

信用卡上门营销

主讲人：金玉成

课时安排：1天，6小时/天

受众群体：

授课方式：

专题讲授、案例分析、互动提问、头脑风暴、小组研讨、工具分享、启发教学

课程收益：

- 1、学习掌握系统上门营销流程
- 2、学习掌握流程中各环节操作要点及相关策略
- 3、学习掌握适应性工具及使用关键

课程大纲：

一、营销概述

- 1、营销无处不在
- 2、最好的职业——营销
- 3、营销创造奇迹（故事分享）

二、客户营销策略

小组研讨：营销八问

- 1、定位三问：我能做什么？我要做什么？我该怎么做？
- 2、精确市场细分
- 3、锁定目标客户

内部搜索、粘性介绍、陌生拜访、资料分析、人肉搜索、网络开拓

- 4、实施“漏斗管理”

三、上门准备

- 1、拟订拜访计划：目标、时间、策略、路线
- 2、情景演练：复制、强化
- 3、电话邀约：时间、话术、心态
- 4、备品检查
- 5、动机准备：五心合一
- 6、为什么会出现访前恐惧？
- 7、驱除恐惧两步法

小组研讨：如何用准备换取认同

四、面谈沟通

- 1、营销面谈流程图解
- 2、信用卡客户拜访礼仪
- 3、拜访中的注意事项
- 4、左脑型大客户沟通策略
- 5、右脑型大客户沟通策略
- 6、信用卡优势呈现技巧
- 7、异议处理——（认同、植入、替代）

互动发布：经常遇到的客户异议有哪些？

五、需求分析

猫和鱼的故事

- 1、为什么需要做需求分析
- 2、需求在哪里——NWH公式
- 3、两个假设：万能的产品不存在、全能的企业不存在
- 4、两大难题：新产品对新市场，成熟产品对成熟市场
- 5、需求分析中的三种客户经理
- 6、倾听客户的话外之意
- 7、倾听客户的关注点
- 8、倾听客户的个人喜好
- 9、理解和欣赏
- 10、与客户产生共鸣
- 11、需求的本质——销自己、售观念、买服务、卖好处

研讨发布：个案分享

六、产品呈现

- 1、说的两大关键——说什么、怎么说
- 2、听的两个关键——听什么、怎么听
- 3、价格与价值
- 4、分层次介绍的技巧：老、中、轻
- 5、产品介绍与价值塑造
- 6、产品的理性价值与感性触动
- 7、理性价值展示3大技巧
 - A、聚焦核心利益
 - B、FABE转化技巧
 - C、复杂问题简单化，简单问题透彻化
- 8、感性触动展示——3大技巧：A展示、B感受、C想象
- 9、掌控面谈节奏的技巧
- 10、排除异议最优方法——顾虑法

七、成交策略

- 1、影响客户决策的五个关键
 - A、承诺一致催眠
 - B、社会认同引导
 - C、喜好和一致性
 - D、权威带来顺从
 - E、稀缺增加紧迫
- 2、五给促单成交法
 - A、制造静态推力：给信心成交法
 - B、制造动态推力：给价值成交法
 - C、制造利益推力：给诱惑成交法
 - D、制造障碍推力：给障碍成交法
 - E、制造潜在推力：给行动成交法

八、课程回顾与总结