

# 赢在开门红—— 开门红实战营销技巧提升

## 【课程背景】

- 银行开门红的思维定位，掌握客户服务营销技巧、工作流程与开门红营销解决等卓越实用的方式、方法，帮助网点第一时间提升工作差异化营销思维，塑造银行良好的主动服务形象，激发员工岗位自豪感和工作热情；
- 增强银行网点开门红营销意识、提升全员信息收集、分析和挖掘客户能力；
- 培养开门红客户关系拓展和管理技巧，通过接触客户、了解需求、推荐产品、完成交易以及建立忠诚客户等阶段对服务技巧、营销技巧等全面了解，从顺利实现柜员营销目标。

## 【课程收益】

- 1、快速提升网点差异化营销思维与心态
- 2、掌握提高厅堂开门红服务营销流程与技巧方法；
- 3、学习如何有效挖掘存量客户需求，塑造产品价值；
- 4、掌握开门红客户营销技巧与激活营销策略方式
- 5、学习厅堂管理如何做好开门红营销策略。
- 6、帮助厅堂快速激活存量休眠型客户盘活技巧与策略

## 【培训时间】

1天，共6学时

## 【培训对象】

银行客户经理、柜员及营销全员

## 【课程大纲】

### 第一部分 农商行开门红潜能激发与差异化思维塑造

#### 一、激发潜能——思路决定出路

##### ◇ 区域销售市场做不大的核心原因——思路同质化

A、区域地区营销为什么越来越难做？

B、银行客户营销成交“三分之一”法则

#### 二、银行开门红营销转型的“营销突围”势在必行

1、银行转型背景下的五大观念变革

2、银行营销转型的突破点在哪？

A、金融营销：从“坐以待币”到“主动营销”

B、产品突围：从本身价值到附加价值

C、营销突围：从技能提升到模式转型

D、服务突围：从客户服务到客户体验

E、人才突围：银行营销人员的五项修炼

#### 三、开门红营销前提：厅堂客户识别与客户心理分析

1、从人性的七个本质分析看当下营销创新

A、金钱风险分析

B、功能风险分析

C、生理风险分析

D、心理风险分析

## 2、不同年龄客户的营销心理

## 3、不同客户成交心理分析

A)、揣度客户成交心理

B)、望、闻、问、切四步激发客户需求

C)、老年客户的心理需要

D)、宝妈客户的心理需要

E)、青年客户的心理需要

# 第二部分 开门红网点客户关系管理与营销策略

## 一、银行厅堂联动营销技巧

1、大堂识别引导

2、柜面快速营销

3、营销信号发出

4、客户转介承接

5、巧妙运用工具

## 二、市场客户关系管理与差异化营销策略

1、层次化服务打造与营销

2、核心客户价值营销

3、临界客户激活营销

4、睡眠客户唤醒营销

### 三、开门红客户开发综合营销策略

- 1、服务营销：服务营销的四个关键时刻
- 2、交叉销售：产品组合
- 3、主动营销：电话、邮品、短信、电邮、上门拜访
- 4、整合营销：根据客户的需求定制营销策略
- 5、活动营销：沙龙、微沙活动

## 第三部分 存量客户电话盘活营销与策略

### 一、存量休眠客户分类管控分析

- 1、根据客户价值分类
- 2、根据客户取向特征分类

### 二、存量客户营销的电话邀约技巧

- 1、电话邀约的意义
- 2、邀约前准备
- 3、邀约中技巧
- 4、邀约后跟进

情景演练：各组设计开门红活动电话邀约话术并情景演练

### 三、存量客户社群营销盘活策略与技巧

- 1、金融业务营销模式创新之社群营销
  - 2、金融业务营销模式创新之沙龙营销
  - 3、金融业务营销模式创新之新媒体营销
- A、新媒体营销之微信营销的认识

B、微信朋友圈营销要点与思路

C、微营销三大注意要点分析

## **第四部分 客户需求挖掘与促成式缔结技巧**

### **一、银行客户开发流程及营销技巧（营销七剑）**

- 1、 客户识别
- 2、 需求分析
- 3、 拜访技巧
- 4、 产品呈现
- 5、 异议处理
- 6、 谈判技巧
- 7、 人际处理

### **二、如何塑造产品的价值及调动对方情绪**

- 1、 产品说明的方法与步骤
- 2、 产品介绍的八大技巧及注意事项
- 3、 提出解决方案（FABE 与 SPIN）
- 4、 捕捉客户的购买信息成交的时机
- 5、 提出购买建议（解决方案）

### **四、如何解除客户的抗拒点**

- 1、客户抗拒的本质：解除抗拒点的方法解除抗拒点的公式
- 2、解除抗拒点的成交话术设计思路
- 3、解除抗拒点原则
- 4、解除客户抗拒的技巧
- 5、处理抗拒点（异议）的步骤
- 6、如何化解紧急客户对产品与服务的误解

## 五、分析性格、敢于成交

- 1、力量型客户性格分析与成交技巧
- 2、完美型客户性格分析与成交技巧
- 3、和平型客户性格分析与成交技巧
- 4、活泼型客户性格分析与成交技巧