

行外吸金和交叉销售，提升网点产能（2天）

[课程对象]

支行长、客户经理、大堂经理、柜员

课程大纲

第一部分 银行新形势、新打法——吸金新法

一、银行竞争新形势

1、客户需求变了

什么是客户真正的需求？

案例与思考

2、竞争形势变了

你还在软磨硬泡、疯狂走访的营销吗？

案例：余额宝的疯狂带来的启示

3、营销方式变了

厅堂靠等、电话靠量、日常靠勤，这种营销方式你还在用吗？

二、银行新打法

1、细分客群才给力

2、活动导流促人气

3、客户转化见功力

第二部分 厅堂到访客户激发——全员吸金

一、厅堂到访客户的激发——引爆产能

二、岗位联动激发客户——全员吸金

1、岗位联动图——客户动线的岗位联动

2、厅堂激发的8种开场方式

3、分析客户需求——KYC

4、激发需求吸金

5、柜员——吸金的先锋队

工具：价值客户转介卡

话术：一句话营销话术

6、大堂经理——分流识别营销的监督员

工具：价值客户转介卡

话术：厅堂场景营销话术

7、客户经理（理财经理）——营销创利的主力军

客户经理营销工具

客户经理营销习惯

三、网点促销吸金——引爆产能

1、促销吸金的定位

2、促销吸金氛围营造的五个层面

3、促销吸金六大环节

六大环节分解、工具

案例：抓鸡蛋，抓出余额

四、定向吸金——网点营销六道轮回

第一道：主题活动

网点五大营销活动（主题营销、节日营销、事件营销、客户活动、沙龙营销）

第二道：客户邀约

- 1) 网点到访客户邀约
- 2) 网点外客户的吸引及邀约
- 3) 存量客户盘点及电话邀约

训练：现场情景模拟演练

第三道：产品展示

- 1) 网点现场的产品展示
- 2) 网点外的产品展示
- 3) 微信的产品展示

第四道：厅堂微沙——批量吸金

第五道：交叉销售

- 1) 价值客户经营是降低客户流失率的主要手段
- 2) 网点各岗位交叉销售的方法

第六道：工作流程

第三部分 网点存量客户提升——精准吸金

一、存量客户——埋在沙子里的金子

- 1、存量客户的价值模型
- 2、外资银行存量客户开发模式
案例：汇丰银行模式、星展银行模式
- 3、网点存量分户管户
 - 1) 分户落实责任，管户提升吸金
 - 2) 案例：①某行分户管户案例分析
 - 3) 客户没“晋升”就是你的错
 - 4) 如何建好客户“金字塔”

二、存量客户提升资产吸金流程

- 1、6步吸金法
案例：平安财富客户全周期管理
- 2、存量吸金电话话术及工具
- 3、特别策略——陌生存量6周提升吸金套路
- 4、8类客户提升吸金话术
案例分析：个性金融需求挖掘（按年龄段划分的需求分析）
- 5、存量吸金客户异议处理
- 6、存量吸金案例解析

三、存量客户持续吸金——防流失

- 1、防流失攻略
防止客户流失六招
- 2、存量粘度提升的三个维度
 - 1) 让客户不好意思走——联系频度

- 2) 让客户不方便走 - 交叉销售
- 3) 让客户不愿意走 - 服务体验
- 3、让客户不好意思走
 - 1) “滚雪球模式”与客户关系层级
工具使用及记录
 - 2) 客户关怀
案例分析
- 4、让客户不方便走
 - 1) 交叉营销案例分析 - 富国银行的经营
 - 2) 绑定客户的四大产品
- 5、让客户不愿意走
 - 1) 临界客户提升、达标客户告知
 - 2) 给客户一份意外的惊喜

第四部分 片区客户开拓 - 走出去主动吸金

- 一、网格化营销地图
 - 1、网格化经营理念
 - 2、网格化执行及工具
- 二、片区开拓各类客群营销方式
 - 1、商户开拓的技巧
 - 1) 商户老板的沟通策略技巧
 - 2) 异业联盟开拓高品质客户
 - 2、企业客户深耕
 - 1) 公私联动营销的技巧
案例：某农商行公私联动
 - 2) 批量营销法：一对多营销活动
演练：一对多介绍我行产品
 - 3、社区客户拓展
 - 1) 社区开拓的问题分析
 - 2) 多维服务开拓社区
便利优惠、礼品服务、体验优惠
 - 3) 社区活动拓客技巧
案例分析

第五部分 他行客户策反 - 强力吸金

- 一、他行策反两种类型
 - 1、直接挖转他行客户
 - 2、本行客户的他行资金转入
- 二、他行策反的四个准备
 - 1) 准备一个充分的理由
 - 2) 厅堂活动的设计
 - 3) 准备社区、企业开发
 - 4) 策反他行网点客户的方法

案例话术

3、他行策反三个场景

1) 厅堂策反； 2) 社区策反； 3) 他行拦截

案例话术