

# 《网点经营与精细化管理和理财经理核心技能提升》

——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，银行的竞争会更加激烈，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。营销要引起高度重视、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 银行场景化营销必须与时俱进、开创新打法，才能在这场任务重、周期短、压力大的营销战役中创造佳绩。

## 课程收益：

- 1.分析新形势下银行营销的新特点
- 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.分析营销的增量来源分析，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

## 第一篇：厅堂联动策略篇

### 一、大堂服务营销的联动模式

#### 1. 大堂转介

- 1) 主动营销的概念
- 2) 识别动机与商机      案例分享：做一个善于观察的人
- 3) 联动流程

#### 2. 柜员转介

- 1) 联动流程
- 2) 服务营销七步法

#### 3. 专人营销      小组讨论：一句话营销话术

### 二、联动营销的注意事项

1. 专人专岗
2. 全员转介
3. 专人销售

### 三、各职责区服务营销规范

#### 大堂经理的营销流程及关键点

- 1.大堂经理营销流程
- 2.大堂经理营销的四大关键点

#### 柜员的营销流程及关键点

- 1.柜员识别推荐流程
- 2.柜员交叉营销的四个关键
- 3.柜员一句话营销的三个要点
- 4.提升柜员营销的三大基本要求

#### 理财经理/客户经理的营销流程与关键点

- 1.营销岗位的三大工作重点
- 2.客户关系管理的四个阶段
- 3.客户关系的日常管理

- 1.客户的分类方法
- 2.客户关系的日常维护
- 3.客户信息的日常完善
- 4.客户营销工具的管理

#### 四、客户营销的流程与技巧

- 1.识别客户的六大关键信息
- 2.运用八大线索与客户开启对话
- 3.赞美客户的5大要点
- 4.倾听客户的技巧
- 5.提问客户的技巧
- 6.产品说明的三大工具

#### 五：厅堂投诉处理六步曲

1. 受理投诉
2. 隔离客户
3. 安抚客户
4. 投诉调查
5. 投诉处理
6. 跟踪服务

### 第二篇：网点营销的方法与技巧

#### 一、客户识别

1. 目测识别—MAD 法则
2. 客户特征及识别方法

小组讨论：客户适销产品推荐表

#### 二、建立信任

1. 有效沟通
2. 真诚赞美

视频：高效的沟通

#### 三、激发需求

1. SPIN 法则

- 1) 现状(Situation)：怎么样
- 2) 问题(Problem)：为什么
- 3) 暗示(Implication)：还会怎样
- 4) 解决(Need-Payoff)：是否

2. SPIN 法则范例分析及讨论

模拟演练：SPIN 话术练习

#### 四、介绍产品

1. FABE 法则

- 1) Feature 产品特色
- 2) Advantage 产品优点
- 3) Benefit 产品优点能给客户带来的好处
- 4) Evidence 相关佐证信息

## 2. FABE 法则范例分析及讨论

模拟演练：FABE 法则练习

## 五、异议处理

案例讨论：电子银行类产品的异议处理      案例讨论：保险类产品的异议处理

## 六、促进成交

1. 发现购买信号
2. 提出购买请求
3. 暂时没有成交客户的后续跟进

## 第三篇：理财经理专业底蕴及素养的匹配

### 一、住进高净值客户心里

1. 了解高净值客户的财富积累历程

#### 2. 找准与高净值客户相处的方式

- 1) 了解企业
- 2) 判断性格
- 3) 摸清喜好
- 4) 聆听发问
- 5) 不卑不亢
- 6) 专业致胜

#### 3. 走心的经营之道

- 1) 见证成长
- 2) 节点经营
- 3) 谦卑求教
- 4) 润物无声
- 5) 水到渠成

### 二、高净值客户成交经典案例解读

1. 《用心服务成就千万东方红》—通过高净值客户的范例，体味走心经营
2. 《开门红的准备就是客户的准备》—分析高净值节点运作，成交

### 三、与高净值客户共同成长

1. 形象
2. 心智
3. 专业

### 四、核心产品的功能介绍

1. 财富传承类
2. 家庭安全类
3. 资产分离类

## 案例实操训练

- 1) 财富传承案例                      **案例解析：**企业家的传承规划
- 2) 家庭安全案例                      **案例解析：**子女婚前财产的规划
- 3) 资产分离案例                      **案例解析：**父债可子不还

## 五、产品销售实战转化

### 1. 高净值客户盘点

- 1) 建立人脉卡      2) A/B/C 客户分类      3) 筛选 A 类客户

### 2. 客情分析

- 1) 信息掌握的程度    2) 接触次数                      3) 再次接触的难易程度

### 3. 判断需求确定沟通方向

- 1) 财富传承              2) 婚姻财富管理              3) 资产分离

### 4. 匹配产品组合

- 1) 保险主功能的确认    2) 保险关系人的确认      3) 缴费金额的确认

## 第四篇：“三量”掘金

### 第一讲：留住流量网点营销

- 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）

### 第二讲：深挖存量开拓

- 知识点：1、客户数据分析    2 档案管理    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

### 第三讲：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

## 第五篇：目标客群开发营销

### 一、目标客群开发

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)

### 二、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

### 三、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

## 第六篇：实战演练篇

### 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 PK）：**

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