

《银行网点场景化营销技巧与实战演练》

——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……

2019 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： 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 产品特点
- 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：“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 归档管理 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

第四篇：目标客群开发营销

第一讲：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)

第二讲：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

第三讲：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

第五篇：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