时没表现出来，是障碍太多、困扰太多，要学会拿掉）

### 二、“熨”家三原力（营销其实就三件事）

（一）基本力（营销第一件事是了解自己）

1.现在个金营销难不难做？问题多不多？您现在做得咋样？

什么是批量获客？批量获客难在哪？（让大家发泄、诉苦，摆问题）

2.您的批量获客理念正确吗？坚定吗？

- 1) 我们都有哪些个金产品？
- 2) 如何讲好这些产品，以保险为例：什么是保险三化：通俗化、结构化、证明化
- 3) 产品营销还是场景营销？
- 4) 产品营销还是内容营销？

5) 产品营销还是问题营销？

6) 批量获客的路径和方法

3.您打通了自己的任督二脉吗？

1) 如何看问题（困难）：个金营销究竟是难做还是懒做？让我们回头再看看自己列的这些问题。不要自己制造问题，放下自己暂时解决不了的问题，多关注自己的问题即使问题多，也有办法。凡事都有三个以上的解决方案。

案例分析：火车小哥的快闪

2) 如何看自己：要自信，要自豪（要找亮点）、要自拔，不要自困，要勇勤恒强，不要怕懒弃弱。

4.您有自己的目标吗？

1) 让《吸引力法则》引领我

2) 您的目标订了吗？目标要具体化、量化、细化、可视化！

## (二) 信任力（营销的第二件事是营销自己）

引子：当您和客户成为真正的朋友，当您和客户建立良好信赖关系的时候，个金产品还用卖吗？

1.关于有钱人的五个事实

2.客户不信任您的原因：惯性屏蔽

3.您不被信任的四大因素：

- 思维：是求果而不是修因
  - 角色：是营销而不是顾问
  - 动机：是产品而不是难题
  - 方式：是直接而不是含蓄
- 讲讲您的故事！

4.赢得信任的方法：同理心/做客户期待的角色/三说技巧/有效沟通 视频：半泽的故事

5.案例分享：他们是怎么做的？“钱到家”“200万”搬家记

课堂互动：我们还可以做些啥？

## (三) 影响力（营销第三件事是影响他人）

1. 大道从简，营销循环很多步，关键是三环节：（需求激发）有需要就有接触的机会，找需求；（方案呈现）有困难就有说明的机会，找困难，（有效促成）有欲望就有促成的机会，找欲望。

2. 需求在哪里？

(1) 需求理论

(2) 客户为什么需要我们的信用卡？（课堂讨论）

3.如何挖掘需求？

(1) SPIN 法

- 有效提问的重要性
- 客户购买心理分析：趋利和避害
- 封闭式、开放式、二择一问题
- SPIN 法介绍与实践（课堂演练）

(2) 过去、现在、未来法

4. 方案呈现（产品说明）的FABE法（SCBC法）
5. 常见拒绝问题处理 放大您的格局！

### 三.“煲家”三阵地（个金营销关键是经营好3块阵地）

#### （一）第一阵地：快闪（厅堂营销）

- 1.什么是“快闪”？ 生活中有“快闪” 银行的“快闪活动”
- 2.我们的“厅堂快闪”干什么？
- 3.我们的“厅堂快闪”模式：准备-开讲-出业绩  
厅堂内+讲解+主题+5分钟+1+1+3次
- 4.厅堂快闪非常简单
- 5.厅堂快闪好处多
- 6.快闪活动解析
  - 准备：要准备什么？
  - 运作：开场3步骤-互惠动作、开场白、易拉宝讲解；结束、回收折页
  - 该做什么？怎么做？
  - 总结：照片、管控表（《快闪台账明细表》、《快闪客户信息台账》、）T型法则
- 7.快闪准备
  - 物料：
  - 仪容：开始前检查仪容仪表
  - 心态：自信（？） 支持（？）
  - 默契配合：理财经理做什么？大堂经理做什么？
- 8.快闪流程
  - 开场三动作：
  - 开场白：如何打招呼？
  - 互惠动作：给什么？谁配合？
  - 开场白：自我介绍-如何包装自己；
  - 开门见山介绍活动主题
  - A、易拉宝展示法 B、折页引导法 C、分段讲解法 D、趋利避害法
  - 结束语：抓住每个营销机会
  - 回收折页：重点暗示，技高一筹
- 9、总结
  - 照片：照片要求
  - 管控表：（《快闪台账明细表》、《快闪客户信息台账》、）如何使用
  - T型法则：亮点是什么？不足是什么？
- 10.参考话术：话术演示
- 11.研讨：根据我行近期主推个金产品，结合参考话术，编写个性化厅堂快闪话术
- 12.个人快闪话术展示
- 13.厅堂活动与厅堂陈列
  - 厅堂六LOW活动
  - 厅堂创新活动：五福临门-我是代言人-寻找有缘人
  - 厅堂陈列：消费心理学 厅堂营销功能打造 吸引您的客户

## (二) 第二阵地：电闪（电话营销）

1.什么是电闪模压式训练 视频 为什么要模压？

2.电闪第一模块：邀约

- 研讨：可约见的N种客户 我们还可以从哪里拿到名单？模压训练1：电邀客户100
- 约见客户的N种理由 模压训练2：我行主推（产品/活动）约见理由编写训练 实战演练
- 约见客户的N种技巧 电话销售的黄金6句 模压训练3：黄金6句编写训练 小组PK

3.电闪第二模块：沟通

- 切入话题的目的、切入主题的N种方法、模压训练4：我行主推个金产品切入话题编写训练、实战演练
- 激发需求的N种方法 SPIN、模压训练5：我行主推个金产品 SPIN 需求激发编写训练 实战演练
- 产品展示的FABE法、模压训练：我行主推个金产品的FABE法编写训练 实战演练

## (三) 第三阵地：会闪（沙龙营销）

1.企业型沙龙的过去、现在与未来

引导学员分享过往网点企业型沙龙情况，目前存在问题和困境以及希望改进的内容

2.企业型沙龙（会闪）的5W2H（策划人模块）

引领学员做“快速分析”（鉴于学员有经营管理基础，直接导入）

为什么要办？何时办？在哪里办？办什么？谁来办？

如何办？成本如何？

重要工具：过去、现在、未来法、5W2H

3.会闪主持人模块（定位、要点、难点、示范版本）

4.会闪主讲人模块（定位、要点、难点、演绎版本展示）

5.会闪促成人模块（定位、要点、难点）

6.实操性财富升级会 沙龙模式推介

- (1) 模式基础、模式介绍和操作要点
- (2) 会前、会中、会后各阶段时间轴展示
- (3) 各岗位人员工作要点（总监、主持、主讲、会务、促成等）
- (4) 有关工具、话术呈现
- (5) 有关营销技巧（特别是会后收数与客户维护技巧）说明
- (6) 本地化可行性研讨（研讨工具：脑力风暴）

重要工具：时间轴、脑力风暴