

《客户分层—分群—分户管理实现存款提升》特训

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……

2021 陈方晖老师，针对银行营销必须与时俱进、开创新打法，才能在这场任务重、周期短、压力大的旺季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： 2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：银行客户经营策略：盘客户（分层 分类 分群）

按客户资产分层

AUM（客户总资产） 1—3 万元为价值客户 3—5 万元为潜力客户

5—10 万元为大客户

20—50 万元为金级客户（VIP）

50—300 万元为白金客户（财富客户）

300—600 万元为钻石客户（财富客户）

600 万元以上为私行客户

按客户年龄分类

20—30 岁培育类客户 30—40 岁成长类客户

40—50 岁稳健类客户 50—60 岁巅峰类客户

60 岁以上休闲类客户

按客户标签分群

外来务工客户群 外出务工客户群 社区客户群

拆迁客户群 特色种植客户群 特色养殖客户群

沙龙客户群 商贸客户群

第二讲：客户管理基础技能之客户信息分析

一、理财客户信息收集

1. 非财务信息收集 2. 财务信息收集 3. 爱好与目标确定

现场模拟：信息收集技巧

二、客户 KYC 很重要

1. 客户识别三要素 MAN

2. 客户识别的六大关键信息

- 1) 物品信息 2) 业务信息 3) 工作信息
- 4) 家庭信息 5) 行为信息 6) 话语信息

视频播放：《全民情敌》

3. 厅堂识别客户技巧——望、闻、问、切

4. 了解客户—KYC 法则

角色演练：如何做客户的 KYC

三、财富健康三大标准

1. 现金流管理 2. 风险管理 3. 投资管理

案例：陶碧华坚持不上市

四、家庭财务报表制作及财务评价

1. 资产负债表制作 2. 收入支出表制作 3. 六大财务指标测评

案例：某高净值客户的家庭财务报表

五、风险承受与风险偏好评价

1. 保守型 2. 稳健型 3. 平衡型 4. 成长型 5. 进取型

案例：某客户风险评估结果与够慢产品风险等级不匹配

六、理财规划目标与生命周期理论

1. 单身期 2. 形成期 3. 成长期 4. 成熟期 5. 退休期

工具：客户信息收集表工具与使用

演练：客户信息收集与分析演

第三讲：客户分层分群营销技巧

一、基于成熟客户分析的营销

1. 新客户 2. 成长型客户 3. 熟客

二、家庭资产配置营销方法

- 1) 私营业主——风险分散与隔离，产业持续经营(投资性)

- 2) 绩优白领——投资习惯与纪律，胜通胀(保值性)
- 3) 专业人士——专业性战胜市场，技术手段与信息(投机性，收藏性)
- 4) 家庭主妇——财产保护，优惠与实惠(保护性)

讨论：还有那些可以归类的客户群体？

2. 生命周期和生活方式结合的客户产品矩阵

- 1) 生活方式的分析
- 2) 不同地区，不同文化宗教背景
- 3) 价值实现——生命周期不同阶段的理财产品

3. 客户类型与资产组合

- 1) 保守型
- 2) 稳健型
- 3) 平衡型
- 4) 成长型
- 5) 进取型

工具：资产配置组合表

第四讲：客群营销

一：人以群分，常见九大客群

- 1) 商户社群
- 2) 老年客群
- 3) 企业客群
- 4) 有车一族
- 5) 亲子社群
- 2) 女士社群
- 3) 教育社群

讨论：还有那些可以归类的客户群体？

二：重要群体的理财引导

- 1) 私营业主——风险分散与隔离，产业持续经营(投资性)
- 2) 绩优白领——投资习惯与纪律，胜通胀(保值性)
- 3) 专业人士——专业性战胜市场，技术手段与信息(投机性，收藏性)
- 4) 家庭主妇——财产保护，优惠与实惠(保护性)

三：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)

四：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

第五讲：客户经理的角色定位

1、银行网点面临的挑战

2、银行客户营销本质的变迁

3、以顾客为中心思想和关系营销发展的结果

4、银行客户经理的角色定位

5、客户体验过程的每一个瞬间——客户经理起到的重要作用！

一、银行客户开发八步法

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、产品价值呈现

6、异议处理

7、缔结成交

8、优化客户关系

二、如何甄选优质的目标客户

1、内部挖掘

2、外部发掘

3、人脉拓展

4、陌拜拓展

5、结盟拓展

6、网络拓展

7、甄选标准：MAN 法则

三、拜访客户前必须做哪些准备？

1、形象准备

2、心态准备

3、销售工具准备

4、客户信息准备

四、接近客户的细节和技巧

1、电话预约

2、邮件/信函

3、直接陌拜

4、进社区

5、培训……

案例：某银行开展社区营销的步骤

五、如何快速建立信任

六、洞悉客户心理需求：

七、我们为客户提供什么？

- 1、储蓄结算业务
- 2、银行卡业务
- 3、个人贷款业务
- 4、个人理财业务
- 5、电子银行业务
- 6、不同业务的营销技巧与实战案例解析

八、如何展现产品价值？

- 1、活化演示 VS 体验营销
- 2、巧用“加、减、乘、除” 练习：利益展示的 FABE 法

九、如何处理客户异议？

- 1、挖掘
- 2、感同身受
- 3、赞美
- 4、澄清事实/转移话题
- 5、反问提方案

案例练习：不喜欢用信用卡、不喜欢用电子银行

十、如何踢好临门一脚？

缔结成交的九种射门方法：

投石问路法、利益综述法、案例成交法、假定成交法……

第六讲：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 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