

客户分层级经营与差异化营销

主讲：金玉成

课程背景：

同业竞争跨界竞争双重竞争压力越来越大，如何打造网点的核心竞争力成为银行高层重点关注的主题。客户经理队伍掌握了银行核心的客户资源，是银行的核心人才团队，是打造核心竞争力过程中的中坚力量。但是客户经理队伍人才良莠不齐，普遍缺乏系统化的客户经营思路，只是单纯性的进行产品销售。客户经理队伍急需进行系统化的培训，掌握核心方法和技能，掌握精准营销的技巧，缩短成长周期。

课程收益：

- 1、掌握客户分层级管理的思路。解决无头绪，无计划，无方法的问题；
- 2、学习客户唤醒的技能技巧，掌握盘活休眠客户的关键流程；
- 3、学习差异化营销，灵活运用销售方法进行产品营销、客户异议；
- 4、落地性强，可迅速转化为生产力，有效提高网点经营业绩；

课时安排：1天，6小时/天

课程受众：

授课方式：

专题讲授、案例分析、小组研讨、互动发布、工具分享、头脑风暴、启发教学

课程大纲：

导入：现代服务的四次革命

客户满意、关键客户满意、关键因素满意

第一讲、客户分层级经营策略

一、客户分层级经营

1、客户分层管理——银行客群区隔与经营模式

互动研讨：如何挖掘出系统中的土豪级客户？

2、客户分群经营

分群经营的纬度分类——主要类型客户群体解读

案例研讨：客户经理的烦恼

案例分享：客户经理的绝招

互动练习：现有客户分群练习

3、客户分级梳理——客户关系漏斗模型

新客户认养：“三个一计划”

视频学习：将视频中的客户分类

客户经营工具：盘点表、经营推进表

第二讲、客户差异化营销技能

一、客户激活

1、who——从大数据聚焦客户群体

2、what——用什么方法

案例分享：感动速递

3、how——我该怎么做、针对沉睡客户活动策划

A、活动策划的目标和关键点——寻找到客户不得不来的关键点

B、活动策划的切入点和步骤——建立信任、紧抓需求、成功邀约

C、活动策划话术——利上往来

二、差异化营销步骤

1、建立信任——信任曲线

A、客户信任趋势分解——建立信任的针对性技巧

B、下意识营造客户心理“舒适区”——赞美技巧

案例分享 1：一条短信带来的 160 万

案例分享 2：一次车展活动邀约

案例分享 3：实现未来的梦想

2、需求挖掘——询问技巧

3、客户需求分析——需求产生：初级靠设计，中级靠挖掘，高级靠启

发

视频学习：如何激发客户的潜在需求

4、需求挖掘三大利器——观察：观察六要素；倾听：倾听技能；

5、基本套路——问句连结漏斗式提问技巧

情景演练：我能为您做什么？

三、实施有效推荐

1、营销案例法

A、营销案例法的要点和技巧

B、案例分享：萌萌的保险销售

2、FABE 营销法

A、FABE 营销法的内涵

B、灵活运用 FABE 营销法设计产品话术

3、简易客户资产配置

A、客户风险喜好类型分类

B、客户资产陪着矩阵分析

C、实用工具：《产品销售手册》

四、异议处理——异议处理公式

1、异议产生的原因

2、异议处理的原则

3、异议处理的技巧：认同 + 赞美 + 转移 + 反问

4、异议处理的方法：顾虑抢先、价值与价格

五、引导成交

1、成交时机

2、成交技巧：二选一法则、从众关连法、助客权衡法

3、客户转介绍

A、客户转介绍的核心前提

B、KICK OFF 策略：启动转介

第三讲、课程回顾与互动交流