

“AUM”TO“AUM+”--存量临界客户的资产提升策略

【课程讲师】马学军老师

【培训课时】6-12 小时

【授课形式】讲授+研讨+模拟互动+案例分析

【课程大纲】

课前研讨：

何为临界客户？

如何提升临界客户资产规模？

一．客户分层分析与管理

1. 客户分层分析

◇ CRM 与客户分层

2. 客户分层分类核心三大关键点

◇ 梳理存量，信息治理

思考：

如何有效梳理客户？客户的信息包含哪些内容？

✓ 梳理客群

✓ 完善信息

◇ 分类分层，精准营销

✓ 客户资产分层分析

✓ 客户风险偏好分层分析

✓ 客户年龄分层分析

✓ 客户话语权分层分析

✓ 客户关注点分层分析

3. 客户的经营管理

思考：

你的客户档案在哪里？

- ◇ 客户档案管理
- ◇ 收集客户有效信息并加以管理，形成重点客户档案
- ◇ 通过信息分析客户潜在价值
- ◇ 档案工具的有效使用
- ◇ 根据分析结果制定重点客群经营方案

二．客户分类及营销策略

思考：

电商是如何精准将广告推送给我们的？

1. 客户分类的意义

- ◇ 精准定位客户
- ◇ 便于回访追踪
- ◇ 高效快捷工作

2. 客户分类的方法

- ◇ 按客户的成熟度分类
- ◇ 按客户的业务种类分类
- ◇ 按客户的职业分裂

3. 不同类型客户的营销策略

- ◇ 养殖户的关注点及产品营销策略
- ◇ 种植户的关注点及产品营销策略
- ◇ 贷款客户的特点及产品营销策略
- ◇ 代发客户的理财习惯及产品营销策略

三．临界提升流程与技巧

共同思考：

临界提升的流程？

实现临界提升的关键是什么？

1. 初次电访流程

- ◇ 拒绝秒挂之开场白
- ◇ 建立对接关系，提升客户服务感知
- ◇ 留下铺垫，为后期对接做好准备

2. 临界客户获金的通道

- ◇ 针对性的特色获金活动
- ◇ 短频快类获金活动
- ◇ 中长期类获金活动
- ◇ 转介赢积分
- ◇ 针对性的特色沙龙活动

四．特色沙龙的组织流程与技巧

共同思考：

特色沙龙的举办方式和效果？

1. 特色沙龙的组织流程

- ◇ 圈定客群范围
- ◇ 确定活动形式
- ◇ 固定活动场地
- ◇ 带动活动氛围

2. 特色沙龙的组织技巧

- ◇ 以通俗语言进行沟通，更接地气
- ◇ 以专业建议赢得信任，更多获客
- ◇ 以话题场景带入产品，更易营销
- ◇ 以同质客户引发共鸣，更好沟通

五. 课程回顾