

《银行 5--20 万客户开发与维护实战技巧》

——讲师：陈方晖

【课程背景】

日趋激烈的金融竞争中，客户已然成为银行同业间最关键的竞争焦点之一，同业间的竞争已经从产品、服务的竞争逐步向客户的竞争转移，谁拥有客户尤其是高端优质客户谁便能扩大市场份额，进而能够占领竞争的至高点并在激烈的市场竞争中夺得胜利旗帜。客户经理在这场市场竞争中扮演着极其重要的角色。

愈演愈烈的市场竞争中，各大银行都意识到，营销业绩是公司经营管理的核心命脉，是能否实现公司利润的关键因素，是确保公司保持持续稳定增长的重要基础。而业务的健康发展首先需要一批专业的人才队伍，陈方晖老师与客户经理直接和客户接触，是一线战斗人员，其专业度和销售技巧直接展示了一家银行的形象与实力，为此对客户经理综合素质和专业能力的培养也是各大银行人才战略的关注重点。

【课程收益】

- 1：帮助学员提升和改善专业营销技能
- 2：帮助学员提升批量客户的营销能力
- 3：帮助主管梳理整个营销环节，并进行重点强化
- 4：帮助学员掌握实战拓客技能，进而创造更高的业绩

【课程时长】 1天（6小时/天）

【授课方式】 互动讲授+引导式教学+案例分析+小组研讨+实战演练

【课程对象】 客户经理；个贷经理；个人客户经理；

【课程大纲】

第一讲、存量客户的分析

一、不同休眠客户的原因分析

- 1：多次不满的客户
- 2：跟进不到位的客户
- 3：不了解银行的客户
- 4：有同业竞争的客户
- 5：无主动需求的客户

二、休眠客户蕴含无限潜力

- 1：沉默是金
- 2：突破口才是关键
- 3：小角色大能量

三、内外环境因素分析

- 1：网点变革趋势
- 2：外部竞争压力
- 3：客户需求变化

四、网点员工困惑分析

- 1：畏惧心态，不敢向客户营销
- 2：技能不足，不知如何去营销

第二讲、怎么样来盘活休眠客户

一、高效电话邀约

- 1：找到打电话的原动力
- 2：勇敢迈出第一步
- 3：信任的建立
- 4：影响电话沟通的三大因素

二、实战面谈技巧

- 1：认识财富管理的理念
- 2：设定面谈目标，精心准备面谈
- 3：接洽开场

三、通过储忆系统和性格模式分析识别客户

- 1：对客户消费价值、特征、需求进行分析归类
- 2：通过客户言行把握开场寒暄的关键点
- 3：误区分析及正确模式解析

四、有效接洽开场的四种方法

【案例分析】不同银行客户的性格特征

1：KYC——了解你的客户 6 种提问方式

2：SPIN——4 步找到需求突破口

【案例分析】高效提问挖掘客户对银行产品的潜在需求

3：产品呈现的 BACE 法则： 【案例分析】某款银行理财产品的呈现

4：异议处理、误区分析、原因分析、四大方法

第三讲、建立关系打基础

目的：揭示关系营销根本，把握如何与客户建立关系并发展关系，建立什么样的关系是忠诚的客户。

1、营销管理的 4P 解析

2、关系营销的总体策略

3、客户关系诊断与评估

4、建立客户关系的六个重要因素

5、建立客户关系的四大准则

6、建关系的技巧（建关系的核心在于“建”从无到有）

【实战演练】建立一份银行客户的档案实战练习：

建立一份银行大客户的“头脑份额”评分表实战练习：

建立一份客户关系诊断分析图

目的：客户的类型及各自关心什么，从而找出销售策略与方法。

第四讲、维系关系拓事业

掌握主动服务营销（案例分析、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

1、优质客户关系的 6 大障碍

2、小道具的神奇作用

3、中资银行与外资银行的最大差距点：客户信息收集与档案管理

4、三大客户关系的意义与识别（亲近度，信任度，人情）

5、四种客户类型判断方法与技巧

6、四种不同类型的理财客户心理分析

7、用客户喜欢的沟通方式进行沟通

第五讲：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）未接触过基金却要大额申购”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

第六讲：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，让客户期待客户经理的电话

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

第七讲：电话邀约实战演练篇

一、符合办理贵宾卡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、打过电话但是未成功的客户如何约见

第八讲：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？

第九讲：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