

数智时代-银行分期业务差异化营销策略技能助力业绩突破增长

——以客户价值成交为目标，基于业务场景，立足解决实际问题的营销策略——

(具体模块内容可根据行方和实际需求场景进行点菜式定制)

【课程背景，高度融合实战场景】

数智化大浪潮中、同质化白热化大背景下，**银行分期业务**等金融如何高效引流？如何高效成交？如何让建鱼塘并养好鱼？如何让进行高效的客户管理？僵尸客户如何做有效激活？存量客户如何激发管理？增量怎么来？凭什么转介绍，又该怎么做？高度同质化、白热化的阶段，金融机构如何让才能提升并凸显关键营销竞争力？为什么员工那么努力，业绩总是无法突破？为什么我说了很多，客户总是拒绝？为什么我努力服务，客户却不以为然？为什么客户不愿意听你讲？为什么你讲的别人听不懂？为什么客户总是不签单？为什么员工总是没有积极的销售心态？如何突破？**本次培训会十分注重人本身能力的提升**，能力分为两种，一种的表层的行为能力，另外一种的冰山下的竞争系统也就内核能力，大飞老师强调网点业绩的规模大小和效率如何，首先先聚焦人的本身。**本课程基于以上问题的解决，为银行分期业务营销一线的客户经理量身定制，从案例切入、用经验启发、结合现场互动练习和总结，从多个纬度给出银行销售人员解决客户维护难、营销难的全面优化方案。**

【课程收益】

- 1.掌握银行客户经理未来3种核心竞争力（人工智能时代下的不可替代性）
- 2.掌握分期业务新增引流的3大新方法（客户管理之客户从哪里来）
- 3.掌握客户经理新顾问式关键营销力的流程及3套工具（成交关键能力模型和流程）
- 4.掌握如何建立多元客户长久的客情关系的7大工具方法（客户管理之存量、增量）
- 5.掌握多元客户活动体验提升3大技能（高粘性客户管理助力产能提升）
- 6.掌握客户管理、营销组织的3大工具（落地工具助力网点业绩提升）

【课程对象】 客户经理、主管、支行长

【授课风格】 风趣幽默、一听就会，深度创新且实战实用

【课程特色】 实战案例+引导技术+视频教学+情景演练（RP）

【培训支持】 随机督导+话术指导+线上指导+复盘

【培训课时】 2天（6小时/天）

【培训大纲】

一、 开场破冰进入轻松愉悦的学习环境

二、 当下金融机构经营业务面临的困境及不确定性

- 1、产品同构型过高 服务没有差异性
- 2、市场竞争者增加 市场不正常竞争
- 3、客户趋利无忠诚度 客户流失严重

三、 未来三种核心竞争力（人工智能时代下的不可替代性）

1、智能银行能替代的是什么不能替代的又是什么？

案例分享：智能银行对传统行业的冲击和机遇

2、银行客户经理高绩效人才素能模型

2.1 综合素养：开放度、自信度、反思度

2.2 内隐能力：认知力、逻辑力、前瞻力

2.3 外显能力：表达力、情商力、执行力

3、银行客户经理顾问服务的能力

3.1 数智时代建立自己局部 IP 影响力中心的 3 大方法

3.2 差异化服务，塑造在客户心中的深刻印象

3.3 创造被客户利用的价值，强化客户心智依赖

3.4 成为客户问题的顾问式专家

3.5 成为人际影响力关系中心的平台

【研讨一】：如何建立银行和客户经理在客户心中不可替代的价值（心智营销、情感账户等）

四、 银行网点营销模式现场点菜式调研

1.钓鱼（引流现状）

2.养鱼（如何养鱼）

3.杀鱼（不成交都是耍流氓）

五、 银行客户经理顾问式营销流程及技能

1、发展关系：

A、客户分类：异业合作、厅堂流量客户、系统存量客户、片区客户、渠道客户

B、邀约技巧：面对面、电话、邮件、信件、创新邀约

2、建立信任

A、高效沟通技巧：说、听、观察技巧；

B、服务营销技巧。

快速分析客户特质的 3 种常用方法（知己知彼才可能百战不殆）

1、信任树模型的 **3** 个维度

2、建立客户信任的 **11** 个维度

2.1 想成为“顾问”必须“专业”

2.2 最佳销售状态 **6** 字真金

2.3 开口之前先观察之 **4** 字真金

2.4 寒暄破冰的 **3** 个类型与 **1** 个原则

2.5 处理事情先处理心情之赞美的 **1** 个格式、**4** 个维度、**10** 套话术

2.6 移情聆听的 **5** 个心法、**5** 个方法

2.7 **4** 种性格及 **8** 种特质人群的沟通策略

2.8 异议处理话术之同理心沟通公式

2.9 情感账户的应用与工具

2.10 礼品馈赠的 **5** 个角度与核心秘诀

2.11 需求挖掘的 **5** 个层面、**50** 套话术

3、引导需求

A、KYC 技巧；

B、SPIN 技巧

4、解决问题

A、FABE 技巧；

B、异议处理技巧；

C、增加产品覆盖率

D、说服力大杀技-富兰克林 T 字法

实战演练：1、SPIN 2、FABE 解析 3. 富兰克林 T 字法

情景演练：1、FABE 的落地应用 2.全脑沟通-三分钟打动客户

五、 客户管理基业长青之业绩突破之道

1、客户关系维护技巧

A、日常情感关怀 B、建立信息沟通机制

C、产品跟进与服务 D、举办客户活动

2、客户转介绍

A、有需求 B、有能力

C、有意愿 D、有对比

3、塑造尊贵，执行客户升级计划

A、策划专项活动：VIP 专属客户计划

B、综合配置，帮助客户做好投资规划

C、交叉销售：财富管理与负债信用管理

D、关心客户，而不只是关心客户的钱

工具分享：完善客户资料的的工具

案例分享：客户产品持有数量的价值

讨论：客户管理之客户分类的其他创新方式

六．客户管理之存量客户二次开发营销中的新媒体运用

1、银行营销方式的微与巧的变化

案例分享：银行“微”与“巧”营销的开启

2、客户经理用微信的小试牛刀

案例分享：浙江一个“附近的人”带来的私行客户 2100 万+装修分期业务

3、微信在陌生客户中的开发

案例分享：银行网格化营销中微信的“天大”作用

4、微信在客户外拓中的使用技巧

案例分享：失败外拓营销中的意外收获

5、微信在存量客户二次营销中的使用

案例分享：35 个赞带来的百万存款

6、微信在沙龙活动中的定海神针

案例分享：比电话邀约还精准的沙龙活动

7、微信群的魅力

案例分享：感动客户的“15 年失联朋友的再次聚会”

8、银行产品的第一时间

案例分享：微信带来的第一时间

七．客户管理之存量客户二次开发中沙龙营销营销活动实施

1、活动中的电话邀约技巧

案例分享：老客户与新客户的

2、营销活动策划的三大注意事项

案例分享：南京某银行定向化营销活动策划分享

3、营销活动中的现场把控要点

案例分享：外拓营销活动带来的 2700 万理财+23 笔消费分期

4、活动主题与产品的匹配原则

案例分享：某银行的亲子互动带来的 315 万理财销售+5 笔消费分期

5、短期活动主题与长期活动主题选择的标准

案例分享：浙江某银行的 97 个客户，9716 万存款/理财 +37 笔分期业务

6、活动主题名字选定的两大要求

八、客户分类（针对常见类型客户，给出应对策略）

给到国际顶尖测评工具，快速分析客户类型

九、话术支持（部分举例，后期还有学员共创）

能力第一步是模仿，给到五百强顶尖银行营销工具