

《小微信贷业务创新与营销技能提升》

讲师：陈方晖

课程简介：

商业银行的第三方业务收入已经越来越显得重要，银行的各种理财产品为个人或家庭，提供了理财规划和资产配置的全新途径。然而，对于商业银行的零售业务所面对的客户以及客户的需求，对应的产品优势等基本面及相应的营销技巧，许多银行理财经理对此都所知不多。不知道如何定位客户的群体分类、不知道如何发掘客户的需求、不知道如何通过深度挖掘客户需求达到营销目的、针对以上问题，陈方晖老师重点分析针对银行小贷经理对客户经营和需求挖掘。

首先帮助学员系统分析客户的需求，然后深入讲解通过客户经营，以顾问式营销的技巧，帮助理财经理全面提升与客户沟通与深度挖掘客户需求的技巧，全方位助力您的业绩成长。

课程收益：

- 1、针对金融从业人员对中产群体客户的深度开发，转变产品导向
- 2、针对客户的四类风格类别，协助顾问认识理财客户、服务客户
- 3、不同客户提供个性化需求提供专属服务，以八大规划、六大流程为重点营销
- 4、提升金融从业人员服务意识，深化金融行业服务的流程，打造高效理财团队
- 5、以生动的课程模式，引领学员开展有针对性的专业技能与营销技能提升

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：消费信贷业务及从业人员价值与定位

一、信贷业务发展趋势分析

1、信贷业务产生基础（以消费贷、房贷为例）

- 1、经济基础 2、金融基础 3、理论基础

2、个人消费贷款的业务特点分析及作用

3、互联网+时代个人消费贷款直销队伍建设的历史意义与市场价值分析

结论：大数据时代，关注客户体验，打造忠诚客户

销售模式转型：顾问式销售、零距离营销

二、金融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、意识转变：学员成长路线规划（引导学员对目前职业发展的正确认识，引导学员成长路线规划，树立理财经理意识，交叉营销意

识)

第二讲：客户类型、需求分析与营销渠道拓展

一、客户类型分类

1、按照年龄性别结构分 2、按照收入结构分 3、按照客户来源方式

4、按照理财习惯分 5、按照贡献度与忠诚度分

二、客户需求分析

1、客户需求分析十字法 2、客户需求的挖掘 SPIN 技术

三、客户开发渠道

1、内部挖掘 2、客群营销 3、情感关系 4、结盟共赢

第三讲：顾问式营销流程

1、寻找共同话题----运用线索开启对话

1、寒暄的作用 2、巧用赞美技巧

2、获取信息

1、从内部与外部两种途径获取信息 2、找关键人的身边人

3、挖掘需求

1、客户需求的挖掘 **SPIN 技术** 2、善用发问的技巧

4、客户经营

1、把握人性五大特点：创造峰终定律感受，打造忠诚客户

2、创造事件、掌握事件--创造回忆的事件法：创新营销活动

5、产品展示 FBI

1、信贷产品与客户人生价值链接技巧 2、信贷产品解说 **FABE 技巧**

6、销售促成

1、销售促成七法

2、销售促成实战演练

7、异议处理

1、异议处理原则

2、异议处理话术训练

8、售后服务

1、售后服务带来重复消费

2、售后服务带来转介绍

第四讲：客户经理销售策略篇

一、成交是营销工作艺术

1、我们竞争对手是谁？

2、我的客户在哪？

3、客户痛点在哪里？

客户经理扮演的三类角色分析

“托”——短暂业绩带来客户的终生流失

“推销员”——与巨大的工作量成绝对反比的低成交率以及低客户感知

“金融顾问”——能赢得客户托付终身的专业伙伴

4、场景演练：基于客户的金融现状与实际需求

“自然到访客户——（流量）咨询产品的客户时刻以客户利益为中心！”

“邀约到访客户——（存量）未接触过贷款却有大量资金”为客户负责！”

“外拓开发客户——（增量）他行客户已购买高额理财产品”信任破冰！”

“客户说我不买了——（拒绝）”我如何解脱客户异议”

二、如何为客户带来巨大价值

- 1、客户的终身价值与成交价值
- 2、营销终止或失败背后客户心中的干扰因素分析
- 3、银行为客户能带来的价值与体验
- 4、客户犹豫不定时严禁的七种促单话术

第五讲：客户开发技巧篇

一、让客户期待我们的电话——电话邀约准备

- 1、制定联系计划对工作的帮助
- 2、客户信息的收集与分析
- 3、SPIN 联系计划制定
- 4、运用赢单九问：为客户带来价值，让客户期待理财经理的电话

二、电话开场白

- 1、客户对陌生人的信息需求
- 2、电话开场白的脚本策划

三、邀约理由呈现与时间敲定

- 1、以客户利益为中心的语言意识
- 2、高度客户化的语言内容

3、时间敲定三步曲：欲擒故纵、主动出击、有张有弛

话术演练：时间敲定三步曲参考话术

四、电话后续跟进

1、跟进的作用分析

2、跟进的方式与要素

3、跟进的核心内容

案例分析：第一次邀约成功之后的跟进短信

第六讲：电话邀约实战演练篇

一、符合条件的客户如何约见零售银行真实个人客户

背景：1、导入本类客户约见要点 2、学员按流程设计邀约话术

3、学员现场演练 4、演练点评与讨论 5、参考话术提炼

二、没有需求客户如何约见

三、未买过理财产品的客户如何约见

四、打过电话但是未成功的客户如何约见

第七讲：邀约客户上门面谈技巧篇

一、销售是可以设计的——客户面谈准备

1、面谈准备——以“二变”应“万变”

2、客户潜在理财需求分析

3、销售工具准备(人民币理财、基金定投、银保等)

4、客情关系建设道具准备

二、第一时间打倒竞争对手——面谈开场白

1、开场白的三大忌讳与三大目标

2、顾问式开场白的流程与要点

3、顾问式开场白的脚本策划

三、需求探寻技巧 SPIN“你认为你需要”

- 1、需求探寻行为与销售动机的关系
- 2、个人理财客户的典型需求
- 3、顾问式需求探寻流程四步走
- 4、客户典型异议处理

四、交易促成技巧

- 1、临门一脚应该怎么理解
- 2、成交的潜在好时机——透视客户心理
- 3、成交的风险控制
- 4、高效成交 7 大法宝——让成交成一种必然

情景演练：客户很想购买，但是又担心风险，怎么做？

情景演练：客户想买，但表示要跟家人商量，怎么做？

五、攻心为上——后续跟进与客户维护

讨论：写给高端客户的一封信

情景演练：成功营销的客户该如何跟进？

第八讲：客户面谈实战演练篇

真实客户背景信息：

- 1、面谈要点
- 2、讨论面谈思路
- 3、学员现场演练
- 4、演练点评讨论
- 5、参考话术提炼

第九讲：小组、大组 PK 演练、讲授头脑风暴法