

客户心理分析与营销对策

主讲：金玉成

课程背景：

对公业务一直是银行收入的重要来源之一，其重要性不言而喻。尤其在现今经济大萧条、竞争日趋激烈的时期，更是显得尤为重要，在专业化销售流程当中，准客户开拓也是极为重要的一个环节。如何开发出有效客户，如何建立银行与企事业单位之间稳定的关系，关键在于提高银行客户经理专业素养、服务意识、银行整体客户服务的管理水平方面，只有做到以上三点，才能真正确保与客户的关系保持的更长久。

课程收益：

- 1、掌握详细的客户分析技巧，提高客情管理能力；
- 2、学习细化客户分类标准，进行差异化开拓与管理；
- 3、帮助银行建立客户营销分析系统，掌握维护客情的技巧；

授课方式：

专题讲授、案例分析、小组研讨、互动提问、头脑风暴、启发教学

适用范围：银行对公客户经理

课程时间：1天，6小时/天

课程大纲：

第一讲、如何选择营销方式

一、根据心理确定方式

- 1、依赖型
- 2、主动型
- 3、分裂型
- 4、回避型
- 5、偏执型
- 6、骄傲型
- 7、攻击型
- 8、刁酸型
- 9、暴躁型

二、如何正确面对客户；

三、AIDCA 法则：注意—兴趣—欲望—信任—行动；

第二讲、如何像客户一样思考

一、不同人群的消费心理：各个年龄段的心理突破点；

二、不可不知的客户心理：客户的七个“好”习惯；

三、客户选择的心理阶段：八个环节解密购买本质；

四、如何挖掘真正的需求：5+1 赢得专属客户；

五、问答方式与心理操控：

- 1、闲聊式
- 2、征求式
- 3、引导式
- 4、封闭式
- 5、借口式

第三讲、如何促使客户选择

一、成功营销的前提

二、十个选择关键词

三、成交的心理

1、进入对方的世界(描绘客户的内心)；

2、把客户带到世界的边缘(引导客户)；

3、将客户带入到你的世界(实现营销)；

四、激发客户的好奇心

第四讲、如何把握成交心理

一、客户成交六个心理：

自信、专一、果断、主见、敏感、想象；

二、五给法——成交金钥匙

三、心理营销案例：从水果摊看客户成交心理；

第五讲、课程回顾与研讨