

《开门红银行业绩倍增》特训营

——讲师：陈方晖

课程背景：

面对金融行业日趋白热化的竞争态势、面对严峻的业绩指标考核，

你有抢占市场必胜的信心吗？

你有打败竞争者的营销策略吗？

你是否已经做足了准备面对即将到来的旺季？

在客户需求和竞争形势快速变更的背景下，开门红的竞争会更加激烈，各家行必须提前布局，上下联动，制定有效的经营策略，不打无准备之仗。开门红要引起高度重视、自上而下的观念一致、竞争对手的优劣势分析、网点客群的精准定位、主打客群的需求分析和营销策略、活动量的量化管理、KPI的考核追踪……

2022 银行开门红必须与时俱进、开创新打法，才能在这场任务重、周期短、压力大的开门红战役中创造佳绩。

课程收益：

- 1.分析新形势下银行开门红的新特点
- 2.提高目标制定、分解、活动量管理的方法和技巧
- 3.根据网点特点和客群情况进行差异化营销并进行管理
- 4.分析开门红的增量来源分析，制定相应的营销策略
- 5.针对存量客户进行数据分析，制定相应的营销策略

课程时间： 1天，6小时/天

授课方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

授课对象：零售条线负责人、支行行长、网点主任、客户经理、理财经理

课程大纲

第一讲：开门红激励与全员启动会

第二讲：银行客户营销策略

一、客户开发八步法

- 1、甄选目标客户
- 2、拜访准备
- 3、接近客户建立信任
- 4、沟通并发掘客户需求
- 5、风险评估价值评估
- 6、方案设计与展示
- 7、促成成交
- 8、客户关系管理

二、陌生客户拜访八步骤

- 1、拜访前的准备
- 2、确定进门
- 3、赞美观察
- 4、有效提问
- 5、倾听推介
- 6、克服异议
- 7、促成成交
- 8、致谢告辞

第三讲、对公业务客户开发

一、客户接触关键技巧

- 1、客户接触的三个策略
- 2、接触对公客户必遵 AIDA 法则
- 3、引起客户注意产生兴趣的六大方法
- 4、必须遵循的两个原则
- 5、对公业务客户接触情境营销实战
- 6、存款类业务营销金点

