

《银行信用卡外拓营销》课纲 (1+4)

——讲师：陈方晖

课程目标：

信用卡日常消费类贷款客户营销从业人员必须掌握的方法：

- 掌握开发日常消费类贷款客户的策略和步骤
- 把握重点客户的精准营销策略（定位）
- 学习专业的重点客户营销技巧
- 客户情报收集与分析
- 信用卡产品的设计
- 大客户谈判策略与经验分享
- 学习如何与繁多的信用卡客户建立长期的合作伙伴关系
- 了解高端客户关系管理的关键内容

通过本课程的学习，学员将了解销售的基本理念以及掌握信用卡销售的基本流程与销售技巧，从而树立良好的销售自信心，为随后顺利进入销售市场做好充分的准备。

课程大纲：

第一讲：重新认识销售

- 一、每个人都是一位销售天才
- 二、销售是当今最热门的职业之一
- 三、销售可以创造奇迹

第二讲：信用卡销售的目标与计划

- 一、高品质销售目标的八大问题
- 二、如何分解销售的目标

第三讲：SMART 竞争情报分析策略

- 1、自身情报获取与分析 (SELF)
- 2、行业情报获取与分析 (MARKET)
- 3、竞争对手情报获取与分析 (RIVAL)
- 4、目标客户情报获取与分析 (TARGET)

目的：情报是一切思想和行动的基础，利用 SMART 竞争情报分析策略全方位的获取信用卡产品业务情报并设计出有针对性的金融产品。

第四讲：信用卡产品设计的 10 大定律

- 1、领先定律（案例：招商银行信用卡取胜之道）
- 2、品类定律（案例：招商银行信用卡掌上生活）
- 3、心智定律（案例：汇丰信用卡最红星期 5）
- 4、认知定律（案例：平安银行信用卡 10 元看电影）
- 5、聚焦定律（案例：招商银行信用卡饕餮美食计划）
- 6、炒作定律（案例：招商银行信用卡新产品微博营销、邮件病毒营销案例）
- 7、趋势定律（案例：招商银行信用卡移动互联网业务产规划）
- 8、对立定律（案例：招商银行信用卡商旅业务 PK 携程）
- 9、二元定律（案例：招商银行信用卡支付产品的二元竞争格局）
- 10、资源定律（案例：招商银行信用卡与传统银行业务的资源整合案例）

第五讲：信用卡产品的卖点挖掘

- 1、餐饮、娱乐、商旅行业的特约商户卖点挖掘
- 2、信用卡分期付款-电器，汽车，家装等等分期付款业务卖点挖掘
- 3、收单业务卖点挖掘
- 4、邮购业务卖点挖掘
- 5、信用卡积分业务卖点挖掘
- 6、电子支付产品功能的卖点挖掘

7、3G 时代的信用卡增值业务方案设计及应用

8、认同卡、联名卡卖点挖掘及营销陷阱

第六讲：信用卡销售的前期准备

一、商务拜访的礼仪

1、专业的职业形象塑造

2、拜访中会面的礼仪细节

二、做好拜访的准备工作

1、出击需要良好的心态

2、访前准备的目的

3、访前准备的步骤

4、拟订拜访计划

5、推销技巧演练

6、电话预约

7、自查携带工具

8、信心出击

三、结束拜访后的工作

第七讲：信用卡日常消费类贷款客户营销策略

1.精确市场细分

2.有效挖掘目标客户

1)营销网点内部搜索法

2)人际连锁效应法

3)陌拜法（电话、扫楼、电子邮件等直销途径获取信用卡客户）

4)资料分析法

5) 人肉搜索法

6) 微博、社交网站等电子化渠道的高端客户搜索技巧

3.依据金融机构指标实施“漏斗管理”

4、信用卡日常消费类贷款客户群人脉拓展 6 步曲

5、信用卡团办流程管理及精准营销实施策略

第八讲：沟通策略

- 1、信用卡客户陌拜礼仪
- 2、陌拜前的准备工作
- 3、左脑型大客户沟通策略
- 4、右脑型大客户沟通策略
- 5、信用卡卖点呈现技巧

第九讲：信用卡客户关系管理策略

- 1.客户分层分级的策略
- 2.CRM 与客户营销的关系
- 3.客户关系维护的三个境界
- 4.客户关系的提升，让你的客户与客户成为朋友！

第十讲：信用卡销售流程与技巧

一、客户开拓的渠道和方法

- 1、目标客户群的分析
- 2、积极利用五大渠道开拓客户

二、如何在面谈中建立信任

- 1、如何寻找共同话题
- 2、赞美让你赢得客户的欢迎
- 3、个性化营销在于了解人性的弱点
- 4、营销的制胜在于善用倾听
- 5、善用发问是营销成功的关键
- 6、善用“五同”关系—人脉法则

三、展示说明与 TFBR 法的应用

- 1、展示说明要点及方法
- 2、掌握 TFBR 利益探究法
- 3、如何做好展示机及示范

四、掌握拒绝处理的方法

- 1、探究拒绝的原因
- 2、我们通常遇到拒绝的处理方法
- 3、异议处理中的几个注意事项

日期	时间	银行信用卡外拓辅导方案（七点爆破）（1天大课，4天实战辅导）
大课	上午 09:00 —12:00 下午 14:30 —17:30	1、银行业务现状及形势分析 2、对公客户经理之痛，如何面对 3、金融脱媒化引发网点转型 4、互联网金融引发的服务模式的转型 5、信用卡营销技能提升 6、演练（七步法、产品配置、标普规划） 7、产品交叉营销批量获客 8、沙龙营销 183231 9、面对客户信用卡拒绝实操 10、T + FABE + 三限 = 成交 11、信用卡爆破营销策略（七点爆破）
辅导四天	08:30-09:00 晨会	1、各行行长安排信用卡客户开发事宜； 2、对拜访客户进行分析，确定沟通策略，准备（物料、工具、路线等） 3、对电话营销与维护客户进行话术准备、邀约来访、名单及话术； 4、各网点组织一场沙龙恳谈会 183231
辅导四天	09:00-17:00	各行长带领客户经理进行目标客户拜访工作 1、拜访企事业领导、了解客户需求、展示我行优势、挖掘客户痛点； 2、运用批量获客思维导图，寻找客户需求点，进商区、进社区、进专区； 3、对网点存量对公客户进行电销，沟通关系，探索需求，出具解决方案； 4、向意向客户宣讲本周沙龙营销，邀约客户，运用 FABE 吸引客户到来； 5、运用异业联盟，闭环营销，裂变法则，搭建平台共同创富； 6、话术 50 户有效电话，运用 37 通话发展，加强提问环节煽情链接关系； 7、运用客户需求时段，产生共鸣，邀约客户参加沙龙营销，SPIN；
	17:0-18:00（今日总结）	1、各行长汇报当日客户拜访情况； 2、分析存在问题及探讨解决方案； 3、进行场景还原，进行复盘演练； 4、老师总结点评；
最后一天	16:30-17:30（根据实际情况调整）	项目总结会： 1、总结回顾； 2、员工颁奖； 3、优秀员工分享 4、领导寄语。