

# 银行渠道大客户关系发展与核心营销能力提升

(根据实际做相应调整)

## 【课程规划纲要】

开场互动模块：

### 壹、 开场破冰进入轻松愉悦的学习环境 岗位技能 VS 人际技能 VS 概念技能

- ◎ 开场互动，课程纪律解读
- ◎ 学习小组组建

### 二、理念基础模块

- 1、渠道营销正式进入体验经济时代？
- 2、后品牌与互联网时代，大客户营销的转型变化？
- 3、客户关系管理高手的素能模型
- 4、客户关系发展与管理的核心工具-有效沟通：

### 三、银行渠道大客户关系管理

- 1、什么是客户关系管理
  - ? 大客户关系管理能为营销带来什么
  - ? 大客户关系管理的含义
  - ? 大客户关系管理的内容
  - ? 大客户关系管理与营销的关系
- 2、了解客户是大客户关系管理的开始
  - ? 谁是我们的“大客户”？
  - ? 如何收集客户资料
  - ? 怎样判断谁是我们最优价值的大客户
  - ? 怎样对客户关系进行分类
- 3、客户关系的维护
  - ? 和大客户建立什么样的关系
  - ? 如何让客户感觉合作舒心并物超所值
  - ? 怎样提高客户满意度、忠诚度

? 如何防止客户抱怨和客户流失

#### 4、大客户关系管理中的现实问题分析

? 如何才能让客户感觉非常满意?

? 如何在客户满意度和服务成本之间寻求平衡?

? 如何确立最佳的服务水平?

#### 5、提高企业客户关系管理能力

? 什么是客户关系管理能力?

? 客户关系管理能力是如何影响企业经营绩效的?

? 你认为自身欠缺哪方面的客户关系管理能力?

? 提升企业客户关系管理能力的措施

#### 6、客户关系的战略

? 客户关系管理的过程

### 四、大客户营销管理模块

一、现代市场营销的环境特征

二、大客户对企业的重要性

三、银行业大客户与其他行业一般客户的区别

四、80/20 原则及作用

五、KAM 的产生对销售方式的影响

六、大客户管理的核心：“对未来的管理”

第二单元：大客户管理的“五阶段模型”

一、管理前导阶段

如何进行大客户管理的孕育?

大客户管理孕育的专业流程：获取资讯、调查真相、挖掘需求

二、管理早期阶段

如何进行大客户的初步接触?

如何让大客户体验到选择的正确?

大客户管理早期的流程：固化需求、特色设计、谈判促进

三、管理中期阶段

如何提供大客户的全方位服务?

如何实现大客户的满意?

大客户组织中聚敛“人气”的系统方案：原则、工具、技巧

四、伙伴关系阶段

如何成为大客户的战略伙伴?

与大客户成为伙伴的秘诀：模式、技巧

第三单元：大客户管理中的销售技巧——揭示和探讨客户需求

一、什么是客户需求

二、FAB 销售模式

三、揭示“选择限”

#### 四、SPIN 问话技巧

##### 第四单元：大客户管理中的问题及解决方案

###### 一、成功实施大客户管理系统的 7 大步骤

###### 二、如何防止战略大客户流失

##### 第五单元：大客户开发技巧

###### 1. 为什么谈恋爱与做大客户业务有惊人的相似之处？

像情场高手一样做客户开发与维护

###### 2. 相识：如何找到目标对象和客户

头脑风暴：哪些渠道可以帮助我们发掘新客户？

什么情况下认识的新客户更便于平行沟通？

###### 3. 相知：“破壳”— 建立与客户的信任和关系

###### 4. 相爱：怎样爱得死去活来，非你不嫁

###### 5. 相守：为什么要生一大群孩子

###### 6. 熟悉中国人的黑白思维和做生意的特点

###### 7. 他山之石：其他行业的客户关系建设的案例研讨

#### 销售能力的高端化解读：

##### 1、卓越的执行力：

◎ 区分任务和结果；

◎ 培养结果导向的思维模式；

##### 2、成为人际关系高手：

人际关系六大状态

##### 3、产品专家：客户不知道的，你知道。客户知道的，你知道的更正确、更准确。

##### 4、顾问师：除了专业的产品知识，你还要拥有了解周边知识的能力。

有知识和内涵的人受尊重。

##### 5、性格专家：不同类型的客户的应对原则和方法。

##### 6、自我教练（目标设定和管理）：自己能够做好自己的教练。

#### 学员分享，课程感受