二、大客户销售策略：关键人策略

- 1、客户对银行服务的五大核心需求：采购、销售、融资、管理、理财
- 2、关键人策略六步法
- 3、如何发展内线

4、银行大客户中的影响人：决策人、执行人、使用人

三、如何与大客户有效沟通

1、如何才能有效沟通？

2、客户的性格特点：DISC分析（控制型、分析型、表现型、和蔼型）

3、如何快速判别客户性格：电话预约、办公室陈设……

4、和不同性格客户沟通的细节和技巧：开场白、方案书、缔结成交……

第四讲：深挖存量开拓

知识点：1、客户数据分析 2 归档管理 3、短信 4、电话沟通

5、休眠客户激活 6、存量客户提升 3566 模式 7、防流失

第五讲：外拓增量策略

知识点：1 对公业务 2 对私业务 3 外拓营销（阵地联动路演沙龙社群）

4 行外吸金引爆联动 5 实战：两扫五进

6 实战：不良贷款清收） 7 特色客群获客

8 厅堂策反客户 9 临时提升客户

10 到期转化客户 11 他行策反客户

第六讲：网点营销策略

知识点：1 营造氛围（临街、入口、厅堂、柜面、贵宾区）

2 厅堂营销（对公、对私、大堂经理、客户经理四力提升）

3 柜面营销（战斗力提升）

4 项目思路（1345 模式）

第七讲：目标客户群开发

知识点：1 定位与需求（老年 女性 亲子 商贸 代发 务工）

2 需求分析与调研（路径分析 场景分析 特征总结）

3 活动经营策划（体验互动类 知识竞赛类 公益收获类）

（公益共享类 联盟类 个性服务类）

第八讲：产品组合营销

知识点：1 产品组合营销

2 探寻引导顾客需求——spin 技巧

3 产品销售话术提炼（把产品特点转化为客户利益）

4 客户异议处理技巧

5 促成交易八法

第九讲：主题营销互动策划

知识点： 促销沙龙型：优雅女人节 互动娱乐型：春节七天乐元宵节

节日需求型：浪漫情人节 节日异业联盟：二月二

传统风俗型：腊八节 春节需求型：小年夜

第十讲：实战演练篇、穿插在各篇中

1：存量客户深挖（小组 PK）

激活休眠客户：客户筛选、短信破冰、电话邀约、短信提醒

全套文字写作模版、电话话术——全部教会你，并互动演练实操

2：存量客户邀约（小组 PK）

顾问式销售：引起兴趣、探寻需求、满足需求、处理反对意见、现场成交

55387 法则与客户拒绝应对话术——现场角色互换实训

3：SPIN 销售法演练

找出客户现有背景的事实！ 引发客户说出隐藏的需求！

放大客户需求的迫切程度！ 揭示自己产品价值和意义！

分组针对自有客户运用 SPIN 销售法寻找出：S、P、I、N 营销突破亮点

4：特色客户群筛选营销（分组 PK）

- (1) 企业高管及私营业主客户
- (2) 老年客户
- (3) 商贸结算户
- (4) 女性客户
- (5) 农村种养殖户、

带领学员针对各类客户撰写顾问式销售话术——角色互换演练

5：增量客户外拓（小组 PK、分组 PK）

实践两扫五进，进行陌生拜访、直至追销、成交。

十大成交法现场运用：（富兰克林、贵宾、冲击波、自残成交法）等

6：厅堂与柜面营销（大组 P K）：

话术训练、1345 模式训练、

7：电话邀约话术（不同客群）

- 1、潜力客户激活
- 2、中端客户提升
- 3、高端客户防流失
- 4、临界客户提升
- 5、到期客户转化

战区情景演练

第一战场：社区营销

1.沙龙营销模式

- 1) 论点：沙龙流程：三大步骤二十三流程
- 2) 论点：沙龙策划：五关键十二问
- 3) 案例：XX 银行的亲子沙龙如何销售 29 份儿童保险。
- 4) 案例：端午节的社区活动如何拉存款

2.路演营销模式

- 1) 论点：化硬为软，卖产品先卖理念
- 2) 案例：银行的社区公益巡演如何巧营销保险
- 3) 案例：广州 XY 银行的闯关行动开户 56 户。

3.跨界营销模式

- 1) 论点：借助第三方的力量
- 2) 案例：银行与课外辅导机构的神奇姻缘
- 3) 案例：银行与商场的节前开卡抽奖

第二战场：商圈营销

1. 营销模式

- 1) 论点：讲堂营销三大准备
- 2) 案例：XX 医院的理财小讲座

2. 搭车营销模式

- 1) 论点：嵌入式营销的思维
- 2) 案例：XX 大学学习班的银行抽奖

3. 扫街营销模式

- 1) 论点：陌拜营销的五大准备
- 2) 案例：信用卡陌拜营销骂“滚”后反成交 10 张卡

第三战场：网点营销

1. 微信营销模式

- 1) 论点：界面三要素-照片，名字，签名
- 2) 论点：发帖三大关键
- 3) 论点：客情维护五技巧
- 4) 案例：XX 银行借助云端机月吸粉 1809 人
- 5) 案例：大客户的微信问候为何被批

2. 电话营销模式

- 1) 论点：短信预热的六大模块
- 2) 论点：电话营销的五大注意四大流程
- 3) 案例：银行的短信为何能让客户主动打电话

4) 案例：电话营销人民币理财全流程语术的深度解读

3. 联动营销模式

1) 论点：联动营销的四大要点四大流程

2) 案例：XX 银行柜员与客户经理联动营销流程解读