

《零售银行客户经理业绩提升》

——讲师：陈方晖

【课程背景】

很多销售型课程都是以讲解产品技巧为核心内容，而忽略了销售的根本即如何挖掘创造客户需求并引导客户成交。在授课中，老师将在销售的关键节点与学员互动：如何树立积极销售心态、如何快速成为客户的朋友，如何发掘创造客户需求、如何建立信赖感、如何进行产品陈述、如何解除客户的异议……即学即用！学员在任何一个环节中都可以随时针对销售过程中遇到的难题跟老师进行探讨，并且老师建议学员在课程中将自己的产品作为道具进行实战模拟，本课程具有极强的复制性与实用性，当课程结束后，一套完整的销售技巧与销售话术流程便呈现在学员面前……

【课程收益】

- 1、激发客户经理自信心，改变销售员消极被动的工作态度，培养积极、付出工作态度
- 2、掌握如何全、准、及时地收集客户信息
- 3、学会挖掘客户的真实需求，提出有竞争力的解决方案
- 4、学习如何赢得客户的信任并建立关系
- 5、课程将深刻诠释 SPIN 顾问式销售行为的核心本质，
- 6、强化销售人员异议处理及缔结能力，提升终极成交技巧

【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】

理财经理；客户经理；个贷经理；个人客户经理；大堂经理；综合柜员等

【课程大纲】：

第一章、卓越银行客户经理的自我修炼

一、卓越银行客户经理的角色定位

(一) 财务顾问 (二) 双重代言人 (三) 营销专家

二、卓越银行客户经理职业发展的9大关键

(一) 目标决定高度 (二) 熟悉文化制度 (三) 引导客户，控制风险

(四) 先易后难乘胜追击 (五) 信贷资源决定业绩 (六) 授信操作要坚持

(七) 授信产品莫放弃 (八) 经营好人际关系 (九) 银企共赢长久计

三、卓越银行客户经理的10个信念

(一) 销售最伟大事业 (二) 销售是分享 (三) 成交就是为了爱

(四) 剩者为王 (五) 凡事必有原因 (六) 勇于负责

(七) 做销售先做人 (八) 为成功找方法 (九) 学习力

(十) 卓越源自企图心！

四、压力与情绪管理

(一) 正确认识压力、情绪 (二) 常用的调节方法 (三) NLP对情绪的调控技

(四) 对情绪调节的方法

第二章、卓越银行客户经理的沟通技巧

一、沟通的2种模式

二、沟通3要素

三、沟通的禅定----身心合一

四、沟通4大基石：(一)望 (二)闻 (三)问 (四)说

五、亲和力：亲和力 3 前提、情感银行、同一频道----先跟后带、V.A.K、瞬间亲和力

……六、沟通 8 宝

七、高效沟通六步曲

(一) 营造氛围 (二) 理解共赢 (三) 分析问题

(四) 提出方案 (五) 认同执行 (六) 检查反馈

八、高效沟通 3 要诀 (一) 标准化 (二) 多向性 (三) 短平快

九、抱楚为痛----沟通沟心

(一) 行为冰山模型 (二) 马斯洛需求层次论 (三) 钓鱼理论

(四) 对方最关心的是什么 (五) 如何站在对方立场进行沟通

十、明心见性----DISC 客户性格分析

(一) DISC 四种性格的特点描述 (二) DISC 四种性格的录像片断

(三) 针对不同性格的沟通技巧 (四) 自我测试：自己属于什么性格？

案例：乔吉拉德的教训 无法抗拒的亲和力 客户为何发怒？

沟通中的误会 游戏、训练：巧猜年龄、生日 3 种角色的沟通 德国情报局的读心术

第三章、卓越银行客户经理的客户开发技巧

一、确定目标客户——找对象

(一) 优选客户 (二) 目标客户分类

二、客户开发的渠道

(一) 陌生拜访 (二) 查媒介 (三) 模仿成功案例 (四) 缘故法

(五) 借力“人脉” (六) 进入人脉圈 (七) 转介绍法 (八) 公私联动

(九) 活动营销 (十) 讲座营销 (十一) 网点客户开发

三、电话营销

(一) 电话营销的特性 (二) 电话营销的技巧

四、做好准备，接近客户

(一) 收集情报 (二) 制订访问计划 (三) 准备营销工具 (四) 约见客户

五、拜访客户的要点

(一) 拜访对象 (二) 礼仪形象 (三) 注意事项

(四) 场外公关——非正式沟通

六、建立客户良好关系 6 部曲

(一) 找目标客户 (二) 帮客户解决问题 (三) 理财产品能解决的问题

(四) 收益具体化 (五) 供客户需要产品 (六) 确保客户能正确掌握所购的产品

案例：某客户信任客户经理主要因为一个细节 送礼的窍门 借力使力不费力

客户为何挂电话？某客户经理如何把大厦保安变成内线？

第四章、卓越银行客户经理对客户需求的把握

一、银行客户心理分析

(一) 对方思考的 6 个问题 (二) 人性的根本 (三) 马斯洛心理需求

(四) 性格分析学 (五) 银行客户消费心理 (六) 银行客户谈判心理

(七) 银行客户 8 种购买动机 (八) 客户购买决策流程 (九) 准客户 4 要素

二、客户需求分析

(一) 广义的需求 (二) 对理财产品的需求 (三) 客户需求分析 (四) 客户需求判定

三、客户需求创造

(一) 认识需求创造 (二) 如何需求创造？ (三) 客户的痛苦点

案例：客户的心声 如何判断客户性格？一厢情愿的推销 价值观排序

男人与女人基于心理特性的矛盾

第五章、卓越银行客户经理产品销售技巧

一、银行产品呈现技巧

(一) 银行产品基本呈现技巧

(二) 银行产品呈现的 7 种武器

- 1、巧设诱饵法
- 2、打预防针法
- 3、顺藤推瓜法
- 4、傻瓜相机法
- 5、T形对比法
- 6、阴阳互动法
- 7、五感轰炸法

(三) 银行 SPIN 销售

(四) 银行销售锁定客户

(五) 银行催眠销售

- 1、设置心锚
- 2、洞悉对方的魔术语言并说出来
- 3、瞬间催眠语言
- 4、痛他乐己法
- 5、九赢真经--催眠式销售法

三、银行客户异议处理技巧

(一) 银行客户异议产生的原因分析 (二) 银行客户异议处理的时机及策略

(三) 银行客户异议处理的流程

(四) 降龙十八掌---异议处理技巧

- 1、肯定法
- 2、太极法
- 3、看山法
- 4、惊讶法
- 5、复述法.....

四、银行销售缔结成交

(一) 银行客户购买的 5 种信号 (二) 银行客户成交前的铺垫

(三) 银行成交 9 赢神功----成交技巧

- 1、假设成交法
- 2、选择成交法
- 3、宠物成交法
- 4、回头成交法
- 5、对比成交法
- 6、机会成交法
- 7、6+1 成交法
- 8、欲擒故纵法
- 9、关联成交法

案例：银行转存款 银行信用卡销售 服装店老板与客户的心理战 巧妙面对“老江湖”砍价 男人与女人不同的消费习惯 如何与不同性格的银行客户沟通？

第六章、卓越银行客户经理业绩倍增之路

- 一、团队营销
- 二、特色营销
- 三、创意营销
- 四、网络营销
- 五、自媒体营销
- 六、异业联盟

案例：一个好汉三个帮 幽默轻松拿订单